UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES

PEPITA MARTIN ORTEGA

Jornalismo transmídia e divulgação científica: possibilidades e experiências

São Paulo
2022

PEPITA MARTIN ORTEGA

Jornalismo transmídia e divulgação científica: possibilidades e experiências

Versão Corrigida
(versão original disponível na Biblioteca da ECA/USP)

Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de Concentração: Estudo dos Meios e da Produção Mediática

Orientador: Professor Doutor André Chaves de Melo Silva

São Paulo
2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Ortega, Pepita Martin
Jornalismo transmídia e divulgação científica: possibilidades e experiências / Pepita Martin Ortega; orientador, André Chaves de Melo Silva. - São Paulo, 2022.
162 p.: il.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação / Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão corrigida

1. Narrativa transmídia. 2. Jornalismo. 3. Comunicação Científica. I. Silva, André Chaves de Melo. II. Título.

CDD 21.ed. - 070

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: ORTEGA, Pepita Martin

Título: Jornalismo transmídia e divulgação científica: possibilidades e experiências

Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____
Instituição: _____
Julgamento: _____

Prof. Dr. _____
Instituição: _____
Julgamento: _____

Prof. Dr. _____
Instituição: _____
Julgamento: _____

RESUMO

ORTEGA, Pepita Martin. Jornalismo transmídia e divulgação científica: possibilidades e experiências. 2022. 162 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

Uma das últimas mudanças pela qual o campo da comunicação passou foi o desenvolvimento da Web 2.0, que transformou a lógica da área com a possibilidade de interação. Nesse contexto, a narrativa transmídia surgiu com uma proposta de conteúdo amplo, complementar e interconectado, que oferece uma experiência diferenciada ao usuário. Há diversos caminhos para o desenvolvimento de produções jornalísticas de tal teor e tais possibilidades também se estendem para o jornalismo científico. A presente dissertação busca discutir algumas oportunidades da inter-relação entre a narrativa transmídia e a comunicação científica em projetos jornalísticos. Para tanto, foram analisados três conteúdos com características transmidiáticas: Batalha de Belo Monte, da Folha de S.Paulo, Rio Tibagi: um gigante paranaense, da Folha de Londrina e Político em Construção, do Estado de S. Paulo. Os parâmetros para a realização de tal análise foram estabelecidos com base em ponderações sobre as características da narrativa transmídia - feitas por teóricos como Scolari, Renó, Flores e Gosciola - e da divulgação científica - feitas por autores como Bueno, Silva e Burkett. As reflexões sobre os objetos do estudo foram ainda complementadas por percepções dos jornalistas que desenvolveram os conteúdos, em entrevistas realizadas por telefone. Ademais, foi aplicado um questionário com estudantes de jornalismo para analisar características de recepção e produção de conteúdos transmídia sobre divulgação científica. Foi possível refletir sobre o espaço cada vez maior da lógica transmídia na sociedade contemporânea, além de observar como pontos centrais para a comunicação sobre ciência podem ser potencializados com narrativas de tal teor, sem deixar de considerar temas e discussões pertinentes a ambos os campos, como a desinformação.

Palavras-chave: Comunicação, Comunicação científica, Jornalismo Transmídia

ABSTRACT

ORTEGA, Pepita Martin. Transmedia journalism and scientific difusion: possibilities and experiences 2022. 162 s. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

One of the latest changes that the field of communication went through was the development of Web 2.0, which transformed the logic of the area with the possibility of interaction. In this context, transmedia storytelling appeared with a proposal of broad, complementary and interconnected content, which offers a differentiated user experience. There are several paths for the development of journalistic productions of such content and those possibilities also extend to scientific journalism. This dissertation aims to discuss some opportunities for the interrelationship between transmedia storytelling and scientific communication in journalistic projects. For that, it was developed an analysis of three journalistic contents with transmedia characteristics: Batalha de Belo Monte, from Folha de S.Paulo, Rio Tibagi: um gigante paranaense, from Folha de Londrina and Político em Construção, do Estado de S. Paulo. Paulo. The parameters for carrying out such analysis were established based on considerations about the characteristics of transmedia narrative - from theorists such as Scolari, Renó, Flores and Gosciola - and scientific dissemination - from authors such as Bueno, Silva and Burkett. Reflections on the objects of the study were further complemented by the perceptions of the journalists who developed the content, collected by interviews. Furthermore, a questionnaire was applied with journalism students to analyze the characteristics of reception and production of transmedia content with caracteristics of scientific dissemination. It was possible to reflect on the growing space of transmedia logic in contemporary society, in addition to observing how some key points in scientific communication can be enhanced in light of that type of narrative, while considering issues relevant to both fields, such as misinformation.

Key words: Communication; Scientific Communication; Transmedia journalism

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 7

2 AS TRANSFORMAÇÕES DA DINÂMICA COMUNICACIONAL E A NARRATIVA TRANSMÍDIA 11

2.1. Jornalismo transmídia e os desafios da produção 20

3 JORNALISMO CIENTÍFICO 31

3.1 As características e os desafios da cobertura sobre ciência 36

4. AS POSSIBILIDADES DA NARRATIVA TRANSMÍDIAS ALIADAS À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO SOBRE CIÊNCIA 41

4.1. 'A Batalha de Belo Monte' 43

4.2. Político em Construção 58

4.3. Rio Tibagi: um gigante paranaense 71

4.4 Lógica transmídia, ciência e a pandemia da covid-19 81

CONSIDERAÇÕES FINAIS 90

REFERÊNCIAS 93

ANEXOS 96

1. INTRODUÇÃO

A dinâmica interacional se tornou um dos pontos centrais das discussões no campo da comunicação com o surgimento da internet 2.0 (Renó e Flores, 2011). Desde então, o desenvolvimento de outras possibilidades no meio digital - surgimento das redes sociais e o crescente uso de dados e algoritmos em diferentes esferas da sociedade - tem mudado e continuam a mudar o comportamento social e consequentemente, a comunicação. O conceito de narrativa transmídia surgiu em meio a esse contexto, sendo que seu desenvolvimento é debate constante entre produtores de conteúdo.

A proposta transmídia surgiu como uma estratégia para explorar a combinação entre mídias e plataformas como uma nova maneira de contar histórias, de maneira integrada. No âmbito da mesma, o usuário não é mais um consumidor de conteúdo, mas sim um prosumidor (Renó, 2011; Scolari, 2013).

O intuito é contar uma história distribuindo partes da mesma por diferentes meios, plataformas e linguagens, explorando assim as oportunidades de cada uma para disponibilizar o conteúdo da melhor maneira. A interação do prosumidor com os diferentes níveis de informação, percorrendo o mundo narrativo desenvolvido, completa a experiência diferenciada que um projeto transmídia propõe. (Renó & Flores, 2011).

Os projetos trazem jogos, vídeos, fotografias e infográficos para criar uma experiência informativa mais ampla. A interação do prosumidor com os diferentes níveis de informação, percorrendo o mundo narrativo desenvolvido, e a distribuição nas redes sociais completam a experiência diferenciada que um projeto transmídia propõe.

Tal tipo de narrativa oferece oportunidades em diferentes campos da comunicação, sendo mais amplamente explorada no ficcional. No entanto, no jornalismo há diversos caminhos para o desenvolvimento de produções com tal teor, sendo possível verificar a incorporação das estratégias transmidiáticas em projetos de redações brasileiras, como as da Folha de S. Paulo, Folha de Londrina, O Estado de S. Paulo entre outras.

Nesse sentido, a narrativa transmídia também oferece oportunidades à comunicação científica, uma vez que é possível criar estratégias e explorar diferentes

tipos de conteúdo, mídias e plataformas para melhor transpor determinado conteúdo de ciência, gerando engajamento e interesse público.

A redação sobre ciência é um tipo de comunicação especializada que envolve assuntos e temas altamente organizados. Nesse contexto, o jornalista tem um papel fundamental para aproximar o público em geral e o conhecimento científico, não só traduzindo termos e explicitando conceitos, mas retroalimentando as duas esferas com questões relevantes, na busca de um diálogo verdadeiro e benéfico para a sociedade como um todo. O jornalista deve buscar a inserção social da ciência, desmistificando-a, indica Silva (2017).

E para fazer tal ponte, o jornalista deve se atentar às características centrais da ciência, apontando que a mesma pode e deve ser compreendida como a atividade humana que é (Burkett, 1990). O comunicador deve levar em consideração aspectos como a mutabilidade e a diferença entre ciências, a reflexão sobre os métodos de pesquisa e ainda a compreensão sobre os diferentes estágios do jornalismo científico - disseminação, divulgação e comunicação científica.

Nessa linha, a presente dissertação busca refletir sobre a produção de conteúdos transmídia no âmbito jornalístico e o espaço que a divulgação científica pode ter dentro dos mesmos, a partir de estudo de projetos elaborados em redações brasileiras. O objetivo principal da pesquisa foi analisar sobre os desafios, a viabilidade e as oportunidades de desenvolvimento de projetos transmídia no contexto jornalístico nacional, assim como as possibilidades de comunicação científica no âmbito de tais produções.

Em um primeiro momento, buscou-se realizar uma revisão bibliográfica dos principais temas relacionados à pesquisa - jornalismo transmídia e comunicação científica. Assim, com base em parâmetros definidos em tal etapa da pesquisa, foram selecionados três projetos de diferentes veículos para análise de conteúdo, estratégia e mídia. Além disso, buscou-se promover uma reflexão acerca da cobertura da pandemia da covid-19 dentro possibilidades da narrativa transmídia.

Dois deles foram elaborados pelos principais jornais do País - A batalha de Belo Monte, da Folha de S.Paulo e Político em construção do Estado de S. Paulo. Além deles, também será analisado o projeto ‘Rio Tibagi: um gigante paranaense’ elaborado pela Folha de Londrina como parte do caderno transmídia do veículo.

É importante sinalizar que tais projetos foram escolhidos por sinalizarem a tentativa de construção de narrativa transmídia, sendo a proposta analisar sua dinâmica de produção e consumo sem partir de questões pré-estabelecidas.

O especial ‘A Batalha de Belo Monte’ trata da construção da usina hidrelétrica brasileira bacia do Rio Xingu no Pará, tendo como ponto de destaque um jogo no qual o usuário se conduz por entre as informações por meio de um helicóptero. Tal conteúdo foi selecionado por ter se consolidado como um projeto referência e também por apresentar, de acordo com uma breve análise superficial, aspectos característicos da narrativa transmídia e da divulgação científica.

O ‘Político em Construção’ foi escolhido por ter os mesmos aspectos, mas também por tratar da divulgação de ciência dentro de um outro campo, o da ciência política. O projeto ainda apresenta uma estrutura diferenciada, apresentando conteúdo em camadas. Além disso, o projeto conta com fragmentos narrativos que exploram um outro campo que pretende-se discutir na dissertação - a mescla de diferentes gêneros e propostas de conteúdo, mais além da questão das plataformas atreladas ao conceito de trans(mídia).

Já o ‘Rio Tibagi: um gigante paranaense’ possibilita uma reflexão mais atrelada à organização e planejamento do projeto, uma vez que faz parte da iniciativa do caderno transmídia do jornal Folha de Londrina. O projeto foi laureado no The Data Journalism Awards 2018, pela proposta imersiva do caderno do qual faz parte e nessa linha pode proporcionar uma análise melhor da perspectiva de idealização de projetos de tal teor.

Além das análises dos conteúdos, foram realizadas entrevistas com os autores dos projetos mencionados, para tentar observar o impacto dessa nova dinâmica narrativa dentro das organizações, além do modo em que constroem sentidos e são incorporados à sociedade. As ponderações dos profissionais foram incorporadas às análises dos projetos de modo a complementar as reflexões sobre os diferentes temas observados ao longo das análises.

Pretendeu-se ainda, em um primeiro momento, aplicar questionários com estudantes do Ensino Médio de escolas públicas e particulares de São Paulo, para avaliar a recepção e as possibilidades de engajamento de conteúdos transmidiáticos perante a tal público. No entanto, em razão da pandemia da covid-19, foi necessária uma adaptação de tal metodologia, com a aplicação dos questionários junto a estudantes de jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São

Paulo. A mudança acabou por oferecer uma perspectiva diferente, de uma geração que consome produtos com características transmidiáticas e que, potencialmente, pode vir a conceber projetos jornalísticos com tais características.

Ao longo do desenvolvimento da pesquisa foi possível observar diferentes caminhos e possibilidades para o desenvolvimento de conteúdos que não só explorem as características da narrativa transmídia, mas ainda se voltem para a divulgação científica. Para tanto, foi necessário considerar a vastidão dos dois campos e também tópicos que entrecruzam os mesmos - desinformação, pluralidade e etc.

2. AS TRANSFORMAÇÕES DA DINÂMICA COMUNICACIONAL E A NARRATIVA TRANSMÍDIA

O conceito de transmídia tem seu primeiro registro em 1975, quando o compositor Stuart Saunders Smith utilizou o termo *transmedia composition* para tratar da complementaridade de harmonia e sincronia entre as melodias e ritmos dos instrumentos e executores em sua peça Return and Call (GOSCIOLA, 2014). Na comunicação, Marsha Kinder é pioneira ao tratar da intertextualidade transmídia, em 1991, a partir da observação sobre a busca de seu filho por uma ampliação da narrativa, definindo o conceito como um supersistema de entretenimento.

Já em 1996, Brenda Laurel descreve a importância de pensar transmídia, destacando a "necessidade de abandonarmos o velho modelo de criação de propriedade exclusiva em um determinado meio e depois redirecioná-lo para criar propriedades secundárias em outras mídias" (2000 apud GOSCIOLA, 2014)[1]. Mas é com Henry Jenkins que o conceito se populariza - sendo introduzido em artigo em que o autor afirmava que a nova era de convergência dos meios tornava inevitável o fluxo de conteúdos através de múltiplos canais - e ganha maior definição em 2006, com a publicação de Cultura da Convergência.

Trabalhar com a narrativa transmídia em comunicação significa distribuir partes de uma história por diversos formatos, linguagens, meios e plataformas, explorando as maiores e mais adequadas ferramentas e oportunidades que estas oferecem, criando assim níveis de profundidade e envolvimento com o conteúdo (FLORES, RENÓ, 2012).

Ela implica na participação ativa do usuário, possibilitando uma experiência diferenciada e mais imersiva para o mesmo. Os pedaços de história, independentes e compreensíveis se observados individualmente, juntos formam um mundo narrativo expansível, proporcionando um novo relacionamento com a história. O engajamento com cada mídia aumenta para a audiência a compreensão, o prazer e a afeição com a narrativa (GOSCIOLA, 2014).

Scolari (2014) indica que as narrativas se caracterizam pelo contar de uma história através de diferentes meios e plataformas e pelo fato de uma parte dos receptores ampliarem o mundo narrativo com novas peças de texto (aqui num sentido

---

[1] Laurel, B. (2000). Creating core content in a post-convergence world. [blog TauZero]. Recuperado da http://tauzero.com/Brenda_Laurel/Recent_Talks/ContentPostConvergence.html.

mais amplo). Nessa linha, ainda segundo o autor, a narrativa transmídia poderia ser resumida em uma fórmula em que a indústria dos meios, somada à cultura participativa dos usuários, caracterizaria um um conteúdo transmidiático.

Campalans, Renó e Gosciola (2014) descrevem a narrativa transmídia como uma linguagem definida naturalmente pela evolução da sociedade contemporânea. Nessa linha, é interessante refletir sobre as características dessa sociedade para então definir e analisar os conceitos que permeiam os conteúdos transmidiáticos.

Para entender o contexto em que a narrativa transmídia está inserido, Gosciola (2014) toma conceitos de Hans Ulrich Gumbrecht, teórico que elenca três questões para auxiliar na compreensão da realidade - o da destemporalização, que trata da diluição do passado presente e futuro; o da destotalização, que aborda o fim das teorias que tentam explicar, individualmente, tudo; e a desferencialização, ligada à perda das referências.

O autor aponta como tais perspectivas nos permitem refletir não só sobre as características da sociedade, mas também sobre a narrativa transmídia, que é "estruturada na simultaneidade (destemporalização) de múltiplas narrativas complementares (destotalização) oferecidas nas mais diversas telas ou mídias (desferencialização)".

Na mesma linha, Gonçalves (2014) destaca que o fenômeno transmídia emerge das mudanças nos meios de comunicação e na forma como nos relacionamos. Ela pondera: "As narrativas continuam a fazer parte do cotidiano midiático, porém ao transitarem de um meio a outro, de uma plataforma a outra, tem o seu conteúdo expandido pela ação interativa do receptor como produtor de conteúdos” (GONÇALVES, 2014, p.16).

Em certo sentido, tal perspectiva dialoga com a reflexão de Muniz Sodré (2014), de que deve-se observar a comunicação como uma forma organizativa da sociedade. Segundo o autor:

> “os signos, os discursos, os instrumentos e os dispositivos técnicos são os pressupostos do processo de formação de uma nova forma de socializar, de um novo ecossistema existencial em que a comunicação equivale a um modo geral de organização” (SODRÉ, 2014, p.11)

A sociedade a qual os autores se referem é aquela que surgiu com a criação da internet, com destaque para a chegada da web 2.0 e o foco na interface - onde são oferecidos os conteúdos navegáveis (FLORES, RENÓ, 2012). De acordo com os

autores, a dinâmica possibilitou que o receptor/usuário se transformasse em receptor/emissor, criando seus espaços virtuais e transformando a forma de circulação do conteúdo a partir das redes sociais. Também é nesse contexto que ganham destaque conceitos como intertextualidade, hipermidiação - ambos ligados a ampliação da narrativa - e mobilidade e se consolida o momento de uma internet participativa e colaborativa.

Tomando o conceito de Bauman (2001[2], apud Renó e Flores, 2018), os autores apontam que vivemos numa sociedade líquida, sem estruturas definidas, em que há um desejo de participação e intervenção. De acordo com o autor, uma característica se mantém, em meio às mudanças sociais, tecnológicas e de linguagem - a multimidialidade:

> "Uma sociedade multimídia é, como define o nome, um grupo de cidadãos que têm em suas mãos uma diversidade de meios. Essa diversidade é aproveitada por eles, por exemplo, para o campo da comunicação, tanto interpessoal como entre uma pessoa, uma empresa, uma instituição e uma máquina. Também é uma característica da sociedade multimídia a possibilidade de escolher entre um meio e outro para utilizá-lo segundo sua conveniência" (Renó e Flores, 2018, p.26).

Ainda segundo Renó e Flores (2018), outras características da sociedade multimídia são a capacidade de usar diferentes meios, ao mesmo tempo, comunicando-se de forma intertextual - o que "nos faz compreender os motivos que definem a narrativa transmídia como fundamental para obter um bom resultado na contemporaneidade". Os autores indicam ainda como a sociedade multimídia se relaciona através das redes sociais ou outros espaços sociais criados na internet. "As audiências são participativas, reconstrutoras de conteúdos a partir dos conteúdos e ligações oferecidas", ressaltam - a sociedade multimídia é polifônica.

Explorando a ideia de narratividade, Gonçalves (2014) diz que os estudos de linguagem no contexto da comunicação são indispensáveis para o entendimento da complexidade dos relacionamentos no processo comunicativo e fundamentais para aquele que enfrenta o desafio da produção midiática pela narrativa transmídia. A autora destaca que a linguagem é o elemento que dá concretude ao pensamento e viabiliza o processo de interação, mesmo em meio à desestabilização provocada pela rápida evolução tecnológica e à mudança no comportamento dos atores envolvidos no processo comunicacional, com novas expectativas de relacionamento.

---

[2] Bauman, Z. (2001). Modernidade líquida (P. Dentzien, Trad.). São Paulo: Jorge Zahar Editores

Tomando o conceito de interatividade de Vilches (2003, apud GONÇALVES, 2014)[3], a autora indica que os sujeitos passam a agir sobre a realidade em que atuam e, nessa linha, é necessário pensar que a linguagem se explica pela produção de sentidos pelos sujeitos e pelo jogo de efeitos de sentidos, carregados de ideologias.

> "A linguagem é tomada nesse contexto não como instrumento de representação do pensamento ou espelho da realidade que representa, mas como elemento de interação social. É por meio da linguagem que se estabelecem os relacionamentos e a relação entre os atores, interlocutores do processo comunicativo. Marcada pela ideologia, a linguagem, como campo da produção e circulação dos discursos, é responsável por dar corpo às ideias, porém, envolve um processo de marcar a posição do sujeito em relação ao objeto e em relação aos demais atores" (Gonçalves, 2014, p.17)

Assim, a autora aponta que, na era da convergência midiática, discutir a linguagem de cada mídia separadamente não é mais suficiente para se entender como a mensagem adquire novos contornos. Gonçalves (2014) destaca como o processo de narrativa transmídia está inserido no contexto de revolução da informação, “caracterizado pela colaboração, pela atuação voluntária do sujeito que participa da construção de um mosaico comunicacional”.

No entanto, Gonçalves aponta que o trânsito de um determinado texto - aqui compreendido num sentido mais amplo, Bakhtiniano - não é algo novo e que a proposta da narrativa transmídia não se refere ao mesmo, mas sim ao "trânsito que resulta em expansão do conteúdo".

> "A evolução dos meios de comunicação há muito introduziu em nosso vocabulário o termo “multimídia”, entendido como a somatória de muitos meios, não representando, necessariamente, a intersecção de diferentes linguagens na construção de uma narrativa complexa. Os processos comunicacionais multimidiáticos têm resultado em redundância de informação; a mensagem passa pelos diferentes meios, porém não se explora o que há de melhor em cada um deles, para que a mensagem se torne mais apurada ou mais complexa. Da mesma forma, os processos hipermidiáticos, nos quais os links inseridos nos textos remetem a outras informações, por outros meios, levam à soma de informações, mas não a uma contaminação ou alteração da informação primeira. Esse conceito de “multi” vem sendo substituído, na atualidade, pelo conceito “trans”, que implica na contaminação, na transferência, na influência e na participação direta no conteúdo" (Gonçalves, 2014, p.19 e 20)

Scolari (2013) indica que há "uma galáxia semântica" que aborda diferentes dimensões da narrativa transmídia, elencando conceitos como crossmedia, múltiplas

[3] Vilches, L. (2003). A migração digital. São Paulo: Loyola

plataformas, meios híbridos, mercancía intertextual, mudos transmidiáticos, interações transmidiáticas, multimodalidade e intermeios. De acordo com o autor, cada um dos tópicos se refere a uma mesma experiência: “uma prática de produção de sentido e interpretativa baseada em histórias que se expressam através de uma combinação de linguagens, meios e plataformas”.

No mesmo sentido Flores e Renó (2012) que contextualizam a narrativa transmídia, através da explanação de conceitos como a convergência midiática, interatividade, hipertextualidade e cultura multimídia. Nessa linha, os autores lembram das dez características básicas do espaço digital, elencadas por José Luis Orihuela - a participação do usuário do processo; a linguagem multimidiática, que explora diferentes canais; a produção de conteúdo em tempo real; a autonomia do meio; o processo comunicacional de muitos para muitos; a hipertextualidade; o espaço ilimitado para a disponibilização de dados; o oferecimento de informação sobre a informação; o conteúdo "acima" do suporte; e a interatividade do usuário na organização, obtenção e também produção da informação.

Renó e Flores (2018) apontam que a narrativa transmídia tem origem enraizada na intertextualidade e proposta de reconstrução cognitiva a partir de múltiplas plataformas. Assim, os autores retomam algumas características da narrativa transmídia apontadas por Gosciola: formato de estrutura narrativa; grande história dividida em fragmentos; peças da narrativa distribuídas em diferentes plataformas; permite que a história seja expandida; circula pelas redes sociais; apoio de tal distribuição na estratégia ‘viral’; a adoção de dispositivos móveis como ferramenta de produção.

Tais características apontadas por Gosciola vão na linha daquelas que Jenkins (2009) aborda, de maneira que os parâmetros servem como base para identificação e desenvolvimento de produtos. Os dois primeiros conceitos citados pelo autor (JENKINS, 2009; SCOLARI, 2013) são o de expansão e profundidade: o primeiro está relacionado à expansão da narrativa através do aspecto viral das redes sociais, aumentando o capital simbólico e econômico da história; já o segundo, está ligado à penetração das narrativas dentro das audiências. Em seguida, Jenkins menciona as ideias de continuidade e multiplicidade dentro do mundo narrativo, no sentido de que a história precisa apresentar certa ideia de continuidade entre as diversas linguagens utilizadas para contá-la, sendo complementada pela criação de experiências diferenciadas relacionadas ao relato principal.

A construção de mundos é outra característica transmidiática elencada por Jenkins e tem relação com os detalhes que enriquecem determinada história, cativando os usuários. Tal conceito, por sua vez, com os níveis e possibilidades de imersão narrativa e também de extração de elementos de determinado conteúdo para o cotidiano do usuário.

A organização seriada - reestruturada pela narrativa transmídia no sentido de que os conteúdos são dispersos numa história contada em diferentes meios, convertendo a mesma em uma rede hipertextual - a realização e ações dos consumidores - sendo que estes, na verdade, se convertem em prosumidores, uma vez que criam novos textos e expandem as fronteiras do mundo narrativo - e as subjetividades presentes nas narrativas transmídia - marcadas pelos diversos pontos de vista e vozes que podem se cruzar na narrativa - são os outros três tópicos que completam o que o Jenkins chama de' os sete princípios' da narrativa transmídia.

Outro conceito interessante que o autor destaca é a ideia de lógica transmídia, a partir da qual se pode pensar em diferentes expressões da mesma. No entanto, um dos pontos mais importantes para a narrativa transmídia é a intertextualidade radical, as conexões entre as diferentes partes da obra.

Aqui podemos refletir sobre o destaque dado por Jenkins (2009) à questão dos níveis de informação na narrativa transmídia, ao lado da ideia de superficialidade proposta por Flusser (2008). O autor é reconhecido por abordar a emergência das imagens técnicas, argumentando que hoje vivemos e conhecemos graças a superfícies imaginadas.

Nesse contexto, a escala da abstração que Flusser (2008) explica como chegamos a esse estágio. De acordo com ele, o homem percebia o mundo por meio da manipulação, transformando o mundo em circunstância e circunstância em cultura; depois, as imagens permitiram a abstração da profundidade da circunstância, transformando a em planos; já numa terceira fase o homem passou a conceituar as imagens, se transformando em homem histórico; já na num quarto momento, atual, surgem o cálculo e a computação, permitindo que o homem se transforme em um jogador que calcula o que é concebido.

Para Flusser (2008), nesse cenário, a imagem técnica é produzida por um gesto que reagrupa pontos para que estes se tornem superfícies, partido do abstrato em direção ao concreto. Mas há um problema nessa dinâmica, segundo Flusser - a distância entre o espectador e a imagem. Quando o primeiro chega perto da superfície

enxerga os pontos espalhados. E é nesse contexto que ele indica que as imagens técnicas exigem “superficialidade”, para mantermos distância.

Vivemos em um mundo imaginário, explica Flusser, das fotografias, filmes, do vídeo, dos hologramas e a nossa capacidade de imaginação, “de olhar o universo pontual de distância superficial a fim de torná-lo concreto, é a emergência de nível de consciência novo”, daí o tal elogio a superficialidade.

Daqui pode-se abstrair que Flusser (2008) não vê a superficialidade como oposto de profundidade. Ele vê a primeira como emergência da segunda, em um novo nível de consciência e tal perspectiva tem grande relação com o modo e os hábitos que observamos na sociedade contemporânea. O autor coloca ainda que hoje tendemos a “desprezar toda explicação profunda e preferir a superficialidade empolgantes”, então essa guinada à superfície poderia se configurar como uma maneira de informar e conectar pessoas de uma maneira mais eficiente.

Com relação à narrativa transmídia, faz sentido percebermos essa dinâmica, não só para analisar a recepção de conteúdos, mas também na concepção dos mesmos e da própria lógica narrativa - o que fica visível se certa maneira se correlacionarmos a questão da superficialidade com a ideia de que, em certo nível, a narrativa transmídia pode ser considerada um quebra-cabeça - diferentes peças com certos conteúdos, que se sobrepõem e se intercalam para formar uma imagem maior.

Voltando às características da narrativa transmídia, Scolari (2013) sugere que os pontos levantados por Jenkins podem ser complementados por princípios elaborados por Jeff Gomes, profissional reconhecido no meio transmídia. O autor reproduz tais parâmetros: o conteúdo deve ser criado por uma ou poucas pessoas, no sentido de haver um coordenador do mundo narrativo para que não haja contradições e linhas argumentativas paralelas; a transmidialidade sendo prevista desde o começo da franquia; o conteúdo sendo distribuído em três ou mais meios ou plataformas; o fato de o conteúdo ser único, aproveitando a especificidade de cada meio, sem ser utilizado por outra plataforma; a produção ser baseada numa visão única do mundo narrativo; um esforço para evitar quebras no mundo narrativo; a integração entre todos os atores econômicos que participam da produção e distribuição transmídia; a inclusão da participação das audiências.

A partir das intersecções entre ambas as indicações Scolari (2013) acaba definindo a narrativa transmídia de acordo com dois tópicos principais: participação e expansão. Assim, segundo o autor, na narrativa transmídia a história é distribuída

através de múltiplos meios e plataformas e os consumidores têm papel ativo no processo de expansão.

O teórico faz reflexões acerca das possibilidades de distribuição de conteúdos e de formas de participação, destacando inúmeras combinações para o desenvolvimento de um relato transmídia. Entre os tipos de conteúdo gerado por usuários, o teórico aponta as recapitulações, as paródias, os falsos avanços, as adaptações e os mashups ou crossovers - mesclas entre diferentes histórias.

Scolari (2014) indica que as narrativas transmídia já estão instaladas em nós destacando que, em menos de dez anos, a nova forma de contar uma história está no centro das estratégias de desenvolvimento da indústria cultural em diferentes áreas - ficção, jornalismo, publicidade e até a comunicação política. Na visão do autor, o adjetivo transmídia se tornou um "condicionamento ideal de todo tipo de atividade cultural e comunicativa" e, apesar do termo estar na moda - e assim podendo sair dela, como aconteceu com o 'multimídia' - a lógica transmídia permanecerá.

> "As narrativas transmídia se estendem de um extremo a outro da ecologia midiática, abarcando velhos e novos meios. Também atravessam os gêneros: há narrativas transmídia na ficção, no jornalismo, no documentário e na publicidade. Os discursos políticos, científicos, religiosos ou educativos não ficam para atrás e pouco a pouco começam a transmidiatizarem" (Scolari, 2014, p.73).

A indicação sobre a perenidade do conceito transmídia se dá em razão de o Scolari (2014) ver as narrativas transmídia como uma possível solução para enfrentar a questão da atomização das audiências - a qual qualifica não só como um fenômeno cultural, mas um "ataque ao coração do modelo de negócios da indústria cultural" (SCOLARI, 2014, p.71). A ideia é que os conteúdos transmidiáticos permitiriam reagrupar as audiências em torno de determinada história. Segundo o autor, antes as audiências eram *media-centred* e agora tendem a ser *narrative-centred.*

Gosciola e Campalans (2014) ponderam que, uma vez que a narrativa transmídia lida com diversos meios de comunicação, seus projetos narrativos contam com os mais diversos gêneros já consagrados por tais meios. Por outro lado, os teóricos elencam três formatos relacionados ao “território expressivo” da lógica transmídia: narrativa transmídia, estratégia de contar uma história em partes veiculadas por diferentes meios, de acordo com o potencial de explorar determinada parte do relato, é ainda complementada pela cultura participativa; mininarrativa transmídia, ligada a campanhas publicitárias, atividades escolares e livros infantis,

utilizando um número mínimo de plataformas e contando com uma duração curta; e narrativa transmídia ao vivo, também chamada de ARG (alternate reality game) descrita como uma estratégia que alterna ficção e realidade, mesclando atividades no espaço digital com aquelas do mundo real.

Enquanto não é desenvolvida uma nomenclatura para a narrativa transmídia, os autores propõem que sejam seguidos os parâmetros de formatos, como os já citados, e ainda os padrões de gêneros cinematográficos e de ações da comunicação.

> “Os conteúdos têm basicamente três funções: o entretenimento, a informação e a educação. Incluindo essas três funções, os conteúdos se definem de modo ainda mais preciso quando estão organizados de acordo com suas áreas de atuação, quaisquer elas sejam: ficção, documentário, jornalismo, negócios, educação, pesquisa, formação” (Gosciola e Campalans, 2014, p. 42)

Gosciola e Campalans (2014) registram que a narrativa transmídia já é amplamente explorada em campos como a publicidade e a ficção, mas algumas práticas jornalísticas já usam a lógica dentro de seu discurso.

Em larga medida, observa-se facilmente o grande sucesso desse tipo de narrativa no campo ficcional, com a criação de franquias como a de Harry Potter, Matrix, Star Wars, The Walking Dead, Marvel e inúmeras outras, que exploram diferentes estratégias, linguagens e meios para fornecer ao "fã" um mundo narrativo mais amplo e expansível de acordo com seu nível de interação e participação.

Dentro do campo mais informativo e jornalístico, não se observa o emprego da narrativa transmídia em larga escala. Em geral, as produções seguem os passos de grandes jornais como o The New York Times, que produziu o famoso Snowfall. O projeto é citado por diferentes profissionais brasileiros que buscam desenvolver produtos transmidiático - sendo citado pelos três jornalistas entrevistados para a produção da presente dissertação.

O conteúdo transmídia aborda uma avalanche que ocorreu nos Estados Unidos em 2012. O projeto é resultado de um trabalho de reportagem que durou seis meses e envolveu entrevistas com os sobreviventes do desastre, famílias daqueles que faleceram na ocasião. Além disso, os jornalistas tiveram acesso a uma simulação da avalanche, gerada por computador, e outros dados de diferentes centros de pesquisa.

Analisando o cenário de produção de conteúdos transmídia na Espanha, por exemplo, Scolari aponta que as empresas tradicionais de comunicação têm dificuldade em se abrir ao transmídia. Já os grupos considerados multimídia, segundo

o autor, têm todas as condições para criarem obras com as características já elencadas, mas tem dificuldade em articular as diferentes unidades produtivas. O teórico diz ainda que pequenas empresas criadas na última década já não fazem um esforço tão grande em tal sentido, carregando um certo 'DNA transmídia'.

> "O desafio da indústria cultural é dobrado: por um lado, os grandes atores devem levar adiante sua transição do monomídia para o transmídia; é muito possível que, como já acontece em outros mercados como os Estados Unidos, não possam gerir essa transição por seus próprios meios e devam recorrer a profissionais especializados (os chamados produtores transmídia). As pequenas empresas nativas transmídia, por outro lado, tem o desafio de ir além dos nichos locais para conquistar mercados internacionais" (Scolari, 2014, p.79)

De acordo com Scolari (2014), os meios de comunicação acabam se aproximando da lógica das narrativas transmídia a partir de questões muito atuais e em constante discussão, como o chamado 'jornalismo cidadão - que envolve a criação de conteúdos pelos usuários que pode ser enquadrada dentro da "tensão que gera a transmidiatização do discurso informativo" - e o uso crescente da infografia e do jornalismo de dados.

2.1. Jornalismo transmídia e os desafios da produção

Renó (2013) caracteriza o jornalismo transmídia como uma forma de linguagem jornalística que envolve, ao mesmo tempo, diferentes mídias, com diferentes linguagens e narrativas, para diversos usuários. Nessa linha, o jornalismo transmídia tira proveito das possibilidades de comunicação na sociedade pós-moderna, "onde mobilidade e a estrutura líquida, em outras palavras, interatividade, tem papéis importantes no campo comunicacional, entre eles o de engajar e atrair o usuário para a interpretação participativa da mensagem".

Scolari (2014) afirma que poderia se dizer que o jornalismo sempre teve um caráter transmídia, inclusive desde antes da internet - considerando que as narrativas se expandiam da rádio para a televisão, do jornal diário para produções semanais, e os leitores poderiam enviar cartas e ligar para as empresas de comunicação. De acordo com o autor, o processo entrou em uma nova dimensão com os meios e plataformas 2.0 de comunicação, uma vez que hoje não há nenhum meio informativo

que não convide os receptores de conteúdo a enviar informações que permitam expandir uma história.

Renó e Flores (2018) consideram que, ao mesmo tempo que é uma atividade mais complexa e intertextual por si só, dialogando com outros gêneros jornalísticos, a reportagem é um gênero transmídia:

> "[...] possui em um único tema, diferentes linguagens, a partir de diferentes plataformas, que em conjunto constroem a narrativa final, ou seja, o texto passa uma informação, a fotografia passa outra e, de forma distinta o infográfico oferece uma terceira informação. Enquanto o desenho gráfico, apresenta uma informação que os outros três tampouco oferecem. Ao final, o leitor da reportagem tem sua conclusão cognitiva" (Renó e Flores, 2018, p.51)

De acordo com os autores, o desafio é saber como construir uma reportagem para os meios digitais, considerando questões como a interatividade e a circulação das notícias pelas redes sociais. Nessa linha, os autores ponderam que a produção de reportagens transmidiáticas é algo inovador, mas incipiente, e assim defendem a experimentação de tal narrativa:

> “É necessário conhecer e praticar nos meios a linguagem proposta, para que haja um processo evolutivo de acordo com as possibilidades desses meios e de suas estruturas tecnológicas e de públicos. Além disso, devemos igualmente considerar que o processo terá uma evolução de acordo com as possibilidades narrativas, tecnológicas e as necessidades apresentadas pela sociedade em sua evolução socio-comunicacional” (RENÓ e flores, 2018, p.86)

Ao indicarem que a estratégia transmídia já é utilizada dentro de algumas práticas jornalísticas, Gosciola e Campalans (2014) apontam um denominador comum - a hibridização. De acordo com os autores a mescla de estilos e estratégias narrativas está presente em meio aos diversos gêneros jornalísticos - que vem seus limites se diluírem com a influência da lógica transmídia, como no caso das fronteiras entre as narrativas da reportagem, do documentário audiovisual e dos curtas metragens - e também em outras narrativas, com o uso de jogos, ficção ou narrativas literárias e cinematográficas e incorporação de elementos lúdicos para construir um relato jornalístico.

Analisando um exemplo de conteúdo transmídia na esfera jornalística, os teóricos veem a possibilidade dos fragmentos narrativos de determinada produção se classificarem de acordo com os parâmetros tradicionais dos gêneros, sendo possível encontrar combinações entre crônicas e reportagem, por exemplo.

> “O jornalismo está se vendo impelido a assumir que não há oposição, se não complementaridade entre os gêneros, e as múltiplas plataformas digitais atuais permitem desenvolver tanto a especificidade dos gêneros como a colaboração entre eles. Inclusive gêneros pouco propícios para a hibridização narrativa, como a notícia, tendem a incorporar algumas de suas práticas específicas, por exemplo, a viralização e a divulgação por meio de plataformas diversas. Também, as características estilísticas da notícia podem chegar a ser utilizadas como parte de uma estratégia de transmidiação, formalizada por um meio de reportagem multimídia ou um especial que combine gêneros diferentes” (Gosciola e Campalans, 2014, p.49 e 50)

Assim, a reflexão sobre as oportunidades da narrativa transmídia dentro do campo informativo é interessante pela observação de que seus recursos e lógica ampliam e potencializam os parâmetros que servem como base da produção jornalística. Um ponto que se destaca e se relaciona com todos os outros, é o maior recorte e contextualização sobre determinado assunto.

A criação de níveis que exploram a profundidade e o tratamento da informação oferecem ao usuário uma análise mais ampla que leva em consideração e apresenta mais aspectos sobre certo tema. E o usuário, devido à interatividade e participação no processo, pode escolher explorar certa informação ou não. Esse tópico é complementado pela possibilidade da maior pluralidade de vozes dentro da produção (SCOLARI, 2013).

O fato de se trabalhar com um espaço ilimitado, com os níveis de informação e as várias maneiras de disponibilizá-la fazem com que diferentes atores de determinada realidade possam dar seus depoimentos, criando uma grande diversidade de pontos de vista. A mesma dinâmica também pode se dar devido à participação do usuário na construção do conteúdo jornalístico.

Nessa linha, é possível retomar a ponderação de Gonçalves (2014) de que a prática comunicacional deve ser entendida como um processo interativo, e que no jornalismo, experimentar um novo modelo de narrativa como o transmidiático significa “ultrapassar o papel da informação, do factual, para atingir a reflexão e o desenvolvimento do senso crítico, deixando de ser apenas um produto mercadológico da máquina midiática para ser parte do processo de construção da cidadania na sociedade em que se insere”.

A indicação se aproxima das reflexões de Medina (1991), que considera que todo jornalista é um produtor de sentidos, atuando na malha cultural da sociedade, e

assim, como produtor simbólico, precisa dedicar-se à teoria cultural e enfrentar a questão problemática da identidade cultural. Para Medina (1998), a literatura, a oratura e o gesto da arte traduzem o humano, sendo possível pensar no jornalista como um mediador autor, que acolhe a partilha dos desejos anônimos para tornar possível o diálogo da comunicação coletiva.

Também é possível relembrar o destaque dado pela autora ao potencial dos recursos para a produção de sentidos em que ética, técnica e estética estejam a serviço de uma estratégia humanizadora do jornalismo.

> "A informação jornalística plenamente humanizada atenderia, pois, a uma demanda complexa: ideias ou conceitos ou diagnósticos, emoções e mitos, comportamentos e estratégias de ação. Uma vez que o jornalista é um mediador-produtor de sentidos, ele capta conceitos, emoções e comportamentos da sociedade - a realidade cultural imediata a que está exposto - e os representa na notícia, na reportagem ou em qualquer outra peça jornalística". (MEDINA, 1991, p.196)

Além disso, é interessante pensar nas aproximações e convergências entre o jornalismo transmídia e o jornalismo de dados. Recursos como os desse campo aumentam o potencial de contextualização e profundidade da produção, como com as possibilidades de atualização em tempo real e cruzamento de dados.

Como indicam Renó e Gosciola (2014), o jornalismo de dados se dedica ao estudo dos mesmos a partir de procedimentos que reúnem, em um só espaço e com uma técnica específica, atividades estatísticas da área das ciências exatas, combinando os mesmos com procedimentos tradicionais e sociais do jornalismo. A avaliação dos autores é a de que a narrativa transmídia, o conectivismo - processo de construção coletiva do conhecimento - e as tecnologias digitais podem proporcionar uma melhor performance do jornalismo de dados.

Os teóricos defendem o desenvolvimento do campo, destacando:

> "Independentemente de vivermos em um mundo transmídia e também new new media, como afirma Paul Levinson (2012), seguimos sendo cidadãos cada vez mais conectados e ligados à tecnologia binária. Ainda que o jornalista não o seja, hoje os processos laborais são, o que justifica o desenvolvimento da profissão, especialmente no campo onde a precisão é efetiva com ferramentas matemáticas" (RENÓ, GOSCIOLA, 2014, p. 120).

Em tal campo, por sua vez, é interessante recuperar as ponderações sobre datificação de Van Djick (2014), para uma análise mais crítica sobre a dinâmica que envolve os dados na sociedade contemporânea. A autora recupera a definição de

Mayer-Schoenberger e Cukier[4] (2013 apud Van Djick, 2014, p.198), e descreve a dataficação como "transformação da ação social em dados online quantificáveis, permitindo o monitoramento em tempo real e análises preditivas".

Nessa linha, a autora aponta que os metadados se tornaram uma moeda para que os cidadãos paguem por serviços de comunicação e segurança, sendo que tal dinâmica envolve a mudança dos metadados em uma espécie de ativo invisível, que é processado longe de seu contexto original e fora da consciência do público. Van Djick (2014) frisa que uma visão interpretativa sempre é anterior à análise de dados de destaca que os metadados são multivalentes e devem ser vistos como textos multi interpretáveis. “Métodos quantitativos exigem uma indagação qualitativa para refutar a alegação de que padrões de dados são um fenômeno “natual”. Pesquisa de Big Data, em outras palavras, sempre envolve um prisma explícito”, destaca a autora (VAN DJICK, 2014, p.202)

Voltando à discussão sobre a narrativa transmídia, Renó (2017) aponta que nosso cérebro é transmídia, assim como nossos sonhos e projetos. A indicação vai de encontro com a de Jenkins (2009), que considera que a construção transmídia acontece no cérebro das pessoas, naturalmente, por meio da evolução intelectual da sociedade.

Nesse contexto, Renó e Flores (2018) destacam que, na realidade contemporânea, os cidadãos têm cada vez mais o status de "meios" e assim é necessária uma mudança no status do jornalismo rumo a um “jornalista arquiteto”:

> “Não basta somente saber o que é notícia, ou saber encontrar o lead da informação. Agora é necessário definir os novos caminhos para a construção da notícia, ou melhor dizendo, definir como devemos fazer a representação do conteúdo noticioso para um grupo crescente e cada dia mais expressivo entre o público: a sociedade transmídia” (RENÓ E FLORES, 2018, p. 87)

Assim, para o desenvolvimento de conteúdos transmidiáticos, Renó (2017) defende a construção de um roteiro transmídia, programado para que todos os fragmentos interligados se relacionem cognitivamente entre eles, sem assumir uma forma crossmídia, ou seja, com a repetição de conteúdo em diferentes plataformas. "Produzir uma história transmídia é um real exercício para a mente e envolve um trabalho de desenvolvimento de linguagem, não só a construção de conteúdo

[4] Mayer-Schoenberger, V. and K. Cukier. Big Data. A Revolution that will transform how we live, work and think. Londo: John Murray Publichers. 2013.

informativo. É uma arte. É um desafio constante, mas que pode ser superado", aponta Renó (2017, p.17).

Aqui pode-se estabelecer uma ligação com o conceito da bíblia transmídia, uma espécie de mapa de fragmentos, proposto por Scolari (2014). A planificação é essencial para observar a construção do produto com suas diferentes histórias e distribuições em meios e plataformas, mantendo atenção às interligações entre as mesmas. Aqui também podemos lembrar um apontamento de Flusser (2008), sobre a “dificuldade de emergir da história para o espetáculo da linearidade para a superficialidade espectral e circular”.

O esquema de planificação proposto por Renó e Flores (2018) é o de fluxograma algoritmo circular rizomático, para fazer com que “todos os conteúdos sejam complementares e não excludentes ou substituídos” (2018, p.85). A idealização dessa estrutura permite ao produtor transmídia visualizar de melhor maneira os fragmentos do mundo narrativo e como os mesmos se inter-relacionam. Os roteiros destes são desenvolvidos após a confecção desse mapa da narrativa, de acordo com as especificidades e principais características de cada mídia e formato.

Nessa linha, planificação é importante para que se observe a construção de conteúdo com suas diferentes histórias e distribuições em meios e plataformas, cuidando bem da interligação entre as mesmas, uma parte essencial para o sucesso de uma produção transmídia. Além disso, segundo Renó e Flores (2018) é importante oferecer ao usuário uma possibilidade de seleção, para que ele escolha quais conteúdos quer acompanhar - se todos, de uma maneira mais ampla, ou apenas parte da história. Em tais fragmentos, ainda segundo os autores, deve-se oferecer informação suficiente para que o leitor compreenda aquela parte da história.

Assim, um dos primeiros tópicos relevantes ao desenvolvimento de um roteiro de produto transmídia é observar a especificidade das mídias. Além de pensar em quais questões devem ser tratadas ao longo da produção para que se construa os diferentes níveis de aprofundamento e contextualização, deve-se pensar na melhor maneira para disponibilizar aquele conteúdo, explorando inclusive recursos que possam potencializar o relato de diferentes maneiras buscando uma melhor compreensão e visualização da informação, maior acessibilidade e interatividade.

Ao refletir sobre os principais aspectos e todas as possibilidades da narrativa transmídia, é possível discutir a centralidade das imagens técnicas para a construção de conteúdos na sociedade contemporânea. O papel central das mesmas pode ser

observado, em um sentido mais básico, no fato de que temos uma instância produtora de imagens, por meio da qual a imaginação toma forma (MACHADO, 2002).

Em um quadro mais específico, tomando as imagens técnicas como “fenômenos visuais e audiovisuais em que a intervenção técnica produz uma diferença no universo das imagens, marcando muitas vezes uma cisão em relação às imagens do homem” (MACHADO, 2002), é indiscutível que as fotografias, vídeos e outras mídias de tal natureza tem um impacto muito relevante para o usuário.

Como indicado por Debray (1994) atualmente vivemos a era do visual, a videoesfera, na qual a imagem existe como ritual e objetiva e se constitui como informação. Segundo o autor, a imagem hoje apresenta uma aura lúdica e trata da atualidade, da inovação, tendo como suporte a tela, algo imaterial.

Apesar de a reflexão sobre o papel das imagens na sociedade contemporânea contribuir para o desenvolvimento de produtos transmídia, Renó e Flores (2018) destacam que a linguagem de reportagens de tal teor deve ser variada tanto em discurso como na utilização de plataformas:

> “Vídeo, fotografia, texto, animação e áudio (quando for necessário) aonde cada um deles elabore sua própria mensagem. Ao final, a composição interpretativa dos conteúdos proporciona uma expressiva qualidade informativa e/ou de opinião na reportagem. O conceito do coletivo de fragmentos na construção do conteúdo é o que faz com que o formato tenha resultado comunicação” (RENÓ E FLORES, 2018, p.85)

Dessa forma, deve-se pensar em cada relato de maneira independente em um primeiro momento, mas também como parte de todo um mundo narrativo, cuidando para que haja portas de entrada e saída para os diferentes fragmentos da história. Para isso, Scolari (2013) destaca a importância da formação de uma equipe multidisciplinar no projeto, para que as diferentes partes da produção tenham linguagens e formatos adequados e bem trabalhados. Ele destaca a função do produtor transmídia, que verifica a narrativa como um todo, pensando, observando e cuidando dos detalhes das interligações e fragmentos.

Gosciola (2014) indica ainda que os fragmentos de um projeto de tal teor são definidos por sua qualidade narrativa, com a identificação de um enredo central e, posteriormente, a interligação com as ações determinantes da trama. Nessa linha, o autor elenca elementos narrativos das estratégias de meios de comunicação convergentes.

Tabela 1 – Elementos narrativos das estratégias de meios de comunicação convergentes, segundo Gosciola

Narrativas	Tecnológicas	Socioculturais
Verbal: seja no livro, jornal ou revista digital, uma ou múltiplas histórias de recuperado simultâneo ou não, linear ou não linear	digital, projeção em telas de dispositivos digitais (computador, celular, tablet, etc.) predominância de textos ilustrados por imagens (estáticas ou em movimento) e sons, multiplataforma para texto e alguma imagem e som, mínimo investimento em redes sociais	leitura comum ou reagindo às poucas ofertas de interação, sem engajamento colaborativo
Audiovisual: seja no cinema, na TV, no vídeo ou na web, uma história ou múltiplas histórias, linear ou não linear , de recuperado não simultâneo	digital, projeção em telas de cinema, TV e dispositivos digitais, predominância de audiovisual, multiplataforma para imagem, som e algum texto, mínimo investimento em redes sociais	audiência comum, sem engajamento colaborativo, à audiência com moderado grau de engajamento colaborativo

Fonte: Gosciola (2014, p.11)

Outro ponto importante na construção de um roteiro transmídia é a observação dos espaços narrativos. Através desse exercício é possível encontrar pontos ainda não explorados, mas que tem potencial para dar mais profundidade e expandir a narrativa. Essa ação lembra a tentativa jornalística que cobrir todos os espaços e contextos quando um assunto ou tema é tratado. Em outro nível e ponto de vista de produção, é algo que muitos fãs de narrativas transmídia ficcionais fazem em sua condição de prosumers (Scolari, 2014; RENÓ, 2012).

Assim, não só como consumidores de informação, mas também produtores, eles desenvolvem conteúdos que ampliam o mundo narrativo, preenchendo espaços não explorados com fanfictions e teorias. Daí também se pode pensar na tamanha importância da interatividade dentro das produções transmídia, lembrando que ao longo da planificação também se deve pensar em canais para a atuação desses fãs. É preciso desenvolver estratégias, ganchos e espaços para que os mesmos possam participar da construção do produto transmídia.

Nesse ponto podemos resgatar a questão de que construir um conteúdo transmídia se insere na lógica de construir um projeto que tem um início, com diferentes portas de entrada, mas na realidade não ter fim, devido às ressignificações e outras produções que surgem dentro do mundo narrativo.

Muitos teóricos discutem também sobre a questão do desenvolvimento de um produto transmídia desde sua idealização, afirmando que um planejamento já com a concepção da dinâmica dessa narrativa é melhor para que a mesma seja bem

executada. Scolari (2013) acredita que a transformação de um roteiro ou obra linear em algo transmidiático é possível e se observarmos atentamente muitas vezes ela pode se dar sem grandes intervenções dos desenvolvedores, mas sim através da imaginação e participação dos fãs.

Também é possível destacar que o mundo narrativo de diversas produções ficcionais foi construído dessa maneira, como o caso de Harry Potter por exemplo. Se pensarmos no campo jornalístico, essa dinâmica se dá com os comentários e produção de conteúdo (vídeo, imagens, memes) por usuários em geral. A questão principal dessa discussão, no entanto, é relativa às formas de articulação entre esses fragmentos narrativos, que devem se relacionar de tal maneira a permitirem o fluxo entre os níveis de informação.

No campo dos documentários transmídia, por exemplo, Renó (2013) identifica três principais formas de organização dos conteúdos: análogo digital, o estruturado e o de visualização navegável. O primeiro modelo, de acordo com Renó, "valoriza essas duas condições como fundamentais para a construção narrativa ideal." Mesclando os formatos em uma produção, estratégias e linguagens diferenciadas são utilizadas. Ele aponta ainda que esse tipo de modo é indicado adaptações ou ampliações de produtos lineares em narrativas transmídia. O segundo, que Renó aponta como mais recomendável para documentários jornalísticos, se baseia na ideia de uma multiplataforma de conteúdos. Apesar de oferecer certa interatividade, o formato é menos expansível e navegável. Já o modo de visualização navegável tem esse nome por oferecer em um único ambiente todos os conteúdos de navegação.

Os conteúdos podem ser abordados nas mais diferentes plataformas e linguagens. As opções são as mais diversas e aumentam a cada dia com o desenvolvimento de novas tecnologias e recursos a serem explorados. Assim pode-se pensar muito livremente e da maneira mais criativa possível diante do tópico de exploração de meios, formatos, plataformas e linguagens, sempre considerando suas especificidades e oportunidades e observando que cada um deles deve ser explorado de maneira independente, mas parte de uma dinâmica mais ampla.

Como já mencionado, Jenkins (2009) destaca a importância das ligações entre os fragmentos narrativos na narrativa transmídia. Elas são as portas de entrada e trânsito entre os textos e assim devem ser muito bem trabalhadas e planejadas, para que haja o fluxo entre os níveis de profundidade do tema tratado.

Renó e Flores (2012) apontam a presença e interação através de redes sociais como um dos pontos principais da narrativa transmídia. Elas são importantes não só devido ao engajamento e participação dos usuários através de comentários e compartilhamentos, mas também por conta das possibilidades narrativas que podem oferecer, uma vez que também contam com um programa específico. Assim deve-se pensar não só em como gerir essas participações, no sentido de estimulá-las, mas também integrá-las à construção do conteúdo transmídia. Nessa linha é possível produzir conteúdos específicos para as redes sociais, que façam parte de determinado mundo narrativo, pensando nas plataformas não apenas como um meio de divulgação de conteúdo, mas um espaço narrativo em si.

Para realizar um plano de mídias dentro da planificação do conteúdo transmídia e as estratégias de interação com os usuários é preciso conhecê-los, buscando entender como os mesmos se portam diante das mídias sociais, elaborando maneiras de dispor o conteúdo e realizar a divulgação nesses ambientes. O importante é que o canal de troca com o prosumer sempre esteja aberto.

Aqui podemos traçar um parâmetro com os apontamentos de Manovich (2017) sobre o Instagram, que descrevem bem como a sociedade é moldada pelo software. O autor analisou diversas postagens da rede social e identificou que a mesma captura uma cultura social. Nesse sentido, apontou como as ferramentas podem limitar os potenciais criativos, mas permitem jogar, além de dialogar sem a expectativa de criar novas obras - mesmo criando novas informações a todo momento.

Um ponto interessante observado no estudo de Manovich (2017) é o de que cada rede social tem sua finalidade e dessa maneira os conteúdos postados são diferentes. Esse aspecto tem direta relação com a narrativa transmídia, que busca explorar as especificidades de cada mídia ao desenvolver os fragmentos da narrativa, sendo as redes sociais uma possibilidade de plataforma para tanto.

É interessante observar que dentro dessas próprias redes há ainda programas distintos, que influenciam o modo em que as pessoas interagem com determinado conteúdo e além disso, o próprio desenvolvimento de alguma postagem. O Instagram hoje, por exemplo, tem um contexto diferente do que apresentava quando Manovich desenvolveu seu estudo.

A dinâmica dos stories - vídeos breves e efêmeros - é diferente da do Igtv - produções com maior duração - não só com relação ao tempo gasto pelo público que os acessa, mas quanto ao formato de gravação, local onde o conteúdo é consumido,

compartilhamento e forma de acesso. Além disso, com a popularização do Tiktok, rede que 'concorre' com o Instagram, foi observada uma nova mudança na dinâmica da rede social, moldada pelo comportamento de seus usuários.

Outra questão retratada por Manovich (2017) é que as predefinições do programa, entre elas os filtros, o formato das fotos, acaba delimitando comportamentos. O Instagram acabou por criar um gênero, mediatizando a vida das pessoas - o instagramismo. Novamente estabelecendo uma ponte entre as indicações do autor e a nova rede social dominada pela geração Z, é possível refletir sobre uma mesma lógica envolvendo o Tiktok e as tendências lançadas na plataforma.

Nessa linha, é importante para o produtor de conteúdo ter essa questão em mente ao criar produtos para as redes sociais: observar a dinâmica de interação e os padrões ali contidos, determinados pela própria plataforma. Essa transposição entre a vida virtual e a vida concreta, no sentido mais bruto da palavra, evidencia uma tendência importante, que inclusive pode ser explorada pela narrativa transmídia.

3. JORNALISMO CIENTÍFICO

Burkett (1990) definiu a redação de ciência como um dos tipos de comunicação especializada que evoluiu no século XX, que se debruça sobre assuntos e temas altamente organizados. Nesse contexto, o comunicador tem um papel fundamental para aproximar o público em geral e o conhecimento científico, não só traduzindo termos e explicitando conceitos, mas retroalimentando as duas esferas com questões relevantes, na busca de um diálogo verdadeiro e benéfico para a sociedade como um todo.

No entanto, apesar de o século XXI ser marcado como aquele em que se iniciou a profissionalização de comunicadores especializados no tema, a comunicação científica, como gênero literário, teve início nos séculos XVII e XVIII, indica Hernando (2002). O presidente da Associação Espanhola de Jornalismo Científico diz que a ânsia de saber faz parte da condição humana desde o surgimento da história. O autor frisa que grandes nomes da história perceberam muito rápido a importância da difusão do saber, citando por exemplo o filósofo, pintor, escultor, engenheiro e inventor Leonardo da Vinci.

No entanto, como mostra Silva, uma década que acabou sendo marcante para a comunicação sobre ciência foi a de 1970, quando surgiram na Europa críticas ao modelo de divulgação científica que acabou sendo considerado como feito para um “público culto”. “Nesta época surge o conceito de comunicação científica, uma estratégia baseada na informação densa de conteúdos científicos, mas com linguagem voltada para o grande público, como forma de aumentar a percepção da ciência, traduzida pela melhor compreensão da sua natureza, objetivos, métodos e resultados”, explica o autor.

É nesse contexto que são definidos os conceitos de difusão, disseminação e divulgação científica, como detalha Bueno (1985). De acordo com o autor, os três conceitos compartilham o mesmo terreno, o dos “processos, estratégias, técnicas e mecanismos de veiculação dos fatos e de informações que se situam no universo da ciência e tecnologia”, mas apresentam características específicas.

O conceito mais amplo descrito por Bueno (1985) é o da difusão científica, uma vez que faz referência a todos os processos e recursos utilizados para a veiculação de informações sobre ciência, diz o autor. Assim, o conceito abarca a divulgação, a

disseminação e o próprio jornalismo científico, “considerando-os como suas espécies”.

Já a disseminação científica é considerada pelo autor aquela que envolve a transferência de informações a um público formado por especialistas, com código, conteúdo e até mesmo o ambiente voltado aos mesmos. Nessa linha, ela pode ser intrapares ou extrapares, a depender do público atingido - teóricos da mesma área ou de fora dela.

Por fim, a divulgação científica seria, segundo Bueno, aquela que usa recursos, técnicas e processos para veicular informações sobre ciência ao público em geral, o que pressupõe um processo de recodificação - a transposição de uma linguagem especializada para uma não especializada, tornando o conteúdo acessível. Assim, tal campo abrangeria não só o da imprensa, mas também livros didáticos, cursos de extensão, histórias em quadrinhos e outros tipos de conteúdo.

O autor chegou a definir o jornalismo científico como uma “espécie” de divulgação científica. Segundo Bueno, a prática trata da veiculação de informações sobre ciência ao público em geral, mas incluindo traços inerentes ao jornalismo, como a atualidade e a universalidade. O autor chegou a fazer críticas sobre o fato de o jornalismo científico se constituir no País como "quase sempre em uma mera reprodução da estrutura antidemocrática do saber (e poder) científico e tecnológico". Segundo Bueno, o conceito deve incluir uma postura crítica e não aderir a um movimento que "imprime à ciência um caráter fetichista".

Além disso, o teórico registrou ainda que o jornalismo científico deve incorporar ainda as ciências humanas, técnicas e processos mais simples, visando eliminar um preconceito da área de que apenas as teorias complexas e aplicações tecnológicas avançadas seriam objeto do jornalista especializado em ciência. "O conceito de jornalismo científico que postulamos não exclui áreas ou níveis de informação", registrou à época.

Na época, o autor ponderou que, em linhas-gerais, apontava-se que o jornalismo científico cumpre seis funções básicas: informativa, relacionada à divulgação das informações sobre ciência que permitem à população inteirar-se das novas descobertas da ciência e suas implicações políticas, econômicas e socioculturais; a educativa, envolvendo as relações pedagógicas ligadas aos processos de divulgação científica (tópico que será abordado adiante); a social, ligada não só à preocupação em situar a informação científica em um contexto mais amplo,

mas também ao processo de humanização da ciência e a intermediação entre a mesma e a sociedade; a cultural, que contempla uma visão crítica da difusão de ciência por diversos ambientes culturais; a econômica, relacionada ao papel do jornalismo científico de contribuir para o aumento do intercâmbio entre institutos, universidades, centros de pesquisa e o setor produtivo; e, por fim, a político-ideológica, que busca evitar que o jornalismo científico funcione como mero reprodutor.

Já em 2010, Bueno atualizou os conceitos, ponderando que a “ transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento” seria classificada como comunicação científica. Antes, como exposto, o autor classificava tal tipo de conteúdo como disseminação científica.

Na ocasião, o autor ponderou ainda que a divulgação da Ciência e Tecnologia pela imprensa estabelece instâncias adicionais de mediação - "interferência de um agente (o jornalista ou divulgador) e de uma estrutura de produção". A avaliação de Bueno foi a de que tais mediações podem "aumentar o nível de ruídos na interação com o público" e até "comprometer" a qualidade da informação.

Nessa linha, o autor indicou que, quando o processo de divulgação científica envolve uma relação mais direta entre o cientista e o público, "potencializa-se, com mais facilidade, a interação e a qualidade das informações é preservada". Por outro lado, Bueno pondera que diferentes pesquisadores têm dificuldade para se comunicar com públicos outros que não os dos próprios cientistas, uma vez que isso implica "alterar o nível do discurso e/ou simplificar certos processos ou conceitos".

No entanto, como será indicado a seguir, o conceito de comunicação científica adotado para as reflexões da dissertação será o descrito por Silva (2010). Na avaliação do autor, a divulgação científica - enquanto prática do jornalismo científico, à parte de outras formas de divulgação, como textos produzidos por cientistas e voltados para o grande público - é entendida no Brasil como a comunicação dos fatos e resultados da produção científica, por si só, sem abordar os métodos que resultaram em determinada descoberta ou produzir uma discussão crítica sobre o assunto. Nesse âmbito, o autor indica que o cientista é visto como emissor e o jornalista como um redator. Silva aponta ainda que tal conceito por vezes é confundido com a ideia de disseminação científica - comunicação que tem como público alvo outros cientistas e é feita principalmente por meio de revistas.

A comunicação científica, por sua vez, diz respeito a uma etapa seguinte à divulgação científica, explica Silva. De acordo com o autor, ela aumenta a percepção da ciência, traduzindo sua natureza, objetivos, métodos e resultados. Nesse contexto, o jornalista se torna um mediador social e produtor de conhecimento, explorando outras fontes de informações e criando um diálogo social. Para o teórico, tal atividade possibilita que o público tenha acesso a instrumentos para compreender avanços científicos e tecnológicos e seu papel social.

De acordo com Silva, a comunicação científica não só ouve o pesquisador, mas explora outras fontes de informação, incluindo visões opostas, e assim estabelece um diálogo social - extrapolando "o mero papel de escriba para se tornar um mediador social pleno, além de, acima de tudo, um produtor de conhecimentos" (SILVA, 2017, p.36). Os campos das ciências são vastos, específicos e por vezes contraditórios, e dar vazão para essas informações exige um esforço metodológico e estratégico, comum ao exercício jornalístico. Nessa linha, Silva destaca:

> “A comunicação científica é a efetivação plena do jornalismo científico, o qual, se não se dedicar a informar a população de forma simples e objetiva como é que o cientista chega aos seus resultados – ou seja, a informar o funcionamento do método de cada pesquisa, incluindo, também diversos pontos de vista” (SILVA, 2017, p.36).

O autor ainda destrincha o conceito de midialogia científica, que considera outras formas de comunicação, como vídeos, livros, histórias em quadrinhos - até com elementos ficcionais - "na construção de narrativas capazes de levar a sociedade a uma melhor compreensão da ciência". Segundo Silva, a comunicação e a midialogia científica são capazes de contribuir para o desenvolvimento da cultura científica.

> "A cobertura de ciência precisa sair do mero relato dos resultados, focando informar a população, também, sobre os métodos adotados nas pesquisas, o que inclui humanizar o cientista, relacionando suas escolhas metodológicas com suas experiências pessoais (quando for o caso) e evidenciando como a ciência é um processo humano, subjetivo e que, por conta dessas características, como está mais próximo das pessoas do que elas imaginam" (SILVA, 2017, p.39)

As ponderações de Silva sobre a comunicação científica se relacionam, em certo sentido, com a ideia de comunicação pública da ciência, descrita por Caribé (2015). Ao analisar uma série de termos usados para descrever a comunicação sobre ciência, ela recupera o conceito usado na França, que, segundo a autora, envolve "a soma das atividades que possuem conteúdos científicos elaborados em linguagem acessível ao público leigo".

De acordo com Caribé (2015), a comunicação pública da ciência é estimulada pelo interesse do público nas produções científicas; na consciência de que "os sistemas de Ciência e Tecnologia mantenham a imagem da ciência como instrumento de bem-estar econômico e social, para que a opinião pública seja favorável ao desenvolvimento e financiamento de projetos"; e na "imprescindibilidade da informação científica para a compreensão da realidade que cerca o homem moderno" (CARIBÉ, 2015, p.100).

A autora também recupera ponderações sobre o termo alfabetização científica, que, segundo ela, é usado como meta educacional e diz respeito ao que o público deve saber sobre ciências. Referenciado Popli[5] (1999, apud CARIBÉ, 2015), a teórica diz que a alfabetização científica é considerada como parte essencial da educação e da cultura, no sentido de que todos cidadãos tenham alguma familiaridade com a ciência. Ainda segundo Batoré, o conceito pode se confundir com educação científica, que, na avaliação da autora, pode ser considerada como processo. Nessa linha, a alfabetização científica seria um resultado, “pois sua descrição está sempre associada às habilidades que seriam desenvolvidas nos indivíduos”, diz Caribé (2015, p.100)

> “Sobre os três tipos de alfabetização científica, considera-se que o indivíduo encontra-se apto ao exercício da cidadania, a partir do momento em que domina a alfabetização prática, aplicando o conhecimento científico na sua vida cotidiana, a alfabetização cultural em que o indivíduo aprecia a ciência como atividade cultural e a alfabetização cívica que capacita o cidadão, consciente dos problemas, resultados e perspectivas que instrumentalizam para o exercício da cidadania” (CARIBÉ, 2015, p.102)

Sobre tal tema, Bueno (2010) destaca que o ato de divulgar ciência não se limita à "enunciação unilateral" de dados e processos a serem assimilados pelo público e assim o ensino sobre o tema deve fugir de uma "concepção presenteísta e reducionista". Assim, na avaliação do autor, a alfabetização científica deve contextualizar as informações, os dados e os resultados de pesquisa para garantir sua temporalidade, o desvelamento de intenções e de oportunidade para sua produção e aplicação.

---

[5] POPLI, R. Scientific literacy for all citizens: different concepts and contents. Public Understanding of Science, London, v. 8, p. 123-137, 1999.

Bueno (2010) destaca ainda que a alfabetização sobre ciência deve ainda contextualizar a produção científica dentro dos interesses e patrocínios a que ela está ligada, além de promover a aproximação e o diálogo entre os cientistas e a sociedade.

Novamente em diálogo com Silva, um outro conceito abordado por Caribé (2015) é o da cultura científica, que “se refere à série de significados práticos disseminados em vários campos sociais” (BATORÉ, 2015, p.100). Ainda segundo a autora, o termo abarca a divulgação científica e a inserção dos temas da ciência e da tecnologia no dia a dia da sociedade, trazendo a ideia de que o processo que envolve o desenvolvimento científico é cultural.

3.1. As características e os desafios da cobertura sobre ciência

Considerando as classificações expostas e refletindo sobre aquelas que estabelecem o diálogo com a sociedade, Silva (2017) explica como a cobertura de ciência precisa focar em “um processo de comunicação capaz de traduzir, humanizar”. De acordo com o autor, o jornalista de ciência deve ter uma preocupação pedagógica, buscando “sempre a melhor forma de mostrar para as pessoas os resultados das pesquisas científicas, seus caminhos (métodos) e, portanto, sua inserção social, desmistificando a ciência e contribuindo para tirá-la do pedestal”. E para fazer tal ponte, o jornalista deve se atentar às características centrais da ciência, apontando que a mesma pode e deve ser compreendida como a atividade humana que é (BURKETT, 1990).

O jornalista que visa contribuir com o processo de divulgação e comunicação científica deve se atentar a alguns aspectos, indica Silva. Um deles é a compreensão sobre a diferença entre a ciência básica e a aplicada. Enquanto a primeira “é o pilar de todo conhecimento”, uma vez que gera conceitos, métodos e técnicas, a segunda emprega tais descobertas em benefícios palpáveis, como os produtos tecnológicos.

Outro ponto considerado fundamental para a formação de jornalistas especializados na área é a ideia de mutabilidade da ciência, ou seja, a “compreensão de que o conhecimento é transitório”. “As “verdades” se baseiam em interpretações da realidade, constantemente revistas conforme a ciência amplia a autenticidade e a qualidade das informações necessárias à organização destas interpretações, as quais também dependem da capacidade de comunicação e, portanto, de troca de informações entre a comunidade científica e, de maneira abrangente, de toda

população ou sociedade, a qual estrutura a ciência, apesar de termos a impressão de que não", explica.

A reflexão sobre o método é outra questão central para entender e escrever sobre ciência. Silva ressalta a importância de o jornalismo se abordar, além dos resultados de uma pesquisa, seu método, o caminho que levou até aquele momento. Segundo o autor, tal exercício contribui para que as pessoas compreendam a natureza e o funcionamento da ciência e assim construam seus conhecimentos.

Silva menciona ainda a importância do investimento da cobertura da política científica e tecnológica, para que a população entenda os detalhes dos processos de pesquisa, além da dinâmica de financiamento dos estudos (quem financia o quê e para quê).

Já em outro sentido, mais relacionado à produção de conteúdo sobre ciência, uma etapa importante do jornalismo científico é se atentar para o que é notícia e também reconhecer os aspectos importantes de uma história – e para isso o jornalista se baseia em critérios. Burkett descreve critérios tradicionais para a escolha de notícias, mas o avalia sob a ótica da redação de ciência. O autor apresenta ainda outros quatro critérios, mais específicos ao jornalismo científico. Os conceitos amplos do cotidiano jornalístico, quando pensados no âmbito da divulgação científica, ganham outras conotações, ressalvas e possibilidades.

No jornalismo científico, a questão do pioneirismo e da singularidade, por exemplo, dialogam diretamente com o contexto e o método que resultaram em uma descoberta. Os erros e técnicas que levaram à produção de uma nova informação são detalhes interessantes para uma história e podem resultar em outras pautas. O conflito também toma uma dimensão diferenciada uma vez que, ao colocar mais pontos de vista em confronto, o jornalista não só preenche uma proposição do jornalismo, de pluralidade de vozes, mas também ressalta uma importante parte do processo científico em si, de testes e diferentes linhas de pesquisa.

Outro critério abordado por Burkett é o de proximidade. O autor faz uma discussão não só sobre a relevância da distância geográfica entre os acontecimentos e o veículo e seu público, mas também sobre a escolha de fontes que participarão da matéria. Especialistas locais podem revelar aspectos importantes e específicos em pesquisas e levantamentos mais abrangentes, além de que, geralmente, desenvolvem pesquisas mais focadas que impactam a vida dos cidadãos de determinada região. Outro ponto muito intrínseco ao jornalismo científico é o significado.

A necessidade de contextualizar um fato e explicar uma situação é ponto básico do jornalismo, mas para a divulgação científica tal questão atinge um outro patamar. E sob certa ótica, tal critério tem direta relação com o impacto de um conteúdo. Também é interessante refletir como os critérios jornalísticos se manifestam com maior frequência em algumas áreas da comunicação científica do que outras, indicando diferenças entre coberturas como a de saúde e a de astronomia. O interesse humano, por exemplo, é mais amplamente explorado pela primeira por conta do próprio teor do assunto.

Como Burkett (1990) indica, há um interesse natural de pessoas por outras, o que muitas vezes provoca uma resposta mais forte que as estatísticas. Assim, um personagem acaba gerando um engajamento maior e necessário aos assuntos de saúde. Há ainda pautas que exploram as personalidades dos cientistas célebres, que acabam por conferir ainda mais respeitabilidade a uma pesquisa científica.

Ainda na linha do interesse humano, a cobertura de astronomia utiliza o interesse público de uma outra maneira, instigando uma relação com o cientista, mas explora mais a necessidade de conhecimento e a curiosidade do ser humano. Este critério, que envolve a curiosidade do ser humano, é um dos apontados por Burkett como mais relacionado, de certa maneira, ao jornalismo científico.

Além dele, o autor menciona a necessidade de sobrevivência, as necessidades culturais e a demografia. Esses critérios destacados por Burkett evidenciam apenas uma parte do trabalho jornalístico para a comunicação científica, lembrando de seus diferentes níveis. Tais observações dizem mais respeito ao método jornalístico em si. Há ainda a menção a critérios tradicionais como oportunidade, timing, variedade e equilíbrio. Dessa maneira, se pensarmos nos outros aspectos do processo jornalístico – de distribuição, produção, recepção – pode-se observar diversas outras especificidades e também possibilidades para melhor criar o tal diálogo entre a ciência e a sociedade.

Hernando (2002) chegou a apontar que as sociedades do terceiro milênio precisariam de um comunicador que seja capaz de avaliar, compreender e explicar não só o que está acontecendo, mas até o que pode acontecer, em referência a cenários considerados "decisivos da transição à nova sociedade". De acordo com o teórico, para cumprir tais objetivos, o tal comunicador precisa de ânsia por compreensão, amor à informação e ao conhecimento, curiosidade universal e o desejo de aprender e ensinar.

O autor destaca que não parecem existir dúvidas sobre a urgência de uma melhor compreensão do progresso científico, colocando a divulgação da ciência, junto com a educação, entre os grandes desafios da sociedade tecnológica. De acordo com Hernando, a comunicação científica é "uma necessidade das sociedades democráticas, uma necessidade cultural, econômica e inclusive política" (HERNANDO, 2002, p.17).

Hernando ainda fez um alerta para o paradoxo, já advertido por Carl Sagan, de que em uma sociedade cada vez mais influenciada pela ciência e pela tecnologia, o cidadão médio saiba tão pouco sobre as mesmas, que impactam diretamente sua vida individual e coletiva. O teórico chega a classificar como 'curioso' que nem nas democracias seja percebida a necessidade de promover a compreensão pública da ciência, até para melhorar a própria democracia.

É também nessa linha que Hernando (2002) coloca como "evidentes" as dificuldades de realizar um jornalismo científico rigoroso, exigente e responsável, que é obrigado a "competir", no cotidiano, com guerras, desastres naturais, crimes, crises políticos econômicas e sociais, além das "pseudociências perturbadoras para o indivíduo e para a sociedade, que se aproveitam do misterioso, do desconhecido e do irracional" (2002, p.18).

Mesmo com os diferentes desafios e obstáculos, no entanto, o presidente da Associação Espanhola de Jornalismo Científico considera que o papel decisivo da ciência está diretamente ligado a um grande esforço de difusão. Ele pondera:

> "Revelar os mistérios do universo, enriquecer o conhecimento, melhorar a qualidade de vida são alguns dos objetivos do pesquisador científico. Esses e outros fins terão de ser explicados pelo jornalismo especializado em ciência e tecnologia para facilitar a compreensão do público, aproximá-lo do trabalho científico e fazê-lo participar de alguma maneira do que é a mais fascinante aventura intelectual do nosso tempo, o conhecimento. E tudo isso temos que fazer com os melhores recursos do nosso ofício e buscando oferecer a nosso trabalho a atratividade máxima. Nem na divulgação em geral, nem no jornalismo científico em particular, podemos ignorar suas dimensões artísticas, lúdicas, divertidas; ou seja, devemos apresentar o conhecimento ao público como uma alegria para o ser humano e a alegria de saber" (HERNANDO, 2002, p.18)

Ao refletir sobre a importância da divulgação científica, também é interessante lembrarmos de um problema enfrentado tanto pelo campo da comunicação quanto pela ciência em si - especialmente considerando características do processo científico, como a testagem de hipóteses, a revisão por pares: a desinformação. A

consolidação da internet levou a uma circulação ainda maior das informações na sociedade, o que levou Miége (2009) a propor o conceito de informacionalização - uma lógica de comunicação caracterizada pela circulação crescente e acelerada dos fluxos de informação. Como pondera Flussser, "o critério para a crítica da informação hoje está mais para a seguinte pergunta: até que ponto as formas aqui impostas podem ser preenchidas com matéria? Até que ponto as informações são operacionais ou produtivas" (2017, p.29)

Neste contexto, se a desinformação sempre existiu, seus efeitos acabaram ampliados. Evgeny Morozov (2018, p. 185), diz que "o problema não são as fake news, e sim a facilidade e a velocidade de sua disseminação, e isso acontece principalmente porque o capitalismo digital de hoje faz com que seja altamente rentável produzir e compartilhar narrativas falsas que atraem cliques".

Em meio a tal contexto, observamos o surgimento dos projetos de checagem de fatos, que buscam combater a desinformação e os impactos diretos que a mesma tem sobre a sociedade. No entanto, Wardle e Derakshan (2017) indicam que a ofensiva contra a desinformação envolve um trabalho mais amplo, com a atuação de empresas de tecnologia, dos governos nacionais, das organizações de mídia, da sociedade civil, dos órgãos de educação e também dos de financiamento.

No relatório *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, os pesquisadores listam tópicos perpassam pela transparência das instituições que trabalham com os dados, o trabalho colaborativo, a realização de treinamentos, incentivo a padrões éticos, a criação de ferramentas de checagem e verificação de conteúdos, etc. Com relação à população em específico, a Wardle e Derakshan (2017) defendem a educação sobre os impactos da desordem da desinformação, além do não compartilhamento de conteúdos falsos.

4. AS POSSIBILIDADES DA NARRATIVA TRANSMÍDIAS ALIADAS À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO SOBRE CIÊNCIA

Considerando as reflexões de Elizabeth Saad (2015) sobre uma epistemologia da comunicação que leve em conta as seguintes condições de centralidade, transversalidade e resiliência da contemporaneidade digital, foram selecionados três projetos para análise e reflexão acerca das possibilidades de um jornalismo transmídia que avance sobre o campo da divulgação científica: A batalha de Belo Monte, da Folha de S.Paulo; Político em construção do Estado de S. Paulo; e 'Rio Tibagi: um gigante paranaense', elaborado pela Folha de Londrina. É importante sinalizar que tais projetos foram escolhidos por sinalizarem a tentativa de construção de narrativa transmídia, sendo a proposta analisar sua dinâmica de produção e consumo sem partir de questões pré-estabelecidas.

O especial 'A Batalha de Belo Monte' trata da construção da usina hidrelétrica brasileira bacia do Rio Xingu no Pará e é reconhecido como uma das primeiras produções com características transmidiáticas elaboradas no País. Nessa linha, tal conteúdo foi selecionado por ter se consolidado como um projeto referência e também por apresentar, de acordo com uma breve análise superficial, aspectos característicos da divulgação científica.

O 'Político em Construção' também foi escolhido por ter traços característicos na narrativa transmídia e ainda trata da divulgação de ciência dentro de um outro campo, o da ciência política. O projeto ainda apresenta uma estrutura diferenciada, apresentando conteúdo em camadas. Além disso, o projeto conta com fragmentos narrativos que exploram diferentes gêneros e propostas de conteúdo, mais além da questão das plataformas atreladas ao conceito de trans(mídia).

Já a análise do especial 'Rio Tibagi: um gigante paranaense' proporciona uma reflexão mais atrelada à organização e planejamento do projeto, uma vez que faz parte da iniciativa do caderno transmídia do jornal Folha de Londrina. O projeto foi laureado no The Data Journalism Awards 2018, pela proposta imersiva do caderno do qual faz parte, e, nessa linha, possibilita uma análise sobre a perspectiva de idealização de projetos de tal teor.

Para avaliar os conteúdos supracitados tomou-se como referência a análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2016), que trata da articulação entre o método quantitativo e qualitativo. Assim buscou-se elencar pontos dos projetos sob

duas óticas, a da narrativa transmídia e a da comunicação científica, buscando reflexões na intersecção dos dois campos.

Seguindo as indicações de Bardin (2016) sobre as diferentes fases de análise de conteúdo, foi realizada uma pré-análise, focando na elaboração de indicadores para balisar as avaliações dos conteúdos. Outras etapas de tal momento inicial, de organização – a escolha de documentos a serem analisados e a formulação de hipóteses (BARDIN, 2016, p. 125) – já haviam sido estabelecidas em um momento inicial da pesquisa, quando houve a melhor estruturação do projeto de dissertação.

Se no início do desenvolvimento do mestrado foi realizada uma primeira leitura flutuante de certos conteúdos, para a definição dos objetos da pesquisa, quando foram elaborados os indicadores para a análise, foi realizada uma segunda leitura com tal teor, podendo-se observar, como indicado por Bardin que “pouco a pouco a leitura vai se tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre os materiais análogos” (2016, p. 126)

Também vale destacar que buscou-se trabalhar com procedimentos exploratórios, que, segundo Bardin, envolvem técnicas que “a partir dos próprios textos, apreender as ligações entre as diferentes variáveis, funcionam segundo o processo dedutivo e facilitam a construção de novas hipóteses” (2016, p. 129).

Nessa linha, durante a análise buscou-se observar as características de cada um dos conteúdos citados sob o prisma da narrativa transmídia e do jornalismo científico. Com relação à prime*ira,* foram considerados os conceitos abordados por Jenkins (2009), complementados pelas ponderações de Jeff Gomes - como sugerido por Scolari (2014) - e de Gosciola (FLORES E RENÓ, 2018). Já com relação aos aspectos de divulgação científica das produções, refletiu-se sobre os conceitos de disseminação, divulgação e comunicação científica (CARIBÉ, 2015; SILVA, 2017), observando, dentro da perspectiva do jornalismo científico, os critérios elencados por Burkett (1990).

Além das análises e reflexões sobre os conteúdos, procurou-se entrevistar jornalistas que participaram da construção das produções, em geral coordenando os projetos. A atuação destes, em níveis diferentes, acaba se aproximando da definição de produtor transmídia citada por Scolari (2014) - um profissional que busca coordenar equipes de produção transmídia.

Bardin classifica as entrevistas como um recurso à análise de conteúdo, para “tirar partido de um material dito ‘qualitativo” (2016, p. 93). A autora explica que

normalmente as entrevistas são classificadas de acordo com a profundidade do material verbal recolhido, destacando que tanto no caso daquelas não diretivas – mais longas e que precisam de uma prática psicológica confirmada – como no das semidiretivas – mais curtas e mais focalizadas – devem ser integralmente transcritas.

Aqui buscou-se estabelecer um diálogo entre as análises de conteúdo e apontamentos dos jornalistas que produziram as obras sob avaliação para buscar reverberações e reflexões sobre diferentes aspectos da narrativa transmídia e do jornalismo científico. De todo modo, a íntegra das entrevistas é disponibilizada nos anexos da dissertação.

4.1. ‘A Batalha de Belo Monte’

O especial Batalha de Belo Monte foi produzido pelo jornal Folha de S.Paulo em 2013 para abordar diferentes aspectos relacionados à construção da Usina Hidrelétrica de Belo Monte, na bacia do Rio Xingu, no norte do Pará, próximo ao município de Altamira. Desde seu desenvolvimento, o projeto de infraestrutura encontrou resistência de ambientalistas, gerando diferentes embates acompanhados pela mídia.

O conteúdo desenvolvido pela Folha sobre a hidrelétrica é organizado em cinco capítulos, com reportagens sobre diferentes aspectos relacionados à usina - 'obra', 'ambiente', 'sociedade', 'povos indígenas' e história'. Compõem a produção 55 fotografias, 24 vídeos e 18 gráficos, informa a própria Folha de São Paulo.

A produção ainda conta com uma descrição dos bastidores da reportagem, um mapa interativo da Bacia do Xingú e o Folhacóptero, jogo no qual o usuário percorre a usina com um helicóptero, recolhendo informações ao longo do percurso. Verifica-se que o projeto é bem estruturado, explorando as diferentes mídias de acordo com a especificidade de cada conteúdo ali apresentado, articulando personagens, especialistas e dados.

De acordo com o 'making-off' do projeto, 19 pessoas participaram da elaboração do especial 'A Batalha de Belo Monte'. O jornal cita repórteres de texto, um fotográfico, um de vídeo, além de profissionais que trabalharam na parte de infografia, montagem do site, colheita de depoimentos de fontes e produção de conteúdo com sobrevoos na obra.

Figura 1 - Capa do especial ‘A Batalha de Belo Monte’, produzido pela Folha de S.Paulo

Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

O mesmo texto sobre os bastidores da produção classifica o especial como uma "extensa reportagem multimídia", com a "ambição de apresentar o máximo possível de pontos de vista sobre a polêmica usina". No entanto, há características transmidiáticas que podem ser observadas no projeto, considerando como diferentes fragmentos do mesmo se interelacionam e complementam.

O especial sobre a Usina de Belo Monte é considerado pela Folha de S. Paulo o primeiro conteúdo da série Tudo Sobre, que apresenta "dossiês digitais" sobre temas variados. Sob tal alçada, a equipe do jornal desenvolveu projetos com características similares sobre a ditadura militar, desmatamento, recursos hídricos, contrabando e os Jogos Olímpicos de 2016.

A estrutura dos conteúdos - estética e organização - ainda se repete em outras produções da Folha de S. Paulo, como é o caso do especial 'Estado Alterado', que reúne reportagens sobre os efeitos das diferentes políticas para drogas desenvolvidas por diferentes países.

O ponto central do especial sobre a Usina de Belo Monte é a série de reportagens produzida pela equipe do jornal. A estrutura dos capítulos sugere um

caminho narrativo a ser percorrido pelo usuário, mas os menus no início e no final da página permitem que a navegação seja alterada.

O primeiro capítulo do projeto, ponto de partida sugerido de maneira implícita pelos produtores, apresenta o contexto e os detalhes da obra de Belo Monte. O texto usa a descrição de cenas para situar o usuário em meio ao cenário de construção da hidrelétrica, sendo permeado por informações sobre a execução do projeto, dimensionando o tamanho da obra.

Nessa linha, são apresentados dados sobre outras hidrelétricas em infográficos. Além disso, informações mais básicas - como o volume de escavação da construção e os materiais usados na obra - são comparadas, em escala, com infraestruturas mais facilmente reconhecidas pelo usuário - com referências ao Estádio do Maracanã e a Torre Eiffel -, o que faz com que o usuário possa ter a real dimensão da construção.

Ainda na ideia de contextualização, não são só abordadas informações técnicas sobre a construção da usina em si, mas também outras questões externas relevantes sobre para a obra, como a questão da logística - que afeta, por exemplo, a alimentação das pessoas que trabalham na obra. Em outra linha, são abordadas condições ambientais que impactam no funcionamento da usina - tipo de terreno, clima local - e ainda os impactos/utilidades da construção - o potencial de energia a ser fornecida e seu preço.

Com relação às fotos e aos vídeos que compõem esse primeiro capítulo, é possível observar como os mesmos complementam as informações dispostas no texto - peça central - ainda oferecendo 'respiros' para o usuário. As imagens técnicas, no entanto, têm estética e narrativas próprias, que oferecem ao usuário um outro nível de 'imersão no conteúdo'.

Tanto as fotografias como os vídeos são dispostos na tela de duas formas: ou de modo a ocupá-la totalmente, para que a atenção seja focalizada naquele fragmento narrativo; ou acompanhando a diagramação da página, em meio aos textos e infográficos.

Além disso, os vídeos, por exemplo, exploram diferentes recursos - um deles utiliza animações para explicar como funciona a usina de Belo Monte, enquanto o outro consiste em uma entrevista com uma das fontes entrevistadas para o desenvolvimento do projeto. Há ainda vídeos muito curtos, com segundos, que visam ilustrar determinada cena.

Na mesma linha, as fotografias apresentam propostas narrativas diferentes: algumas, tiradas com uma maior distância e até com o auxílio dos sobrevoos, transmitem a ideia da magnitude da obra, enquanto outras, que capturam a rotina daqueles que trabalharam na construção, destacam mais o aspecto humano, focando nas ações e no retrato do cotidiano. Também há neste capítulo uma interligação com o Folhacóptero, fragmento da narrativa que ganhou os holofotes quando o conteúdo foi lançado, em 2013, e será discutido mais adiante.

Intitulado 'ambiente', o segundo capítulo da série de reportagens que integram o especial sobre Belo Monte é o fragmento narrativo que mais dialoga com a ideia de divulgação científica ao abordar o impacto da construção de Belo Monte na chamada Volta Grande do Xingu, trecho que fica logo abaixo das barragens da hidrelétrica.

Neste capítulo, apesar de o texto ainda ter um papel central na narrativa, as fotografias ganham maior destaque. As imagens retratam não só aspectos do ecossistema, como a fauna e a flora locais, mas também há registros mais voltados ao factual, como os de uma audiência pública da qual participaram povos indígenas e moradores da região.

O texto explora a biodiversidade do local e relatos sobre a rotina dos nativos para falar de geologia e explicar a ciência por trás da curva do Xingú. Neste tópico é divulgado um estudo de André Oliveira Sawakuchi, do Instituto de Geologia da USP sobre uma das hipóteses sobre o desenho do Xingú. A abordagem da reportagem sobre estudo é interessante por remeter ao fato de que a produção da ciência é um processo cumulativo, que se refina ao longo do tempo (BUENO, 2010). As explicações do geólogo ainda recebem uma linguagem mais acessível e compreensível, que é complementada por um infográfico que ilustra as ponderações.

Colocado tal contexto, o texto depois observa os impactos da construção da hidrelétrica sobre a região, citando um estudo de impacto da usina, considerando não só os aspectos ambientais, mas também os culturais. Além disso, aborda a questão da madeira retirada do local, contando com a avaliação de um especialista em geoprocessamento e dados de um relatório da ONG Imazon para colocar em discussão o desmatamento na região.

O capítulo aborda ainda uma pesquisa sob a alçada da Norte Energia, responsável pela Usina de Belo Monte, o Projeto Básico Ambiental. O texto detalha os aspectos principais do estudo envolvendo a Volta Grande, criticando seus métodos: "Em outras palavras, Belo Monte é um grande experimento com a fauna e a flora da

Volta Grande - para não falar das populações que têm o rio como fonte de sustento ou de lazer e das muitas dúvidas sobre a eficiência energética e econômica do empreendimento".

O capítulo 'ambiente' ainda busca suscitar o debate sobre Belo Sun, que busca instalar o maior projeto de mineração de ouro no Brasil. O texto cita os estudos de impactos ambientais feitos pelos dois empreendimentos indicando que a equipe que fez o de Belo Sun não contou com antropólogos, apesar da proximidade de terras indígenas. A indicação joga luz sobre a importância de tais profissionais, ainda que haja diferenciação entre as ciências 'duras' e as sociais e as aplicadas.

O terceiro capítulo de 'Batalha do Melo Monte' se volta para os impactos da construção da hidrelétrica na vida dos moradores de Altamira. Classificando a cidade como 'invadida', a reportagem usa, mais uma vez, a descrição de cenas para a construção da narrativa.

O que chama atenção nesse capítulo é justamente a opinião da população sobre diversos aspectos da cidade após o início da construção da usina, colhida por meio do Datafolha. A pesquisa buscou colher a percepção da população sobre aspectos como segurança, saneamento, custo de vida, considerando não só o período das obras, mas também o anterior. Além dos dados colhidos pelo Datafolha - que incluem informações sobre o perfil da população, são apresentadas as ações que a Norte Energia se comprometeu a realizar em razão do impacto local da hidrelétrica.

Um dos temas citados pela reportagem é o da segurança pública, que é mais detalhado no texto após uma sequência de fotos que retrata uma batida da Polícia Militar do Pará em um dos bairros de palafitas de Altamira. A história contada pelas imagens é complementada pela descrição do evento realizada no texto.

Na mesma linha, tópicos como moradia, saneamento e custo de vida são abordados de forma semelhante, a partir do diálogo entre as imagens e vídeos disponibilizados ao longo do capítulo e o texto que conduz a linha principal do conteúdo. Os fragmentos, no entanto, não são dispostos necessariamente em ordem, ou de maneira em que estejam próximos do texto sobre determinado assunto. Assim, elo entre tais conteúdos são as múltiplas vozes que permeiam o texto, de personagens que os vivenciam.

A frase 'índio não quer mesada' marca o início do quarto capítulo do especial sobre Belo Monte, fragmento que trata da questão dos povos originários e o impacto da construção da hidrelétrica. A imagem de Aritã'ihi, moradora da aldeia araueté

Paratati, na abertura do capítulo já indica a tônica do conteúdo - as histórias dos povos que vivem na região, as negociações e críticas à Belo Monte.

Além das informações sobre os diferentes povos indígenas que convivem na região - suas histórias, legados, reivindicações com o setor elétrico - serem apresentadas em texto, há ainda depoimentos em vídeo de um líder indígena e de um coordenador técnico da Fundação Nacional do índio (Funai).

Nesse sentido, também é exposto o impacto causado pela atuação da Norte Energia entre os povos originários, com o chamado Plano Emergencial - este acabou suspenso sob diferentes críticas, como mostra a reportagem, com relatos, em texto e em vídeo, da coordenação da Funai no local e da coordenação da área indígena na empresa responsável pela construção de Belo Monte.

Sob uma outra perspectiva, o capítulo ainda conta com uma avaliação dos antropólogos Eduardo Viveiros de Castro, do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e Guilherme Heurich, sobre a situação dos povos indígenas do local. As observações dialogam ainda com as imagens das aldeias indígenas. No capítulo há ainda uma interligação com o mapa interativo da Bacia do Rio Xingú, que será descrito mais à frente.

A situação dos indígenas aldeados é o foco do capítulo, mas alguns títulos tratam de questões relacionadas, como as circunstâncias dos indígenas que viviam na cidade. Outro tópico abordado é a vida dos povos ribeirinhos, relatada com base na história de um personagem convidado a uma das aldeias visitadas pela equipe de reportagem. Amigo dos indígenas, o ribeirinho conta sua história em um depoimento em vídeo e ainda fez críticas ao Projeto Básico Ambiental de Belo Monte (que previa compensações a povos indígenas impactados diretamente pela hidrelétrica). Seu relato é 'complementado' de certa forma com as imagens que retratam sua rotina.

Já o quinto capítulo de 'Batalha de Belo Monte' apresenta a história da usina hidrelétrica, desde suas primeiras tratativas na década de 1970. A narrativa parte da história do engenheiro canadense John Dennis Cadman - chamado de 'pai de Belo Monte' - inclusive com seu relato em vídeo. Na mesma linha, o engenheiro maranhense José Antônio Muniz - classificado como padrinho da hidrelétrica - também teve depoimento gravado.

Na mesma medida em que descreve como se deu a idealização de Belo Monte, o fragmento narrativo narra o surgimento das críticas à construção da hidrelétrica, apontando, por exemplo, como a usina se tornou "o maior símbolo" do ambientalismo

à época. Nesse contexto, são relembradas, em vídeo, as características da Bacia do Rio Xingú - que motivaram o movimento contrário à usina. Além disso, outra gravação que marca o conteúdo está relacionada à ocasião em que a índia caiapó Tuíra protestou contra Muniz encostando um terçado no rosto do engenheiro.

O texto, no entanto, segue centrado nas movimentações dos idealizadores de Belo Monte, inclusive mencionando os recuos e reavaliações que eles tiveram que fazer para que a usina saísse do papel. Ao mesmo tempo, são citadas as forças políticas que influenciaram o projeto até o leilão de concessão de Belo Monte em 2010. Todas as notícias publicadas pela Folha de S. Paulo desde 1975 relacionadas, de alguma maneira, à construção de Belo Monte são inclusive reproduzidas em uma linha do tempo que permeia o capítulo.

Como já indicado, além dos cinco capítulos com reportagens em texto, fotografia, vídeo e infografia, o especial conta ainda com outros três fragmentos - uma seção de opinião, o Folhacóptero e um mapa da Bacia do Xingu.

O primeiro se destaca por suscitar o debate sobre os diferentes gêneros jornalísticos em meio à narrativa transmídia. Considerando que os fragmentos oferecem uma outra perspectiva ao usuário, complementando e dialogando com as reflexões propostas pelos outros conteúdos do especial, assim expandindo a experiência do leitor, há uma indicação de que há essa possibilidade.

No caso do especial sobre Belo Monte foram elaborados dois artigos de opinião para responder à pergunta: A usina de Belo Monte é boa para o Brasil? Um dos textos, assinado por um engenheiro e economista que, à época, era presidente da Empresa de Pesquisa Energética, opina que sim. Já o outro, contrário à usina, é assinado por um indigenista que era secretário-executivo do Instituto Socioambiental.

Outro fragmento narrativo à parte é o infográfico interativo sobre a Bacia do Xingú, com as informações mais centrais sobre a área impactada pela construção de Belo Monte. São apresentados dados sobre os rios que cortam a região, o parque indígena localizado na região e a Volta Grande do Xingú. A navegação é orientada, com o auxílio de setas e ao fim do caminho narrativo há uma sobreposição de camadas de informações, relacionadas às áreas indígenas da região e ao desmatamento.

Figura 2 - Imagem do infográfico interativo sobre a Bacia do Rio Xingú que compõe o especial ‘Batalha de Belo Monte

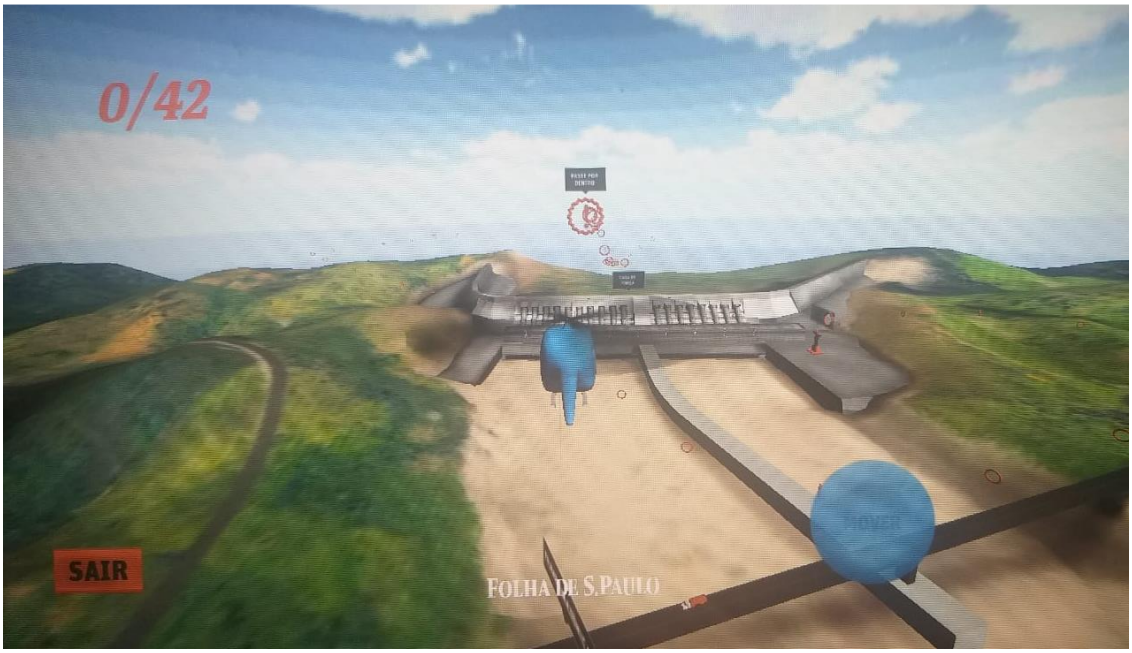
Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

O fragmento narrativo que ganha maior destaque, no entanto, é o Folhacóptero, uma espécie de infográfico/jogo em que o usuário recebe informações sobre a usina de Belo Monte conforme passa por determinadas etapas. O jogo partia da premissa de o leitor conduzir um helicóptero que sobrevoa a usina de Belo Monte. A peça podia ser acessada a partir do computador ou então por um aplicativo baixado em dispositivo móvel, e contava com dois 'modos' - o passeio guiado, uma espécie piloto automático, em que as informações eram dispostas sem interferência do usuário no 'caminho'; e ainda o modo de controle do Folhacóptero, onde o leitor tinha que conduzir o helicóptero para poder receber as informações.

No percurso em que era responsável pelo Folhacóptero, o usuário devia fazer com que a aeronave passe por anéis suspensos no ar (42 ao todo) sendo que ao atingir alguns deles - identificados por pontos de exclamação - eram apresentados dados sobre a hidrelétrica. Não há uma ordem para que o usuário conduza o helicóptero, nem para que as informações apareçam. Há ainda informações que já ficam dispostas na tela, independente de o usuário passar por qualquer anel - como

os nomes de pontos relevantes da construção, ou figuras que colocam em perspectiva a dimensão da construção.

Figura 3 - Imagem do jogo ‘Folhacóptero’ que integra o especial ‘Batalha de Belo Monte’



Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

Considerando tais observações, é possível refletir sobre diferentes aspectos da narrativa transmídia presentes no especial ‘Batalha de Belo Monte’, a começar pelo conceito de expansão posta por Scolari (2014), no sentido da expansão do relato através de diferentes meios. Pode-se apontar que o especial desenvolvido usa diferentes formatos para que a reportagem sobre a hidrelétrica fosse construída - texto escrito, fotografias, vídeos, infográficos e até um jogo. Tal ponderação, por sua vez, pode ser relacionada à ideia de profundidade, no sentido proposto por Gosciola (FLORES E RENÓ, 2012), uma vez que uma grande história é contada a partir da divisão em diferentes fragmentos, sendo que as informações não são copiadas de um conteúdo a outro.

Também é possível observar questões mais relacionadas à estrutura narrativa em si, como as questões de continuidade e multiplicidade, que podem ser refletidas a partir do fato de que determinados aspectos das histórias dos personagens ouvidos na reportagem permeiam diferentes fragmentos do conteúdo - texto, vídeo, imagem e infografia.

Já os aspectos ligados ao critério de ‘construção de mundos’ estão nos detalhes dispostos ao longo da narrativa, sendo tal dinâmica complementada pela questão das subjetividades. As informações sobre as cenas presenciadas pelos repórteres, no sentido de um jornalismo mais narrativo, acabam por transportar o usuário para o ambiente - experiência que vai sendo composta pelos diferentes fragmentos narrativos presentes no especial. Já a pluralogia (MEDINA, 1991) presente na reportagem, com o cruzamento de diferentes vozes e perspectivas, se relaciona não só com a característica da narrativa transmídia em si, mas também com um dos princípios básicos do jornalismo - ambos, por sua vez, reflexo de uma dinâmica social. Tais ponderações, por sua vez, remetem à questão da imersão narrativa - como já indicado, as diferentes características do especial acabam por proporcionar ao prosumidor não só as experiências oferecidas por cada formato explorado - texto, vídeo, jogo - mas uma imersão narrativa mais global.

Com relação à ação dos prosumidores é possível refletir sobre diferentes aspectos relacionados à interatividade, à navegação e à presença do conteúdo nas redes sociais. Analisando as formas de articulação entre os fragmentos narrativos, por exemplo, o projeto não utiliza muitos hiperlinks. Os jornalistas optaram por disponibilizar os fragmentos em um mesmo espaço, sendo que os capítulos são elencados em um menu ‘sanduíche’. Nessa linha, há uma navegação dirigida, sugerida - a partir da divisão em capítulos - mas o usuário pode escolher quais quer percorrer.

Já a parte de interatividade é explorada em algum sentido no infográfico sobre a bacia do rio Xingú e mais amplamente no jogo que permite ao usuário sobrevoar a hidrelétrica com o Folhacóptero. Enquanto o primeiro permite que o usuário revele novas camadas de informação, mas dentro de uma dinâmica mais programática, o segundo explora uma questão mais lúdica, além de oferecer ao prosumidor um pouco mais de controle dentro do percurso a ser percorrido naquele fragmento narrativo.

Com relação às redes sociais, percebe-se que não há conteúdos desenvolvidos especialmente para determinadas plataformas e suas dinâmicas, mas houve a divulgação do conteúdo por meio do Twitter, por exemplo. Nesse sentido, um dos tópicos comentados sobre o especial foi inclusive relacionado à inovação do formato narrativo. Além disso, os vídeos que permeiam o especial foram publicados no Youtube, oferecendo até uma outra porta de entrada dos usuários para o especial.

Tais conteúdos são independentes e permitem que o usuário receba uma camada de informação - que é complementada se o especial for acessado.

Analisando agora os aspectos mais relacionados aos critérios jornalísticos relacionados ao jornalismo científico, como apontados por Burkett (1990), é possível citar o senso de oportunidade e o 'timing', por exemplo. Tais questões podem ser observadas se considerada a época em que foi publicado o especial, em meio ao debate sobre a construção de Belo Monte. Tal ponto foi inclusive levantado pelo jornalista Marcelo Leite (2020)[6], em relato sobre a produção do especial abordado mais à frente na dissertação.

Outros pontos que podem ser observadas com relação à temática do especial são impacto e significado, sendo o primeiro relacionado às consequências da obra em diferentes esferas - ambiental, social e econômica - e não só em nível local, mas também nacional; e o segundo ligado às explicações sobre os principais aspectos da obra, suas reverberações, e ainda sobre a aplicação de diversos aspectos científicos num âmbito mais prático.

Nesse mesmo contexto, pode-se citar ainda os critérios de interesse humano e necessidade de sobrevivência - ainda considerando os efeitos da construção de Belo Monte na vida população local -, além dos parâmetros de necessidade de conhecimento - ligado à magnitude da obra da hidrelétrica - e conflito - envolvendo os diferentes embates também sobre o impacto de Belo Monte.

Passando de uma reflexão sobre os diferentes aspectos da narrativa transmídia e do jornalismo científico presentes no especial produzido pela Folha de S. Paulo, é possível estabelecer diversas ligações entre as ponderações já colocadas e os comentários do jornalista Marcelo Leite sobre a dinâmica de produção do 'Batalha de Belo Monte'.

Em relato por telefone, Leite detalhou como se deu o processo de desenvolvimento da pauta, mencionando os aspectos anteriores à apuração e a produção efetiva do especial. Segundo o jornalista, o projeto teve como inspiração a lógica proposta pelo Snowfall, produção do The New York Times já citada. Com relação à essa primeira fase, é interessante refletir sobre a indicação de que, desde o início, a equipe de reportagem já pensava em explorar diferentes formatos no especial,

[6] Informação fornecida por Leite em entrevista concedida em outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo B

um pouco na linha do que diferentes teóricos apontam sobre a diferença de projetos transmídia que nascem com tal caráter, em vez de serem adaptados. Além disso, pode-se pensar na questão da profundidade do tema, uma vez que a equipe já delimitou uma série de assuntos que precisariam ser trabalhados ao longo da produção para que se produzisse um especial completo sobre o assunto.

Ainda nesse âmbito de pré-produção, chama atenção a observação de que a equipe foi dividida de acordo com a expertise em determinado assunto, sendo que Leite diz ter atuado como uma espécie de coordenador do projeto. Tal dinâmica é recorrente nas redações, no sentido de cada repórter explorar determinada questão em razão do maior conhecimento e aproximação com um tema ou técnica, um pouco na linha da reflexão de que um projeto transmídia exige a atuação de diferentes profissionais, mais especializados no desenvolvimento de certos tipos de conteúdo. Por outro lado, acaba dialogando ainda com a ideia de que, durante o desenvolvimento de um projeto transmídia é necessário que haja uma coordenação para que não só os conteúdos estejam coerentes, mas também os fragmentos narrativos se encaixem.

Esse aspecto se relaciona não só com as indicações de Jeff Gomes (SCOLARI, 2013) sobre a necessidade de se haver uma visão única sobre o projeto, mas também, em outro sentido, com a ideia de que a construção do conteúdo é feita a diferentes mãos. Leite destacou que os repórteres que participaram da produção sugeriram diferentes infográficos, por exemplo. O jornalista ainda mencionou a sinergia entre as pessoas que trabalharam no especial, ressaltando inclusive o processo de aprendizagem decorrente da troca com os colegas que participaram do desenvolvimento de ‘A Batalha de Belo Monte’.

Leite também comentou sobre os desafios e obstáculos enfrentados durante o desenvolvimento do especial, principalmente os de pré-produção e logística - aspectos com os quais repórteres em geral não lidam diariamente, mas estão presentes na produção de conteúdos mais aprofundados. Trata-se de questões muito intrínsecas à realização de grandes reportagens e projetos especiais e assim também estão presentes no desenvolvimento de produtos transmidiáticos. Assim, deve-se refletir sobre tais aspectos, para além do planejamento dos formatos e fragmentos narrativos a serem explorados, para que os conteúdos finais estejam coesos e a história seja bem contada.

É interessante ponderar ainda que é necessário que o jornalista esteja em constante apuração e atenção, no sentido de que, por vezes, novas informações podem ser essenciais ao projeto que se está desenvolvendo. Em outros casos, durante a produção do conteúdo em si o profissional ‘sente falta’ de alguma perspectiva ou aspecto que não foi inicialmente pensado, e assim é necessário buscar novas fontes ou ir à campo novamente. Leite indicou que no caso de ‘A Batalha de Belo Monte’, ele fez uma terceira viagem ao local para colher novos dados e completar informações que já haviam sido levantadas, isso durante o processo de montagem do especial.

Nesse âmbito, também pode-se destacar a importância desse trabalho de pré-produção e apuração constante para o jornalismo científico, considerando que para abordar assuntos de tamanha complexidade muitas vezes é necessária uma maior preparação, além da atenção a questões como: a descrição dos métodos utilizados dentro de determinada pesquisa; a contextualização de um estudo dentro de seu campo científico, observando pesquisas anteriores que possibilitaram a um determinado ‘avanço’; a necessidade de aproximar certos assuntos, mais elaborados, ao cotidiano do usuário, entre outros. Tais pontos estão mais relacionados ao processo de elaboração do conteúdo em si, mas é preciso tê-los em mente nas etapas de planejamento e pré-produção para, que, no momento de desenvolvimento, o jornalista colha e apure as informações que precisa, fazendo com que não faltem dados para compor o produto.

Outro ponto que chama atenção do relato de Leite e se relaciona com as questões já citadas é o fato de terem sido utilizadas diferentes técnicas de apuração e de produção de conteúdos em formatos variados - fotos e vídeos. O fato de se utilizar um helicóptero para capturar parte das imagens que compõem o especial - sendo que hoje muitos fotojornalistas utilizam drones para capturar imagens semelhantes - acabam resultando não só em outra estética, mas outro nível de informação, diferente de relatos imagéticos que exploram os retratos, mais ligados à questão humana. Nessa linha, as diferentes técnicas de apuração podem resultar na construção de diferentes níveis de informação e experiências para o usuário - o que se relaciona não só com a atividade jornalística, de maneira mais abrangente, mas também com a narrativa transmídia e a comunicação científica.

O jornalista destacou que produções como o ‘Batalha de Belo Monte’, que vão na linha de algo mais aprofundado, com traços transmidiáticos, acabam ‘dando mais

trabalho', demandando mais tempo. A indicação vai na linha da ponderação de Renó e Flores no sentido de que a produção de conteúdos transmídia acabam impondo novos desafios sob diferentes aspectos - planejamento, estratégia, produção do conteúdo em si. Quando pensamos ainda no diálogo com a narrativa transmídia com o jornalismo científico é preciso refletir e considerar ainda uma série de outros pontos para que se busque uma comunicação científica no nível proposto por Silva.

Ainda com relação ao processo de planejamento do conteúdo, mas mais num âmbito relacionado à narrativa jornalística em si, Leite mencionou que não houve uma 'roteirização'. No entanto, segundo o relato do jornalista, houve reflexões sobre quais aspectos seriam explorados em cada fragmento narrativo, de acordo com o formato. Tal observação se dá em razão de Leite ponderar que a equipe refletiu sobre quais aspectos queria abordar em vídeo, por exemplo.

> "Não é que a gente roteirizou e decidiu antes, o que vamos fazer. Tal coisa em vídeo e tal coisa em texto. Uma coisa foi puxando a outra. A gente tem então, por exemplo, algumas entrevistas que a gente considerava que eram pessoas que falavam coisas interessantes, ou de uma maneira interessante, a gente resolveu pôr também em vídeo, separadinho ali como uma entrevista. [...] A gente foi experimentando, na verdade, foi bem experimental. Fomos decidindo ali com o material que a gente tinha na mão, editor de vídeo, o pessoal da programação, que fez a parte multimídia. A gente ia discutindo, por isso que demorou tanto também. Foi um processo bem artesanal. A gente não tinha feito nada daquele tipo" (LEITE, 2020, entrevista concedida à autora)[7]

Tal indicação pode levar à reflexão sobre a possibilidade, e talvez necessidade, de atualização constante de um mapa de fragmentos (SCOLARI, 2014, RENÓ E FLORES, 2018) no caso de produção de conteúdos transmídiaticos de teor jornalístico. Considerando que o compromisso do repórter é para com o ato de reportagem, muitas histórias são descobertas quando o jornalista vai à campo, por vezes criando desdobramentos de uma pauta ou até mesmo transformando ela por completo. Não se descarta a importância da pesquisa anterior à apuração, assim como as etapas de pré-produção, como já destacado. No entanto, não se pode deixar de considerar a questão posta por Medina sobre o 'ato de tecer o presente'.

Leite fez ainda uma observação sobre o fato de o especial ser dividido em capítulos, seguindo uma linha de serialidade mais anterior à proposta pela narrativa

[7] Informação fornecida por Leite em entrevista concedida em outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo B

transmídia. O jornalista indicou que a escolha se deu considerando uma avaliação sobre o hábito do usuário frente a longas narrativas. Ele explicou que sua ideia era explorar um jornalismo mais narrativo, com “um encadeamento mais complexo de vidas concretas, lugares concretos, informações de contextualização”. Como já destacado, a organização por capítulos oferece sim um roteiro a ser seguido pelo usuário durante a experiência dentro do especial. No entanto, caso ele opte por acessar os capítulos, seguindo outra ordem, não há comprometimento da narrativa, tendo em vista que cada fragmento ali é independente.

Nessa mesma linha, chama atenção a ponderação de Leite sobre a narrativa transmídia, o jornalismo narrativo e o *long form* - textos mais longos, com grande quantidade de informações e, por vezes dividida em capítulos, como é o caso do ‘A Batalha de Belo Monte. O jornalista vê na narrativa transmídia uma oportunidade para explorar melhor conteúdos com muitos detalhes, muitos personagens, de maneira a atrair o público. Na avaliação dele, a combinação entre os diferentes elementos que compõem um projeto com tal teor pode ‘prender’ o usuário. Leite inclusive mencionou que, em projetos multimidiáticos (de modo mais geral) apresentam um tempo maior de permanência, quando analisados os dados de acesso ao conteúdo. A tal reflexão podemos incluir ainda ponderações sobre a ideia de profundidade e expansão da narrativa transmídia, além do aspecto de imersão e de pluralidade dentro dos conteúdos.

Durante a entrevista, Leite ainda mencionou ter participado, em diferentes níveis, de outros projetos com experiências interativas e narrativas que exploram diferentes formatos para contar determinada história, citando os especiais 'Estado Alterado' (2020) - que trata de políticas sobre drogas em diferentes países - e 'Floresta sem Fim' (2015) - que aborda o desmatamento e o aquecimento global - e 'Crise do Clima' (2018) - que expõe os impactos da crise climática sobre a vida das pessoas.

De um modo geral, assim como o 'Batalha de Belo Monte', os conteúdos mencionados são estruturados seriadamente, trabalham com diferentes formatos - fotos, vídeos, infografia (estática e animada) e texto - para construir um retrato mais amplo sobre determinado assunto. Sob o aspecto da divulgação científica, abordam aspectos sobre pesquisas de diferentes assuntos e seus impactos na vida cotidiana, aproximando as análises e apontamentos científicos da dinâmica social sem perder informações centrais para a compressão dos problemas abordados, mas também explorando aspectos de pluralidade.

Nessa linha, Leite diz considerar a interface entre o jornalismo científico e a narrativa transmídia como uma oportunidade em razão dos recursos que podem ser explorados para estimular o interesse dos usuários sobre assuntos de ciência. Além disso, ainda na avaliação do jornalista, a interação entre os dois campos permite o aprofundamento de temas complexos - o que "exige empatia" - "de uma maneira que seja legível, palatável, esclarecedora, didática"

O jornalista detalha ainda mais tal percepção, lembrando ainda que a importância de o jornalista mostrar a ciência como um processo:

> "A gente procura máxima informação acadêmica, informação política, de políticas públicas, as questões ambientais, os testemunhos de quem está vivendo os problemas, a gente procura digerir tudo isso e encaixar numa narrativa que ao mesmo tempo que fisga o leitor, porque são histórias interessante e temas relevantes, você ensina quais são o os pressupostos científicos ou as pesquisas, as descobertas científicas que estão por trás desse conhecimento que está se formando. Ou às vezes você tem que justamente dizer sobre o que não se conhece, é o que ainda não foi explicado, o que ainda não se conhece, o que falta estudar, o que estão fazendo para elucidar as questões que estão sem solução do ponto de vista científico. Isso também faz parte do jornalismo científico, você mostrar as suas limitações, o que que a ciência ainda não conseguiu fazer"(LEITE, 2020, entrevista concedida à autora)[8]

4.2 Político em Construção

O especial 'Político em construção' foi elaborado às vésperas das eleições 2018, para cargos nas diferentes instâncias do Legislativo em todo País. O projeto traça um perfil médio dos políticos que já contaria com vantagem na disputa, segundo avaliações de especialistas. Nessa linha, são citadas as bandeiras levantadas por esse "político em construção", as características de sua presença nas redes sociais e outros aspectos relacionados à campanha em si.

O projeto foi elaborado pelos integrantes do 28º curso Estado de Jornalismo, promovido pelo Estado de S. Paulo. O jornal seleciona 30 ‘focas’, entre estudantes do último ano da graduação de jornalismo e recém-formados, para participar de um curso ministrado na redação do jornal. Ao longo de cerca de três meses, o grupo participa

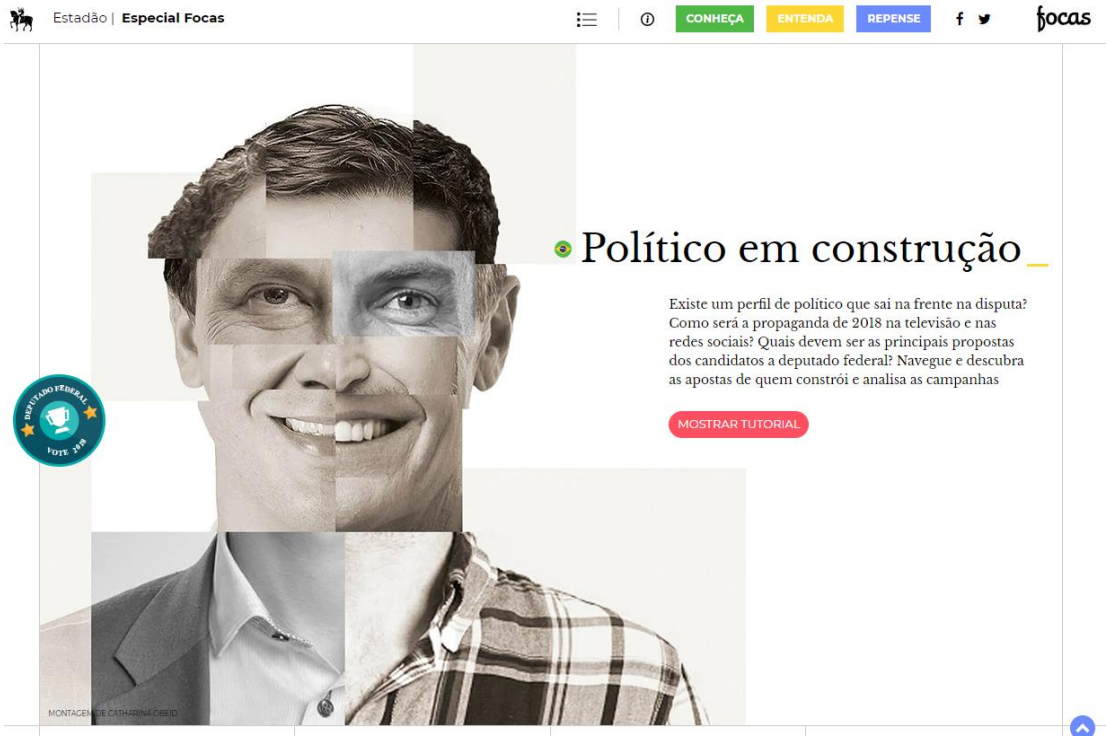
[8] Informação fornecida por Leite em entrevista concedida em outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo B

de aulas e diferentes atividades e, em paralelo, produzem um especial que é entregue ao fim do curso.

Logo na abertura do especial, marcado pela montagem de um rosto desse político "médio" é apresentado um tutorial que detalha a "jornada eleitoral" proposta e explica a lógica por trás da disposição do conteúdo. A navegação do especial se dá por camadas de informação - lógica que se relaciona diretamente com a narrativa transmídia.

Elas são três: 'conheça', em que é apresentando o perfil do candidato 'médio' que concorreu às eleições 2018, elaborado a partir da indicação de diferentes especialistas; 'entenda', que conta com diversas reportagens que explicam as características do político que o usuário conheceu na primeira etapa; e 'repense' que discute diferentes aspectos relacionados à disputa eleitoral em si, inclusive expondo 'alternativas' ao político em construção descrito na primeira camada.

Figura 4 - Capa do especial 'Político em construção', produzido pelo Estado de S. Paulo



Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

Assim, há uma proposta de navegação indicada para o usuário, mas ele pode transitar livremente pelos conteúdos dispostos ao longo das diferentes telas. Além disso, há a possibilidade de acessar as reportagens - ao todo, 40 - por meio de uma lista com os links de cada um dos conteúdos. Além das camadas, o conteúdo é organizado na página inicial do projeto, em colunas - 'perfil', 'propostas', 'vídeos' e

redes sociais'. Em determinados trechos de cada um dos conteúdos há hiperlinks que direcionam para páginas que aprofundam melhor determinado assunto.

Na primeira camada, que expõe o perfil do político que "sairia na frente" nas eleições 2018 predominam as imagens e vídeos, fora um breve texto com as principais características do candidato "construído" a partir das avaliações feitas por especialistas. Em um dos hiperlinks disponibilizados na página é possível encontrar inclusive a lista com os nomes de todos aqueles consultados para a elaboração do 'político' que é o foco da narrativa. Ao todo, 62 especialistas contribuíram para a construção do candidato que ganhou vida no especial - em sua maioria cientistas políticos, sociólogos, além de filósofos, professores e pesquisadores de comunicação.

Com relação aos vídeos, são dispostos ao longo da página um documentário sobre a construção das campanhas, marcado pelas opiniões de diferentes fontes - entre elas políticos, cientistas políticos e profissionais que atuam nas estratégias eleitorais -, além de outras gravações em que o personagem é o próprio "político em construção". A partir das informações colhidas pela equipe de reportagem, foram elaboradas uma propaganda de televisão do político e uma 'live'.

Em tais conteúdos, a narrativa parte do político construído com base nas análises das fontes consultadas, sendo que as gravações também registram, de modo gráfico, os comentários relacionados a determinadas passagens do discurso do 'candidato'.

Além disso, há uma gravação que registra um 'jingle' feito para a campanha do político em questão, também marcado por comentários de especialistas. Já as imagens não se inserem em uma lógica de fotojornalismo e incluem, por exemplo, modelos de publicações em redes sociais que seriam realizadas pelo candidato.

Ao adentrar a segunda camada do projeto, que tem como proposta explicar o que há por trás do perfil do político apresentado em um primeiro momento, é possível identificar algumas mudanças ao longo da página, mas a estrutura se mantém a mesma. Já de início, o usuário pode refletir, por exemplo, o porquê da montagem que "dá a cara" ao projeto. Também nesse sentido é feita uma menção a outro fragmento do mundo narrativo do projeto, o Trunfo Político, que será descrito mais adiante.

Na camada 'entenda', o texto que descrevia o perfil do "político em construção" passa a contar com uma série de hiperlinks, dispostos em informações centrais do texto - as características do candidato. Enquanto parte das interligações levam às diferentes reportagens que compõem o projeto, outras acionam uma janela ainda

dentro da página principal, contendo indicações dos especialistas consultados sobre temas variados.

Em entrevista, a coordenadora do curso Estado de Jornalismo e responsável pela equipe que desenvolveu o 'Político em Construção', Carla Miranda (2021)[9], detalhou os aspectos que foram levados em consideração para o desenvolvimento do 'perfil médio' do candidato retratado no especial. Ela destacou o intenso trabalho de pesquisa, que envolveu não só a busca com pesquisadores e cientistas sociais, mas também o diálogo com fontes de diretórios regionais de partidos e outros especialistas. Nessa linha, a editora destacou o método por trás da construção do perfil, que buscou se aproximar ao máximo do método científico. Assim, considerou-se uma série de aspectos para a busca de fontes para o especial, como o balanço entre os espectros políticos, a regionalidade e a diversidade.

É interessante refletir sobre tais aspectos da pesquisa que envolve a produção de conteúdos jornalísticos e o destaque dado por Burkert (1990) e Silva (2017) à importância de mencionar e destrinchar o método que baseia uma pesquisa científica. No especial ‘Político em Construção’ e seus diferentes fragmentos narrativos - que serão abordados mais à frente - a metodologia usada para a produção dos conteúdos é disposta ao usuário, de modo que ele não só saiba como interagir com o conteúdo, mas entenda o processo que levou a tal resultado. Do mesmo modo, as reportagens que abordam aspectos científicos de diferentes aspectos ligados à política, mostram os bastidores e caminhos por trás das campanhas, em um movimento que dialoga com a colocação de Burkett de que, em alguns casos, a cobertura sobre ciência não envolve as notícias científicas como um evento, mas tratam do desenvolvimento científico como um processo.

Ainda com relação a etapa inicial do desenvolvimento do projeto, Carla destacou como, desde o início, havia o desenho dos três ambientes principais do projeto. Segundo ela, que já coordenou diferentes projetos na mesma linha, o desenvolvimento de um projeto de tal tamanho só é possível com muito planejamento. Assim as equipes também foram divididas para se dedicarem mais a certos fragmentos narrativos.

Por outro lado, a editora diz que, com relação aos formatos usados nas matérias do especial, buscou-se algo mais livre. Ela explica que o produto conta com

[9] Informação fornecida por Miranda em entrevista concedida em outubro de 2021, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo C

matérias completas, pílulas de informação, aspas e vídeos uma vez que os formatos foram pensados de acordo com o que se adaptava melhor a determinadas informações. Ela destaca que as escolhas pelos diferentes recursos que foram utilizados dependiam da apuração: "Onde a gente deveria se alongar, onde a gente podia usar texto, onde um vídeo é melhor, aí foi caso a caso" (2021).

As reportagens contidas no especial usam recursos jornalísticos variados para abordar pautas relacionadas às eleições 2018 e seus candidatos. A maioria das reportagens apresenta as opiniões dos especialistas consultados pela equipe, o que dá a tônica do especial, mas algumas matérias exploram, por exemplo, o jornalismo de dados, contando com levantamentos sobre aspectos variados da política, como valores arrecadados, gastos com campanhas e quantidade de votos. Para dispor tais dados são inclusive usados recursos interativos, como mapas.

Com relação aos traços de divulgação científica presentes nas reportagens é possível observar dois tipos de abordagem. Como já indicado, muitas das matérias apresentam avaliações de diferentes fontes - em sua maioria cientistas políticos, sociólogos e antropólogos - conferindo ao texto uma multiplicidade de vozes. Há ainda entrevistas com personagens famosos, como o historiador Boris Fausto e o linguista Noam Chomsky.

Na mesma linha, chamam atenção conteúdos como a entrevista realizada com um professor da Universidade de Oxford sobre as interferências de robôs em eleições em todo mundo. O conteúdo não só atrai o leitor por causa da entrevista e da personalidade em si, mas também dialoga e referencia um estudo realizado pelo pesquisador sobre o tema, colocando a análise científica dentro de um contexto mais amplo.

Tal tipo de matéria acaba por explorar, dentre os aspectos elencados por Burkett (1990), os critérios do jornalismo científico de interesse humano, curiosidade e a abordagem de um "cientista célebre” uma vez que não só destrincha o tema, mas aproxima a figura do pesquisador do público, por meio de uma entrevista. Além disso, apresenta traços de oportunidade, timing, impacto e significado ao tratar, de maneira antecipada, de um assunto que atingiu seu ápice em meio às eleições 2018.

Outro apontamento de Burkett (1990) que pode ser relacionado ao especial ‘Político em Construção’ é o relacionado ao conflito, quando o autor fala sobre colocar um ou mais pontos de vista em “combate”. No âmbito da política, em que a disputa é ponto central, principalmente quando se trata de eleições - como no caso - tal questão

fica mais evidenciada, inclusive com relação aos cientistas sociais e especialistas, que muitas vezes seguem linhas de pensamento distintas.

Com relação ao uso de diferentes formatos nos fragmentos narrativos é possível observar um uso diverso de recursos, como as imagens que não só ilustram as matérias, completando as narrativas em texto, mas por vezes apresentando dados e informações sobre determinado assunto. Na mesma linha, é interessante observar como o uso de gifs e vídeos mais curtos se contrapõem com a 'dureza' do assunto em questão.

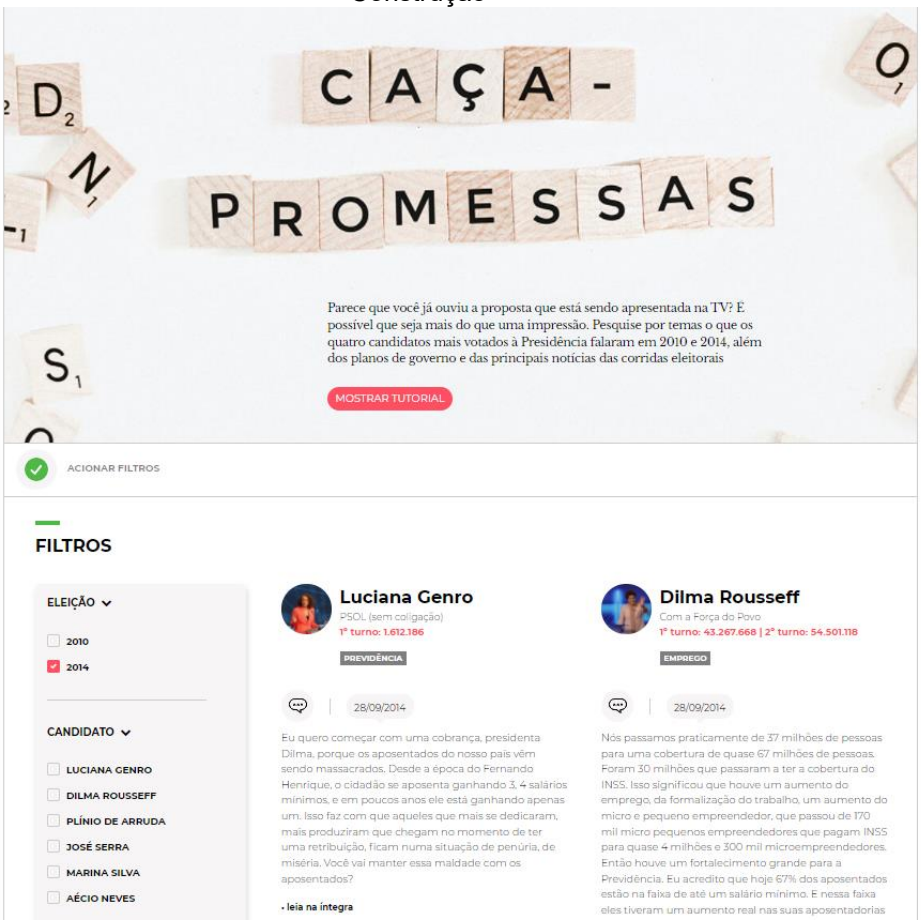
Também é interessante refletir sobre o modo em que as informações - inclusive dados científicos - são dispostas ao longo dos conteúdos, de maneira que a questão da profundidade é explorada não só pela diversidade de formatos e recursos utilizados para contar determinada história, mas também a intenção narrativa por trás desse contar. Assim, as reportagens revezam entre teores analíticos e explicativos. Tal dinâmica também oferece diferentes experiências ao usuário, estimulando que ele entenda o assunto, seguindo detalhes mais básicos sobre o mesmo, e reflita sobre as implicações e a complexidade do mesmo.

O especial ainda traz os chamados conteúdos 'de serviço', que acabam aproximando ainda mais os usuários do tema abordado. Tais conteúdos acabam dialogando com os apontamentos de Burkett de que as matérias de serviço geralmente envolvem respostas ao que o autor chama de necessidades de sobrevivência, cultura e conhecimento, critérios elencados por ele dentro do jornalismo científico.

Um exemplo de tal dinâmica são as reportagens com informações sobre a fiscalização de políticos e como não espalhar desinformação. Considerando os impactos de tal questão, é importante que o conteúdo seja ainda mais atrativo, sendo que a utilização de ferramentas mais lúdicas pode auxiliar ainda mais o leitor.

Nesse sentido, pode-se destacar o fragmento narrativo chamado 'Caça Promessas', que reúne discursos de diferentes candidatos à presidência, em eleições de diferentes anos, em uma plataforma que permite setorizar as informações por tema, candidato, entre outros filtros. O conteúdo pode não só ser classificado como 'de serviço', mas também funciona como uma base de dados importante, que inclusive pode servir a eventuais pesquisas científicas. Tal recurso ainda remete à questão da curadoria, que também é verificada quando são listadas outras bases de dados para consulta dos usuários.

Figura 5 - Imagem do ‘Caça-Promessas, fragmento que compõe o especial ‘Político em Construção’



Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

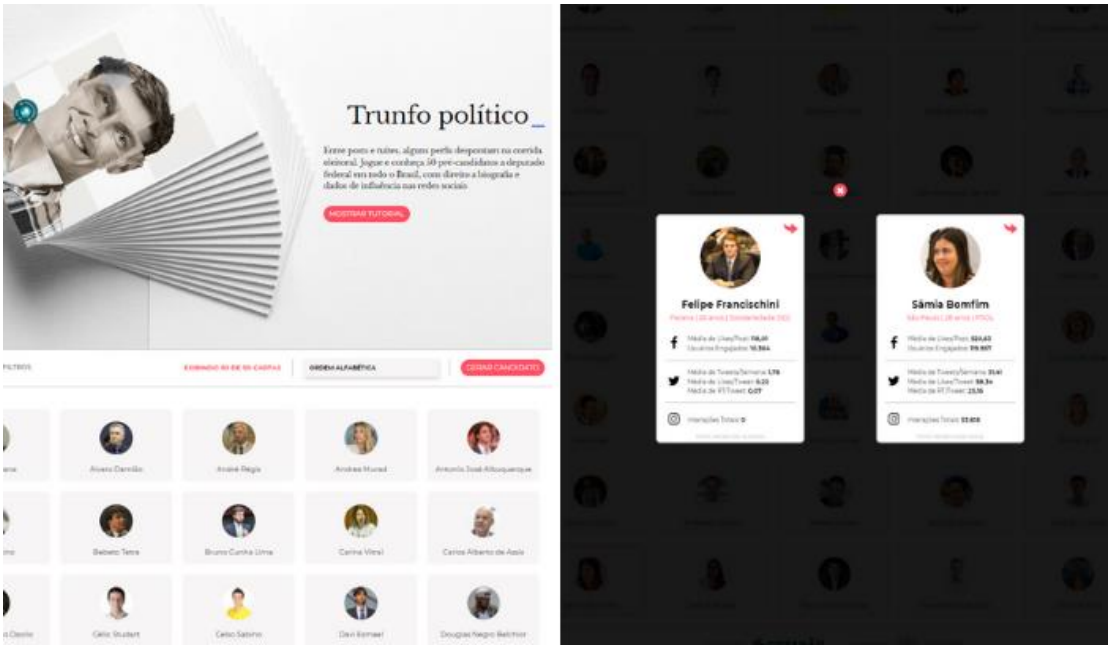
Outro aspecto central observado no especial é a exploração do jornalismo de dados, em um movimento que faz um aceno às pesquisas de ciência política. A partir da análise das informações foi possível construir matérias que retratam diferentes aspectos do tema, sendo que os fragmentos, além de apresentarem informações centrais para a compreensão sobre os assuntos debatidos no especial, estimulam ainda a questão da interatividade.

Nessa mesma linha, não se pode deixar de abordar o 'Trunfo Político', um fragmento que tem uma dinâmica similar ao do Caça Promessas ao ser apresentado em um ambiente à parte, com a disposição de suas regras específicas. A proposta é a de 'jogar' com a comparação entre então pré-candidatos às eleições, com o uso de métricas ligadas às redes sociais. Dentro da 'brincadeira' são apresentadas diferentes informações sobre os políticos.

Assim como ocorreu da montagem do perfil do 'político em construção', foram consultados diferentes cientistas para o desenvolvimento do 'Trunfo Político'. Tal

fragmento narrativo acaba remetendo a alguns aspectos transmidiáticos elencados por Scolari (2013), o da multiplicidade de experiências, uma vez que convida o usuário a interagir com o conteúdo e brincar com as métricas ligadas aos políticos, e o de imersão e extrabilidade, tendo em vista que proporciona ao leitor comparar os números extraídos das redes sociais, ao mesmo tempo em que remete ao contexto de tais plataformas.

Figura 6 - Imagem do ‘Trunfo Político’, jogo que integra o especial ‘Político em Construção’



Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

No entanto, de acordo com Carla Miranda, um cientista em especial auxiliou no desenvolvimento do Trunfo Político, o professor Fábio Malini, do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura da Universidade Federal do Espírito Santo. A jornalista destacou o trabalho desenvolvido pelo laboratório no mapeamento de redes sociais e relatou que a consulta ao pesquisador se deu durante a busca por critérios e indicadores que interessavam à proposta de construção do 'Trunfo Político'. De acordo com Carla:

> "Então tem esse lado também de mostrar de um outro jeito o trabalho do próprio Malini, que ganhou um outro uso, que ele próprio não tinha feito ainda e isso foi realmente contando com a ajuda da Universidade Federal do Espírito Santo. Em termos de contato com a academia isso está muito presente, em todas as matérias, não só com os especialistas. Tanto nesse mapeamento de quem são as pessoas, quanto na movimentação de redes e até pensar metodologicamente quais são os indicadores de sucesso nas várias redes, isso foi tudo

> com apoio do Malini desde o início" (MIRANDA, 2021, entrevista concedida à autora)[10]

Ainda dentro da temática das redes sociais, mas voltando para o ambiente do 'Político em Construção' é interessante abordar como foi explorado o uso das redes sociais pelo 'candidato médio' descrito pela reportagem. No especial é possível observar 'postagens' que seriam feitas no perfil do político, sendo que as mesmas estão hiperlinkadas a conteúdos específicos sobre cada uma das plataformas referidas. Carla relatou que inicialmente se pensou em criar os perfis do 'Político em Construção' e construir um 'feed' específico para ele, seguindo as indicações dos especialistas.

No entanto, ainda de acordo com o relato, refletiu-se sobre o impacto de uma experimentação de tal linha no que a editora chamou de uma espécie de dilema ético. Sendo assim, a equipe optou por manter as postagens 'simuladas' dentro do site, dentro do contexto de que aquele candidato foi construído para abordar aspectos relacionados à eleição 2018. A editora descreve:

> "Quando você sai de um âmbito fechado, de um site, e entra no âmbito das redes sociais, haveria chance de alguém pensar que aquele político é de verdade. Esse projeto do político ele colocou ali muitos dos assuntos que só iam começar a ser discutidos no ano seguinte. Fake news, deep fake. Aí a gente resolveu tirar e deixar dentro do ambiente do site um simulacro de redes, porque a gente sempre tem que pensar naquela responsabilidade, o limite do que é inovação e o limite do que você pode contribuir para causar desinformação ou, no mínimo, tumultuar o ambiente informativo, que era uma coisa que a gente não queria de jeito nenhum. A gente começou a achar que ia ficar muito arriscado de ser confundido, porque o que a gente queria fazer era construir esse cara, mostrar quem é esse cara na média geral, mostrar como ele faz o jingle, como ele faz a campanha na rua, mostrar que ele vai usar o celular. Então nisso poderia ficar muito próximo de alguém achar que aquilo é um cara real" (MIRANDA, 2021, entrevista concedida à autora)[11]

Como contraponto, a coordenadora do curso Estado de Jornalismo mencionou um projeto realizado por outra equipe de 'focas', voltado à tecnologia e tendências e batizado como 'Estadão QR'.

---

[10] Informação fornecida por Miranda em entrevista concedida em outubro de 2021, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo C

[11] Informação fornecida por Miranda em entrevista concedida em outubro de 2021, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo C

Segundo a editora, o projeto foi idealizado de maneira em que diferentes fragmentos de matérias fossem distribuídos em redes sociais diferentes, de acordo com o público e as especificidades de cada plataforma. Nesse contexto, foi ainda idealizado um site que condensava as informações em um só ambiente – considerando que ele também é uma porta de entrada para o tema em debate-, mas os principais produtos estavam distribuídos com o uso de diferentes recursos.

Tal dinâmica tem uma ligação direta com os aspectos sobre interatividade e a difusão em redes sociais característica da narrativa transmídia. As pautas e conteúdos foram pensados de acordo com os aspectos principais de cada narrativa. Na mesma linha, foram utilizados dispositivos móveis para a produção dos conteúdos, estratégia também em linha com as observações de pesquisadores que se debruçam sobre o estudo da transmidialidade.

Considerando a experiência de Carla à frente do desenvolvimento de projetos de diferentes teores, muitos deles com aspectos transmidiáticos, questionou-se sobre o que faltaria para que mais conteúdos com tais características fossem mais explorados. A resposta foi planejamento - o que está em linha com a indicação de Scolari (2013) sobre a necessidade de projetos transmídia serem idealizados de tal maneira desde o início, se possível com a participação de um produtor especializado em tal tipo de projeto, para coordenar os profissionais que desenvolvem os fragmentos narrativos.

A jornalista defende que é necessário um câmbio de mentalidade, com dedicação, desde o início, para que aquele tipo de conteúdo possa ser desenvolvido com mais frequência. Carla chega a refletir sobre a possibilidade de criação de um protocolo para a incorporação de traços da narrativa transmídia a reportagens que são desenvolvidas mais rapidamente, diferente dos projetos especiais, em que há mais tempo para a dedicação da equipe.

> “Então tem uma coisa de planejamento e é um shift cultural, de como você coloca informação, como você consegue colocar informação nas várias plataformas possíveis, em vez de você pensar em uma forma, o site e o impresso. É planejamento e mudança cultural, acho que são as duas coisas. [...] É preciso mudar a mentalidade, se você quiser fazer. Para você ter um resultado diferente, que é um material transmídia, você tem que alterar o processo desde o início. Você não muda o resultado sem você mudar o processo todo. E essa mudança você tem que promover desde a pauta, em cada etapa, quem precisa

> passar as informações precisa ter esse conhecimento técnico".(MIRANDA, 2021, entrevista concedida à autora)[12]

A coordenadora do curso Estado de Jornalismo ainda defende uma aproximação entre as redações e a academia, para que seja possível refletir mais sobre a prática jornalística e ainda proporcionar aos estudantes de comunicação mais discussões sobre as tendências da área observadas por profissionais que estão diretamente envolvidos em tal contexto.

Com base em tal reflexão, é possível pensar nas respostas dadas por estudantes da Escola de Comunicação e Artes em questionário aplicado tanto para observar a dinâmica de consumo de conteúdos transmidiáticos – levando em consideração que os estudantes pertencem a uma geração de nativos digitais – como as ideias de conteúdos que eles pretendem desenvolver.

Responderam ao questionário, 20 estudantes, de 18 a 30 anos, sendo que boa parte deles tinha entre 18 a 22 anos. Destes, 9 eram homens e 11 mulheres, em sua maioria brancos (13), e estagiários de diferentes áreas da comunicação. Eles disseram preferir acessar notícias pela internet (portais, revistas digitais, entre outros), redes sociais e aplicativos. As escolhas por meios tradicionais, como televisão, rádio e impresso apareceram em menor frequência, na respectiva ordem.

Com relação à frequência de acesso a conteúdos noticiosos, mais de 70% relataram consumir produtos com tal teor todos os dias. Já quanto ao local onde interagem com as notícias, a maioria dos estudantes respondeu que o faz de casa (60%) ou na faculdade/trabalho (23%). Os dispositivos preferidos para acessar notícias foram o computador e o celular. Quanto aos temas que mais agradam os estudantes consultados, os mais citados foram sociedade e cultura/entretenimento. Eles foram seguidos por política, economia, meio ambiente, ciência e saúde.

Questionados sobre os sites que costumam acessar/consumir, surgiram nomes tanto brasileiros -Folha de S.Paulo, Estado de S. Paulo, G1, UOL, El País, BBC, Carta Capital, Reuters, Nexo, The Intercept, O Globo, CNN, Piauí, Valor, Jota, Exame, Hugo Gloss, PopLine, Papel Pop, Jornal da USP, Ponte, Agora - como internacionais - The Guardian, The New York Times, La Republica. Com relação a programas de

[12] Informação fornecida por Miranda em entrevista concedida em outubro de 2021, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo C

jornalismo (na TV, youtube, podcasts, stories, entre outros), foram citados conteúdos ligados aos meios mencionados, e ainda alguns produzidos pela TV Cultura.

Com relação a notícias sobre ciência, especificamente, foram citados a Superinteressante, Scientific America, The Lancet, Revista Galileu e National Geographic. Além delas, alguns meios que já haviam sido citados, de maneira mais ampla, também foram lembrados, como a BBC, Jornal da USP, G1, Estadão, O Globo, Folha de S.Paulo e Nexo. Alguns estudantes mencionaram acessar conteúdos de divulgadores científicos e mencionaram ainda um maior interesse em notícias sobre ciência ligadas à pandemia da covid-19.

Sobre formatos que preferem para o consumo de conteúdos de divulgação científica, os estudantes citaram conteúdos em vídeo ou que explorem imagens e infográficos. Alguns indicaram que tais recursos tornam o "visual mais agradável" e o conteúdo "mais acessível". Também foram citados podcasts, conteúdos em redes sociais como postagens no Instagram e threads no Twitter e animações.

Ainda com relação à divulgação científica, quando instados a indicarem conteúdos ou experiências que explorem o tema de maneira dinâmica, alguns estudantes citaram o Pint Of Science, evento que aborda assuntos científicos em encontros em restaurantes e bairros de todo país. Algumas respostas mencionaram ainda a Superinteressante, canais do Youtube, a Agência Universitária de Notícias, o Jornal da USP, podcasts e colunas.

Quanto às redes sociais que mais utilizam, no geral, os estudantes elencaram o Whatsapp, o Instagram, o Twitter, o Facebook, o Linkedin e o Tiktok, nesta ordem. Já para acessar conteúdos jornalísticos, as redes mais citadas foram o Instagram e o Twitter, seguidos por Facebook, Whastapp, Linkedin e Tiktok. Já para o compartilhamento de conteúdos noticiosos, a rede social preferida foi o Whatsapp, seguido de Instagram, Twitter e Facebook.

Em uma segunda etapa do questionário, foram realizadas perguntas voltadas à produção de conteúdo pelos estudantes em si. Com relação à escolha dos formatos em que determinadas pautas são desenvolvidas, muitos citaram aspectos como assunto e público. Alguns estudantes ainda fizeram menções a formatos aos quais o conteúdo "se adapta melhor" e a busca por um maior número de recursos a serem explorados em determinada pauta. Tais indicações podem ser diretamente ligadas à lógica de produção não só da narrativa transmídia, mas de conteúdos jornalísticos em geral. Outros tópicos elencados foram o tempo para desenvolvimento do conteúdo, o

formato principal do veículo, a quantidade de fontes, a plataforma em que a produção será publicada, as ferramentas que o repórter domina e a demanda dos editores.

Os estudantes também foram questionados sobre a interligação das pautas que desenvolvem, sendo que muitos deles disseram não se atentar a esse aspecto. Outros, por outro lado, indicaram que usam hiperlinkam conteúdos, citando o mecanismo de SEO ligado ao rankeamento de conteúdos em sites de busca como o Google. Outras respostas abordaram um aspecto mais além da interligação entre os conteúdos, fazendo menção ao esforço de que as informações não se repitam entre as "plataformas", mas se complementem.

Um dos estudantes disse pensar como os conteúdos "podem fazer sentido no conjunto, ao mesmo tempo que não podem ficar incompreensíveis quando consumidos isoladamente". Outros disseram perceber que certos conteúdos se adaptam melhor a diferentes formatos e relatam ainda se atentarem para a maneira em que os conteúdos se complementam sem que as informações fiquem desconexas ou redundantes. Tais ponderações estão diretamente ligadas à estratégia transmídia, ainda que os estudantes não os saibam categorizar de tal forma. Em outra linha, algumas das respostas remeteram aos caminhos percorridos pelos usuários: alguns estudantes disseram pensar nos caminhos que o consumidor faria pelo conteúdo para criar uma "trilha de formatos interligados".

Por outro lado, quando indagados sobre conteúdos transmídia - sejam noticiosos ou ficcionais - poucos estudantes apontaram projetos. Entre os conteúdos lembrados, no âmbito da ficção estão Doctor Who, Star Wars e o universo Marvel. No âmbito jornalístico, foram citados conteúdos do Uol Tab, Estadão, Folha de S.Paulo, The Intercept Brasil e The New York Times. Um dos estudantes ainda citou um documentário interativo sobre os bairros de São Paulo, com interface gamificada.

Em outro sentido, o questionário ainda buscou analisar o interesse dos estudantes por iniciativas dentro do jornalismo que podem ser incorporadas à um projeto transmídia de conteúdo noticioso, como a checagem de fatos, o jornalismo de dados e até o jornalismo em quadrinhos. Os dois primeiros foram os mais citados. Um dos estudantes chegou a dizer que considera que ambos “podem reafirmar a importância do trabalho jornalístico e como ele é um processo feito por pesquisa”.

Além do questionário, foi proposta aos estudantes uma outra atividade, para analisar o consumo dos especiais que configuram o objeto de estudo da presente dissertação. Em razão deste segundo questionário demandar mais tempo e

envolvimento dos estudantes, apenas seis, de maneira voluntária, se dispuseram a responder as perguntas. As indicações serão comentadas no tópico a seguir e, além disso, estão dispostas na íntegra ao fim da dissertação.

4.3. Rio Tibagi: um gigante paranaense

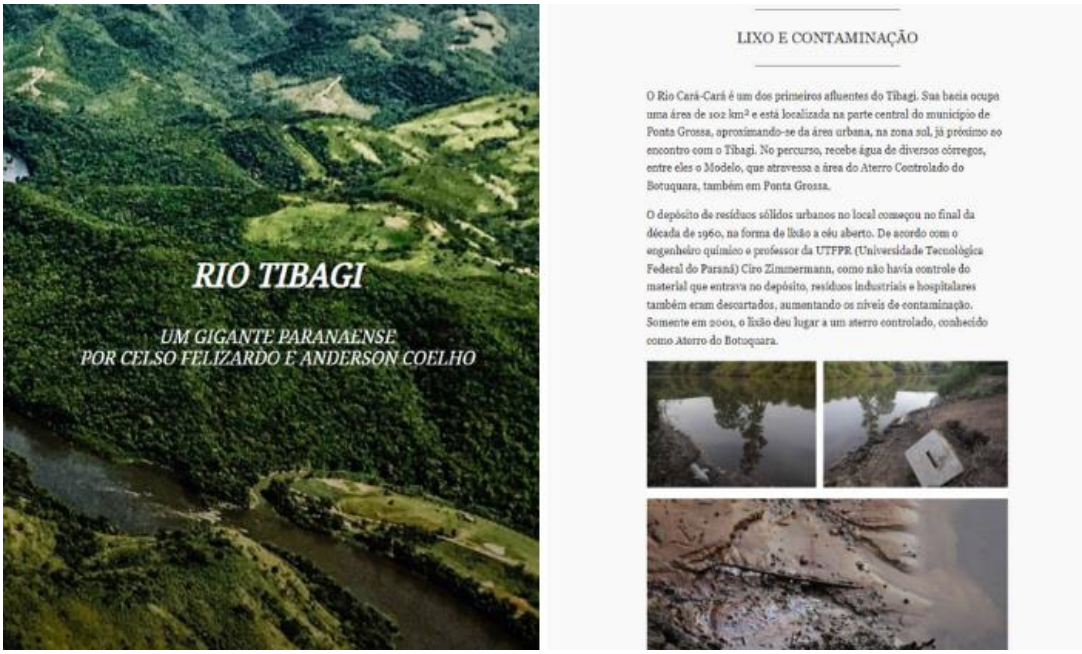
Um dos primeiros conteúdos do caderno transmídia do Folha de Londrina, o especial 'Rio Tibagi, um gigante paranaense' foi publicado em novembro de 2017, com a intenção de fazer o usuário acompanhar a viagem feita pela equipe de reportagem de 'ponta- a ponta' pelo segundo maior rio do Paraná, que tem uma importância ambiental, econômica e social para as regiões que ele corta.

Disposta em uma única tela, a reportagem tem como fio condutor o próprio rio, em uma narrativa entrecruzada com as histórias dos personagens que têm alguma relação com o Tibagi, contando com capítulos marcados por diferentes tipos de conteúdo - fotografias, vídeos, textos, mapas e ilustrações. Há um caminho narrativo proposto ao usuário, o que limita sua navegação.

Nessa linha, o especial se inicia com informações básicas sobre o rio, detalhadas no texto, complementadas pelos mapas que ilustram as características do Tibagi. Também são expostos imagens e vídeos das diferentes paisagens marcadas pelo rio, sendo que com relação aos vídeos há dois tipos - uns que percorrem o mapa tridimensional do rio e outros que registram seu transcurso natural.

A proposta narrativa de usar o próprio rio como principal eixo da narrativa, com o uso de diferentes recursos e ainda explorando um texto mais literário, proporciona ao leitor uma experiência imersiva que remete às indicações de Scolari (2014). Os formatos utilizados para narrar a história ainda acabam dialogando com a ideia de multiplicidade de experiências à disposição do leitor para se aproximar com a história do Tibagi.

Figura 7 - Capa e trecho do especial Rio Tibagi: um gigante paranaense, produzido pela Folha de Londrina



Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

O 'nascimento do Rio' é contado a partir da história que mora na fazenda onde nasce o Tibagi, inclusive com a própria voz do proprietário das terras - uma vez que trechos da entrevista são reproduzidos textualmente. Além disso, há um vídeo que conta com o depoimento do fazendeiro, sem repetir as informações do texto, de maneira a complementá-lo.

Outro recurso narrativo usado no especial é a descrição da paisagem que envolve o Rio, não só no texto que apresenta as informações mais 'duras', mas também nas imagens que situam o leitor. Ainda nesse primeiro capítulo já são apresentados problemas mais relacionados à ecologia e interferência humana - a extração de areia e a poluição em razão de chorume e outros resíduos. Nesse contexto, a reportagem consultou um engenheiro químico, professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, para comentar o tema.

Já o segundo capítulo, intitulado 'médio Tibagi' aborda o aspecto histórico do rio, além das atividades econômicas relacionadas ao mesmo - o garimpo e o turismo de aventura. Para tratar da primeira, a reportagem resgata observações de um livro sobre o extrativismo na região publicado por um historiador. Em seguida, a descrição sobre os aspectos da busca por diamantes no Tibagi dá lugar ao relato sobre as 'novas joias' do Rio, relacionadas à canoagem.

Nesse segmento do especial é abordada a dimensão social ligada ao Rio, sendo privilegiados os relatos de personagens envolvidos com a canoagem. Nessa linha, os depoimentos em vídeos de pessoas ligadas ao esporte, além de imagens de praticantes da canoagem evidenciam a relação com o Tibagi.

A pluralogia também é explorada para retratar pessoas que moram à beira do rio. Aproximando a questão do turismo, são dispostas imagens que fazem o usuário conhecer a vista do rio da qual desfrutam as famílias que vivem perto dele. Nessa mesma linha, aprofundando a experiência no leitor, são dispostos dois vídeos 360º - um da vista de um cânion próximo ao Tibagi e outro elaborado durante um passeio de canoa pelo rio. Esse último, de mais de 20 minutos, proporciona que o usuário navegue pelo Tibagi.

O capítulo três do especial sobre o Rio Tibagi também trata da relação humana com o rio, mas em outra linha - a do impacto sobre o ecossistema. O segmento do especial aborda problemas como poluição, esgoto clandestino e assoreamento identificados em uma cidade banhada pelo Tibagi. A abordagem de tal capítulo para com os temas de ecologia indica uma ligação com alguns dos critérios da divulgação científica elencados por Burkett, com a questão da proximidade, do significado que o rio tem para a população local, e até mesmo de tópicos como a necessidade de sobrevivência, cultura e conhecimento.

O fragmento é 'aberto' por um vídeo que simula a experiência de transitar por um ponto turístico do município, um teleférico que cruza o rio, mas as imagens e o vídeo apresentados na sequência evidenciam as consequências do crescimento desordenado da cidade sobre o rio. Ainda no mesmo capítulo é abordada a usina hidrelétrica construída no Rio, com informações dispostas em texto, um depoimento do então gerente do local e ainda um vídeo 360º com um 'giro' pelo empreendimento.

Focando em outro trecho do Tibagi, o quarto capítulo do especial da Folha de Londrina tem como protagonista as águas do rio que cortam o norte do Estado. Em um primeiro momento, o especial volta a focar em um personagem, um 'advogado' do Tibagi, que denuncia crimes ambientais cometidos na região. Além das falas do defensor, dispostas no texto, o usuário pode percorrer o caminho feito por ele ao navegar pelo rio.

O capítulo aborda ainda o sistema de abastecimento de água, com uma proposta narrativa mais relatorial/factual. O trecho aborda aspectos mais informativos, dispondo dados sobre o sistema ao longo do tempo, e ainda traz registros fotográficos

das estruturas que compõem o sistema. Em um outro sentido, o capítulo ainda aborda as enchentes que atingem algumas cidades da região.

Já o último segmento do especial, que trata da fase final da viagem feita pela equipe de reportagem, também acompanha o momento em que o rio Tibagi deságua no Parapanema. Novamente, são apresentadas informações básicas e gerais, em texto, sobre a represa que 'sufoca' o curso do rio. Nesse contexto, também é abordada a pesca realizada no local, a partir do depoimento de um dos pescadores mais antigos na região. O segmento conta ainda com um vídeo 360º para que o usuário observe o local onde a atividade é realizada.

Considerando as características da narrativa transmídia apontadas por Jenkins, Jeff Gomes (SCOLARI, 2013) e Gosciola (RENÓ E FLORES, 2018), é possível destacar a questão da imersão, uma vez que o especial propõe ao usuário que experiencie, através dos diversos fragmentos dispostos no especial, a viagem percorrida pelo repórter pelo rio Tibagi. De acordo com a jornalista Maria Patrícia Alves, que participa ativamente das diferentes produções do especial transmídia da Folha de Londrina, tal aspecto é um dos mais buscados pela equipe ao realizar os conteúdos nessa linha.

Outro ponto que chama atenção é o das subjetividades presentes no especial. O conteúdo é produzido a partir das diferentes vozes que se relacionam, à sua maneira, com o Rio. No entanto, conforme o relato de Patrícia, o fio da narrativa é a própria ‘voz’ do Tibagi, contada a partir de informações mais duras, com dados e descrições, entrecruzadas com os relatos e histórias das pessoas que o “testemunham”.

É possível refletir ainda sobre a questão da multiplicidade de experiências, considerando os diferentes formatos utilizados no especial - texto escrito, fotografias, ilustrações, mapas, vídeos (entrevistas e gravações em 360º). Além disso, Patrícia relatou que parte da narrativa foi distribuída em um caderno impresso, onde eram explorados outros recursos, como QR Codes e realidade aumentada.

Já com relação à profundidade do conteúdo apresentado no especial, é possível observar que são propostas discussões sobre diferentes aspectos do Rio Tibagi - história, ecossistema, sociedade, impacto ambiental. Assim como no especial ‘A Batalha de Belo Monte’, da Folha de S. Paulo, a produção da Folha de Londrina sobre o Rio Tibagi é dividida em capítulos sem explorar a ideia de organização seriada

das narrativas transmídia (Scolari, 2014) - com a utilização de hiperlinks e a conexão dos fragmentos em uma espécie de rede.

Por outro lado, é possível elencar diferentes ‘portas de entrada’ para o conteúdo que é disposto na página do projeto - o próprio impresso, o fato de os vídeos que compõem o especial estarem dispostos no Youtube e ainda a divulgação do conteúdo em outras plataformas sociais.

Em entrevista sobre as produções do caderno transmídia da Folha de Londrina, Patrícia indicou que fazia transmissões ao vivo para apresentar os conteúdos aos usuários. Nessa linha, essa questão acaba ainda se relacionando à ação dos prosumidores e da ideia de expansão da narrativa.

> “Quando a gente lança o transmídia a gente faz toda uma ação, a gente junta o impresso, a gente faz ações diversificadas com as pessoas, às vezes chama pessoas para interagir com isso, vai para as redes sociais, para tentar explicar. Então seria o digital, o impresso, o canal de podcast. Alguma coisa a gente sempre faz misturando, misturando várias formas de veicular”(ALVES, 2021, entrevista concedida à autora)[13]

A questão da ligação do conteúdo com as redes sociais remete diretamente às ponderações de Scolari (2013) e Gosciola (2014) sobre a participação dos prosumers e da circulação do conteúdo nas plataformas sociais.

Nesse contexto de consumo do conteúdo transmídia, é possível abordar as respostas de estudantes de jornalismo da ECA-USP ao questionário de análise de conteúdos aplicado em novembro de 2020 com o intuito de observar aspectos como o caminho percorrido pelos usuários pelo conteúdo, suas interações e pontos de maior atenção. Seis alunos responderam ao questionário, sendo que quatro deles analisaram o especial ‘Rio Tibagi’. Os dois restantes optaram por observar questões ligadas ao especial ‘Batalha de Belo Monte’.

Com relação aos caminhos percorridos pelos estudantes dentro dos especiais, todos responderam que seguiram as linhas dispostas pela reportagem, sendo que alguns citaram que o acompanhamento da sequência lógica proposta pelos autores fornece “uma experiência melhor”.

Em geral, os alunos indicaram terem acessado os conteúdos por meio do computador, para poderem observar a página por inteiro e terem uma “experiência

[13] Informação fornecida por Alves em entrevistas concedidas entre setembro e outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo A

mais imersiva da reportagem”. Além disso, não relataram dificuldades ao navegar pelo conteúdo, nem erros de carregamento nas páginas dos especiais.

Indagados sobre os fragmentos narrativos que mais chamaram sua atenção, os estudantes que analisaram o especial do Rio Tibagi indicaram diferentes aspectos do projeto: as partes da narrativa permeadas pelas histórias dos personagens; a proposta sensorial que permeia a narrativa, com a ideia de imersão no conteúdo; o modo de apresentação dos fragmentos narrativos, em especial vídeos e imagens, ao longo da página, oferecendo uma leitura "prazerosa". Com relação aos recursos que se destacaram durante o contato com o conteúdo, foram destacados diferentes formatos - vídeos de entrevistas, texto, imagem, vídeos 360º - de acordo com a preferência de cada um.

Os estudantes que se atentaram às características do especial Batalha de Belo Monte destacaram os infográficos e ainda apontaram semelhanças entre o conteúdo produzido pela Folha de S.Paulo e o ‘Snow Fall’, do The New York Times. Também indicaram que as fotos se destacaram em meio ao especial e fizeram menção ao “conjunto de todos os formatos”, que “se integram e trazem várias faces de uma questão única”.

Mais com relação ao conteúdo dos especiais em si, os alunos que analisaram o especial do ‘Rio Tibagi’ destacaram que a informação central absorvida durante a leitura da reportagem foi a da importância do rio para a região e sua relação com aqueles que moram em seu entorno. Também foram destacados aspectos ligados à ecologia, em especial a necessidade de preservação do rio. Já as análises referentes ao especial Batalha de Belo Monte fizeram menção às questões técnicas da obra e, ainda, destacaram o nível de detalhamento de contextualização do projeto, principalmente sobre a questão dos povos indígenas e das consequências da construção da hidrelétrica.

Na esteira dos comentários dos estudantes sobre os fragmentos narrativos, todos destacaram terem observado a interligação entre os conteúdos e temas abordados nos especiais, destacando como os assuntos são destrinchados, “para melhor explicar e apresentar” os mesmos, ao mesmo tempo em que dão ênfase a como tais fragmentos acabam integrando um conjunto de informações maior, em que a “experiência não é completa sem todas as mídias juntas”. Houve indicação de que o conteúdo possibilitou uma “visão maior e mais detalhada” dos temas e que o uso

dos diferentes formatos contribuiu para a compreensão dos tópicos, tornando as experiências mais “didáticas”.

No questionário também foi pedido aos alunos que elencassem os assuntos sobre ciência observados dentro dos projetos analisados. No especial do Rio Tibagi eles conseguiram observar: questões ambientais relacionadas à “destruição” do rio; temas de meio ambiente e sua preservação; aspectos ligados à hidrelétrica e à geração de energia; geografia do local, hidrografia e relevo. Já aqueles que analisaram o especial ‘Batalha de Belo Monte’ mencionaram não só questões ligadas às ciências exatas e da natureza, mas também as sociais, fazendo referência à geração de energia; geologia; biologia; ecologia; e aspectos sociais ligados à construção da hidrelétrica, com impacto, por exemplo, sobre os povos indígenas.

Mais no âmbito da interação para com os conteúdos, os estudantes indicaram que compartilhariam os conteúdos analisados, em especial pelas redes sociais. Tal indicação dialoga com as observações de Patrícia, dispostas mais a frente, sobre a necessidade de geração de conversas em tais ambientes, em diálogos que possam redirecionar as pessoas para os conteúdos transmidiáticos. Questionados sobre a possibilidade de fazerem comentários sobre os especiais, os estudantes indicaram que não costumam o fazer em tais tipos de conteúdo. Tal indicação foi atribuída ao próprio modo de agir dos estudantes - “Não costumo comentar nas páginas dos portais de notícia”, relatou um deles. Por outro lado, uma ponderação que chamou atenção foi à menção à possibilidade de uma seção de comentários no próprio site. A indicação dialoga com as ponderações de Scolari (2014) sobre a necessidade de criar espaços narrativos a serem preenchidos pelos *prosumers*.

Para além da análise de conteúdo feita com base nos parâmetros estabelecidos ao longo da pesquisa e as reflexões dos estudantes sobre o modo que consumiram os especiais, o especial da Folha de Londrina foi selecionado para análise no presente projeto mais em razão das possibilidades de reflexão sobre o fluxo e dinâmica de trabalho da equipe, tendo em vista que se trata de um caderno cuja proposta é insistir na narrativa transmídia. Nessa linha, uma primeira questão a ser levantada com base na entrevista concedida por Patrícia Maria Alves, editora dos produtos, é o fato de que os primeiros especiais do caderno da Folha de Londrina foram ‘adaptados’ para a narrativa transmídia, entre eles o que trata sobre o rio Tibagi.

De acordo com Patrícia, os primeiros especiais foram mais difíceis de serem produzidos em razão dessa ‘adaptação’ para a narrativa transmídia. A jornalista conta

que os projetos seguintes, que foram pensados já dentro de tal dinâmica, surgiram mais naturalmente. Ela cita inclusive um especial que se voltou para o tema do aniversário de Londrina, que tinha como propósito fazer as pessoas “sentirem a cidade”. Uma das histórias que compõem tal projeto, ainda segundo a jornalista, é um vídeo que apresenta o relato de um homem com deficiência visual.

> “Se você ler e ouvir tudo o que está colocado nessa reportagem, ela te faz sentir a cidade. Nesse até fiz um vídeo com o depoimento de um fã de futebol daqui que ele tem 15% de visão só. E aí o vídeo tem ele narrando a experiência dele de ir até o estádio que é uma coisa que ele gosta muito de fazer, e aí eu fui até o estádio e esse é um 360º também. Que aí eu fiz uma técnica de distorção de vídeo para que as pessoas sentissem como é ser um deficiente visual. E é um negócio assim, tudo que foi posto ali tem uma função, tem uma função tanto na história quanto na percepção que você vai ter no todo. E eu não fico anunciando elas”(ALVES, 2021, entrevista concedida à autora)[14]

Entre os pontos da entrevista com a jornalista que chamam atenção está o fato de ela considerar a narrativa transmídia uma oportunidade de “inovar linguagem”, “contar histórias por todos os processos”, “em que tudo complementa informação”. Também é interessante o fato de ela destacar o caráter experimental dos projetos, assim como o jornalista Marcelo Leite.

A questão da pluralogia (MEDINA, 1991) e das subjetividades (SCOLARI, 2013) também é um ponto que têm destaque no relato de Patrícia. Durante a entrevista ela afirmou que durante a produção de um dos especiais, do qual ela também participou da parte de reportagem, foi explorada uma linguagem polifônica, em que as diferentes histórias dos personagens entrevistados foram narradas em uma linguagem polifônica, mesclada e com uso até do discurso em 1ª pessoa.

A jornalista relatou que recebeu a carta de um leitor do jornal dizendo que, ao ver o projeto, se sentiu em meio àqueles personagens cujas histórias foram contadas. Tal dinâmica indica ainda como essa questão da pluralogia não só aproxima o leitor do conteúdo, evocando emoções e proporcionando experiências, mas também incentiva a participação do usuário para expansão da narrativa.

Ainda nessa linha, pode-se refletir sobre a questão da subjetividade no âmbito da produção em si, considerando a equipe que está produzindo o conteúdo. Ao comentar a dinâmica de produção dos especiais do caderno transmídia da Folha de Londrina, a jornalista destacou que cada pessoa que participa do desenvolvimento do

---

[14] Informação fornecida por Alves em entrevistas concedidas entre setembro e outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo A

conteúdo - repórter, fotojornalista - conta as histórias à sua maneira, apresentando diferentes perspectivas sobre o tema que é abordado.

Ela diz que seu desafio, como editora, é compilar aquelas narrativas, encadeando os conteúdos, numa tentativa de “fazer o leitor sentir algo diferente”. Tais observações se aproximam, de certa maneira, das ponderações de Jeff Gomes sobre a necessidade de integração do conteúdo e da equipe. Além disso, colocam em evidência o papel do produtor transmídia, profissional que teria a incumbência de organizar os conteúdos e coordenar o projeto e as equipes. “Como eu faço parte de todos os processos da criação dessa reportagem, eu enxergo ela quase como um organismo vivo. E ela é construída dessa forma, para as coisas se conectarem e você não ver a divisão entre uma mídia e outra”, relata Patrícia (2020).

Um dos pontos do relato da jornalista que chama atenção, em razão de sua atuação de diferentes projetos do caderno transmídia da Folha de Londrina, é a observação sobre a recepção dos conteúdos por parte dos usuários. Patrícia fala em uma educação das pessoas para lerem/experienciarem os projetos transmidiáticos. Segundo ela, o público não está acostumado a “um jornalismo onde o vídeo não é ele não é complemento do parágrafo", mas "uma mídia completa". Em sua avaliação, uma educação para o consumo de tal tipo de informação passaria por uma "curadoria daquilo que você vê na internet e aquilo que você quer ler"

Tal indicação nos permite refletir não só sobre a questão da educação transmídia, mas a educação midiática de um modo mais abrangente, considerando o contexto desinformacional que vivemos hoje, e ainda a educação científica, fundamental para a aproximação da academia com a sociedade e ainda, para a busca de uma cultura científica (SILVA, 2017).

Por outro lado, os comentários de Patrícia nos permitem fazer uma intersecção na discussão sobre a narrativa transmídia, quando falamos em acesso. A jornalista considera que o tempo de permanência em produtos transmidiáticos, mais profundos e complexos, é mais elevado, mas propõe o debate sobre qual é o público de tais narrativas.

Patrícia lembra que páginas com conteúdos que exploram diferentes tipos de recursos e formatos narrativos em geral são "pesadas" para carregar. Nessa linha, também devemos rememorar que dados Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, coletados no 4º

trimestre de 2019 indicaram que o país tinha 39,8 milhões pessoas sem conexão com a internet, o correspondente a 21,7% da população com mais de 10 anos.

Considerando que tal realidade deve ser observada e debatida deve estar na mente de profissionais de comunicação e produtores de conteúdo, é interessante refletir sobre o cerne da narrativa transmídia com base no relato da jornalista sobre um curso ministrado por ela:

> "Uma vez eu dei um curso sobre transmídia e um rapaz do Amazonas me perguntou como que a gente faz uma experiência dessa aqui para os povos ribeirinhos, que não tem como chegar à internet. Aí eu falei para ele, que o transmídia era você recriar uma experiência de imersão na realidade que você teve para contar aquela história, não só na história. Então se você tem que ir até os ribeirinhos pra contar essa história, se você não tem internet lá pra mandar um texto para redação, é desse jeito que você precisa contar sua história"(ALVES, 2021, entrevista concedida à autora)[15].

A indicação de Patrícia está diretamente relacionada com a ideia do pensar transmídia proposto por Brenda Laurel. Apesar de tal tipo de estratégia narrativa ter ganhado fama após o surgimento da web 2.0 e a possibilidade de interação em ambientes digitais, a lógica por trás do desenvolvimento de produtos transmídia é centrada na observação sobre quais fragmentos narrativos devem ser dispostos em determinados recursos e formatos para que o público melhor compreenda a história.

Dentro da esfera de produção de conteúdos transmidiáticos, os comentários de Patrícia dialogam com os de Carla Miranda, no sentido de que, para a jornalista, as experiências de tal teor são viáveis "para fazer pontuais em todas as matérias, em todos os conteúdos criados". "Em tudo que é feito você consegue colocar um ponto de interação, de imersão, de conexão", diz.

Quando questionada sobre o que faltaria para que tais tipos de conteúdo fossem mais explorados, a resposta de Patrícia foi similar à da coordenadora do curso Estado de jornalismo. Em sua avaliação, falta técnica e "mente aberta para a gente enxergar que aquilo que a gente tem feito até hoje pode não ser aquilo que a gente tenha que fazer". Ela pondera:

> "(É preciso) fazer com que quem escreve a matéria, quem a faz matéria para os outros cadernos, consiga entender que se ela estender o braço dela, ela consegue incluir um rádio ali, se for mais um pouquinho, ela pode ter um pouco de audiovisual, e ir na linha do que Mcluhan diz de que o 'meio é a mensagem'. Quando você pensa em transmídia você tem que pensar em qual é a forma mais correta

[15] Informação fornecida por Alves em entrevistas concedidas entre setembro e outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo A

> de você transbordar, sair do normal e atingir outro patamar"(ALVES, 2021, entrevista concedida à autora)[16]

Patrícia diz ainda ver uma nova "fase" do jornalismo, que "está reaprendendo a conhecer o seu leitor". Na avaliação da editora, tal etapa é voltada a "um jornalismo com um pouco mais de profundidade", redescobrindo histórias. Ela pondera:

> "Eu acho que nessa repaginada, nesse momento de virada, é onde o jornalismo transmídia ele vai tem papel importante, tem um papel principal, é uma peça-chave. Porque você encontra nele um texto que se aproxima um pouco da literatura, você encontra nele vídeos que você gosta de ver no YouTube, fotografias que você veria no Instagram e você tem uma experiência sensorial que é como estar numa rede social, mas dentro de uma história. Você entra naquela história e vai. Eu queria que todo tivesse o gosto de ler uma reportagem dessa, pudesse ter acesso a esse conteúdo" (ALVES, 2021, entrevista concedida à autora)[17]

4.4 Lógica transmídia, ciência e a pandemia da covid-19

Quando a presente pesquisa teve início, não vivíamos a pandemia da covid-19. Nesse contexto, foram necessárias diversas mudanças na dinâmica social para arrefecer a crise sanitária, algumas dessas alterações mais profundas que outras, mas que definitivamente impactaram nosso modo de viver e, consequentemente, a comunicação.

Um primeiro impacto da pandemia no desenvolvimento do projeto, assim como ocorreu em muitas outras pesquisas - em especial as da área de ciências sociais, em que pesquisadores não puderam ir à campo devido às medidas de distanciamento social - foi a necessidade de adaptação, em parte, da metodologia, com busca por outros caminhos para analisar aspectos de recepção e adesão ao conteúdo transmidiático e às produções de divulgação científica.

Inicialmente, era prevista a aplicação de questionários sobre os temas supracitados em escolas de São Paulo, a estudantes do Ensino Médio, com um acompanhamento mais próximo do assunto e uma dinâmica mais interacional com os alunos. Com a adaptação das aulas ao ensino à distância, tal previsão acabou

---

[16] Informação fornecida por Alves em entrevistas concedidas entre setembro e outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo A

[17] Informação fornecida por Alves em entrevistas concedidas entre setembro e outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo A

prejudicada e houve inclusive o receio de que a intervenção nas aulas acabasse, de alguma forma, prejudicando o desenvolvimento dos estudantes, que sofreram de inúmeras maneiras com a necessidade de adaptação ao ensino remoto.

O impacto da pandemia do cotidiano do jornalista e do modo de produção dos materiais noticiosos foi mencionado por Leite e Alves. O repórter da Folha de S.Paulo aponta como o isolamento e a consequente necessidade de que todas as etapas do fazer jornalístico fossem mediados acaba resultando em uma perda de vivacidade do jornalismo. Na mesma linha, Patrícia entende que o jornalismo transmídia acabou "perdendo" em meio à crise sanitária, uma vez que "você precisa estar conectado às pessoas para poder contar histórias". Por outro lado, a editora da Folha de Londrina chama atenção para a aceleração de processos e técnicas, que, em sua visão, acabaram ficando mais acessíveis.

Nessa linha, a solução encontrada para observar, ainda que sob outra perspectiva, os pontos ligados à recepção e adaptação à narrativa transmídia, quando aliada à produção de conteúdos sobre ciência, aplicou-se os questionários junto a estudantes de jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. No questionário foram incluídas reflexões não só sobre o modo de se relacionar e interagir com o conteúdo, considerando que os estudantes que auxiliaram a pesquisa já podem ser considerados nativos digitais, mas também o conhecimento sobre a forma de produção e desenvolvimento de narrativas complexas.

De um outro lado, a presente dissertação não poderia deixar de tecer comentários e analisar conteúdos produzidos durante e sobre a pandemia de covid, considerando a importância da ciência em meio à crise sanitária, e, ainda a aceleração do processo de inserção social no meio digital, de uma maneira muito intensa, que impactou não só os prosumidores, mas também os jornalistas - que se viram longe das redações e buscando maneiras diferentes de informar a população.

Nesse sentido, um dos primeiros pontos que saltam da nossa 'memória pandêmica' é a realização de lives (transmissões ao vivo) nas redes sociais, que marcaram a experiência comunicacional dos primeiros meses da crise sanitária no Brasil. Dentro do contexto de produção jornalística, muitos comunicadores buscaram usar tal ferramenta para divulgar informações de serviço ligadas à pandemia, tirando dúvidas da população sobre o assunto, inclusive com a participação de especialistas de diferentes áreas, em um formato diferenciado de uma quase entrevista 'coletiva'.

Uma experiência ligada a tal contexto é o grupo criado pelo jornal O Estado de S. Paulo para tratar de questões ligadas à pandemia da covid-19 no Facebook. Levando em consideração o fato de que a plataforma estava priorizando a interação em tais ambientes, foi criado um espaço para a discussão de temas ligados à crise sanitária, com respostas à questionamentos feitos pelos usuários, tanto em forma de comentários - com o respectivo direcionamento de conteúdos no portal do jornal - como com lives em que especialistas abordavam as principais dúvidas sobre o assunto.

Na avaliação de Patrícia, iniciativas em tal linha são espaços importantes a serem explorados nas redes sociais considerando que o que se demanda em tais ambientes é uma "boa conversa". Segundo a jornalista, é preciso conversar com as pessoas, entregar para elas "um pedaço daquilo que elas querem ver ali e falar onde podem acessar mais do que aquilo". Ela pondera:

> "O importante é que a gente pare de tratar as redes sociais como um canal de distribuição e entenda que ela é uma formação de comunidade, uma formação de família, é tipo um grupo. Um grupo de pessoas que você segue, com quem você interage, que conversa com você, e você conversa de volta. Se você continuar sendo só um distribuidor de informação você vai perder relevância até deixar de existir"(ALVES, 2021, entrevista concedida à autora)[18]

É interessante refletir sobre a maneira que tal tipo de conteúdo pode se encaixar dentro de uma narrativa transmídia, não só como um fragmento do produto 'maior', mas como caminho para interação com os prosumers. Lembrando dos conteúdos analisados, eles não apresentavam portas tão abertas para que o público pudesse contribuir com a narrativa. Além disso, é importante refletir como a experiência vai na linha da proposta da plataforma, de maneira que se encaixa nela muito naturalmente.

Podemos refletir sobre tal assunto também levando em consideração a perspectiva colocada por Scolari em uma série de textos publicados em seu blog Hipermediaciones sobre temas relacionados à pandemia. O autor dá ênfase ao fato de que o ser humano entende o mundo por meio de esquemas narrativos, indicando que, "em um momento de tanta incerteza, era lógico que a demanda por histórias crescesse exponencialmente" (Pires, 2020).

---

[18] Informação fornecida por Alves em entrevistas concedidas entre setembro e outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo A

Considerando tal necessidade narrativa e a circulação rápida de informação dentro de uma infraestrutura global, Scolari fala em "terreno inicial para a proliferação de todos os tipos de textos", incluindo peças de desinformação. Nessa linha, o autor toma o conceito de rede de semiose social de Eliseo Verón para apontar que o funcionamento do circuito de produção-circulação-interpretação foi exasperado pelo confinamento decorrente da pandemia e pondera:

> "Se pensarmos em termos de metáfora mecânica, é como se o enredo da semiose social tivesse superaquecido: a máquina discursiva trabalha em um regime de revoluções, por segundo, mais alto que a média... Para funcionar bem, os sistemas sociais, políticos ou econômicos exigem uma circulação discursiva regular, a meio caminho entre o silêncio e a produção textual descontrolada, acompanhada de processos de superinterpretação conspiracionista que estamos experimentando atualmente. Em outras palavras, a produção de baixo sentido é tão ruim quanto a excessiva. Devemos retornar a um regime discursivo menos frenético se quisermos entender o que está acontecendo e quais ações devemos implementar" (Pires, 2020, p.224).

A ponderação de Scolari pode remeter a uma narrativa mais profunda e complexa, que, se aproveitar dos recursos tecnológicos disponíveis para a produção de conteúdo e considerar as formas de relacionamento das novas gerações - com trocas mediatizadas por plataformas, fenômeno que se intensificou na pandemia - pode resultar em uma experiência transmidiática.

A declaração ainda nos faz refletir sobre a desinformação, fenômeno que tem gerado diferentes debates e que tomou um novo nível em meio à crise sanitária ligada à covid-19. Com relação à narrativa transmídia e a produção de conteúdo jornalístico, pode-se pensar no papel central que agências e experiências de checagem de fatos no combate do que é geralmente chamado de notícia falsa - apesar do problema teórico do termo.

Um dos principais exemplos de iniciativas que atuam no combate à desinformação no País é o projeto colaborativo Comprova, que é liderado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo e reúne jornalistas de 33 organizações de mídia. Em sua quarta fase, o projeto se dedicou a produzir conteúdos relacionados à pandemia da covid-19, tendo realizado 119 verificações de conteúdos que tiveram amplo alcance.

Nesse sentido, tais iniciativas podem se inserir em um contexto maior de produção de um especial ou cobertura jornalística, de maneira a configurar um

fragmento narrativo dentro de uma experiência transmídia, oferecendo ainda um caminho de interatividade e aproximação com o leitor - se ainda pensarmos em possibilidades de o usuário encaminhar questões a serem checadas pelos jornalistas.

Considerando os veículos que produziram os conteúdos já descritos e analisados na presente dissertação - Estado de S. Paulo, Folha de S.Paulo e Folha de Londrina -, podemos refletir sobre algumas produções realizadas sobre temas ligados à pandemia, com aspectos transmidiáticos.

Em junho de 2021, o Estadão lançou um especial após o Brasil chegar a 500 mil mortos pela covid-19. Trata-se de uma série de quatro reportagens com os temas 'vírus sem controle', 'perfil das vítimas', 'vidas interrompidas' e 'sobreviventes da pandemia'. A navegação entre os conteúdos se dá através de botões dispostos em cima de cada uma das reportagens. Ainda há links para outros materiais especiais sobre o coronavírus, como um guia da vacina e uma produção sobre o primeiro ano da pandemia.

Figura 8 - Capa e trecho do especial produzido pelo Estado de S. Paulo sobre a pandemia da covid-19

Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

A primeira delas mescla análises de dados e diferentes infográficos animados para traçar um panorama da evolução da pandemia no País, em contraposição com as ferramentas desenvolvidas para combatê-la, em especial a vacinação. Também são dispostas fotografias que ilustram o tema e o conteúdo ainda conta com uma entrevista do epidemiologista Pedro Hallal, que ficou conhecido pelas análises sobre a crise sanitária.

A reportagem 'perfil das vítimas' segue a mesma linha de análise de dados para registrar um momento novo, na ocasião, durante a pandemia, em que os grupos de risco da covid-19 passaram a não ter mais a maioria dos óbitos pela doença, à época. O conteúdo conta com entrevistas em vídeo de especialistas, que contextualizam as informações dispostas nos infográficos.

Em uma outra linha, o fragmento vidas interrompidas traz breves relatos de familiares daqueles que faleceram em razão da covid-19. Cada segmento de texto é acompanhado por um retrato das famílias, em uma espécie de colcha de vozes que têm em comum o sofrimento e o luto em razão do impacto da doença causada pelo Sars-Cov-2.

Em uma toada semelhante, a reportagem sobre os 'sobreviventes da pandemia' apresenta relatos em vídeo das pessoas que tiveram a covid-19, também explorando a questão da pluralidade. Cada um dos depoimentos é acompanhado de um breve texto que contextualiza a história de cada personagem ouvido pelos jornalistas.

Lembrando dos critérios de jornalismo científico elencados por Burkett (1990) podemos estabelecer relações entre o conteúdo e os tópicos de necessidade de sobrevivência e conhecimento, proximidade, significado, contextualização e interesse humano. Tais indicações se dão em razão da maneira que a pandemia afetou a sociedade em diversas esferas e de maneiras distintas em momentos diferentes.

Já sob a ótica do jornalismo transmídia, podemos citar os conceitos de subjetividades, organização seriada e expansão e profundidade. Isso em razão das múltiplas vozes que compõem o especial, os espaços abertos para que a narrativa seja ampliada. Além disso, é importante destacar a interligação do conteúdo com outras produções centrais sobre a covid-19, o que oferece ao usuário um leque de informações a serem exploradas.

Antes do especial do Estadão, em outubro de 2020, a Folha de S.Paulo realizou uma série de reportagens batizada de 'O Brasil das várias pandemias' com o objetivo de retratar os impactos da pandemia em diferentes esferas da sociedade. Ao todo, foram realizadas onze matérias sobre realidades de diferentes cidades em todo País. As reportagens contaram com apoio financeiro do Instituto Serrapilheira.

Em geral, as reportagens exploram recursos como mapas, infográficos, vídeos curtos e imagens. O fragmento central dos conteúdos é o texto. Outro ponto em comum entre as matérias é o fato de elas serem centradas nas histórias de personagens locais, assim, as subjetividades - característica da narrativa transmídia

apontada por Scolari (2014) - e a pluralidade (Medina, 1991) permeiam os conteúdos. Por outro lado, com relação a aspectos de divulgação científica, o especial aborda mais a questão social do impacto da crise sanitária provocada pela covid-19, assim as questões relacionadas à ciência, em especial à área da saúde, apenas tangenciam o especial.

De todo modo, buscou-se observar os aspectos transmidiáticos do especial da Folha de S.Paulo em razão de as reportagens apresentarem uma outra perspectiva sobre a pandemia, de maneira que o conteúdo - que é interligado com hiperlinks a diversas outras matérias do jornal, mais factuais - oferece um quadro diverso do que comumente associamos quando falamos sobre a cobertura da crise sanitária. Ainda assim, pode-se observar traços do critério de interesse humano (BURKETT, 1990) como um aspecto central das matérias que compõem a série de reportagens

Um outro especial lançado pela Folha de S.Paulo em 2020, de menor abrangência, também se destacou por mostrar outra possibilidade narrativa que, novamente, quando pensada dentro de um contexto maior, de uma estratégia transmídia, pode ser explorada inclusive nas redes sociais. Trata-se de um projeto que aborda a vida dos profissionais da classe considerada essencial em meio a pandemia, que continuou trabalhando em meio às quarentenas realizadas para frear a transmissão do novo coronavírus.

Figura 9 - Capa e trecho do especial produzido pela Folha de S.Paulo sobre os trabalhadores essenciais durante a pandemia da covid-19

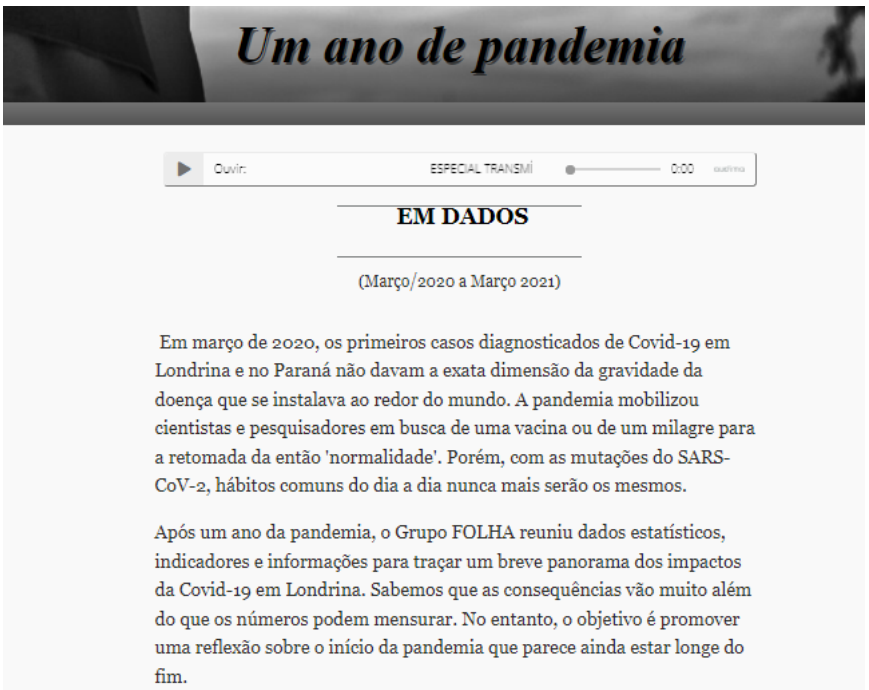
Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

Cada uma das histórias dos personagens é disposta em *cards* que combinam imagens e frases retiradas dos relatos feitos pelos profissionais à reportagem. A navegação é realizada de maneira direcionada, passando pelas setas dispostas na tela, em uma dinâmica que lembra a dos *stories* do Instagram.

Em alguns dos *cards*, as frases dos personagens são acompanhadas de áudio com a voz dos mesmos, aproximando a narrativa do leitor. Uma questão que chama atenção, em razão da possibilidade de expansão, é a indicação feita na página de apresentação do especial de que novas histórias seriam incluídas periodicamente na página principal. No entanto, o último registro é de maio de 2020.

Um último conteúdo sobre a pandemia a ser citado foi produzido pela Folha de Londrina no marco de um ano da pandemia, em março de 2021. A proposta do especial é condensar os dados relativos à cidade sanitária, na cidade paranaense e no Estado, e traçar um panorama com base em estatísticas, indicadores e informações. O especial conta com textos, imagens, ilustrações e infográficos, sendo esses dois últimos os recursos principais do conteúdo. Eles tornam a visualização do impacto da pandemia mais compreensível.

Figura 10 - Capa e trecho do especial produzido pela Folha de Londrina sobre dados relacionados ao primeiro ano da pandemia da covid-19



Fonte: Reprodução/Imagem de Tela capturada pela autora

O especial não condensa informações apenas ligadas à saúde, mas também a aspectos econômicos e sociais - educação, segurança, transporte, cultura e esporte - ligados à crise sanitária. Além disso, ele se insere dentro de um contexto de outros conteúdos do caderno transmídia sobre a pandemia, entre eles uma foto reportagem que narra um dia em uma Unidade de Tratamento Intensiva (UTI) da Covid-19, e uma linha do tempo com diferentes recursos que narram os principais acontecimentos no primeiro ano da crise sanitária.

Para além da análise de conteúdos, é necessário refletir, sob outra perspectiva, sobre como a produção científica ficou em evidência durante a pandemia, em razão de sua importância no enfrentamento da crise sanitária. Na mesma linha, a divulgação de ciência ganhou os holofotes, assim como sua importância para uma tentativa de diálogo entre a academia e a sociedade.

O jornalista Marcelo Leite, especialista no tema há anos e um dos jornalistas que integraram o desenvolvimento do especial 'A Batalha de Belo Monte' compartilha de tal visão, mas alerta para um 'vai e volta' do reconhecimento, por parte do público, da cobertura sobre ciência. Leite ainda destaca como a pandemia afetou o próprio trabalho jornalístico, com os profissionais tendo de buscar diferentes ferramentas para produzir conteúdos a um público que também estava consumindo as informações de maneira diferente.

Além disso, o jornalista faz uma ponderação interessante sobre o atual contexto de percepção pública da ciência:

> "Acho que tem o problema social mais geral que é o do enorme grande prestígio da ciência em uma parte da sociedade e um declínio enorme do prestígio em outra parte da sociedade, a polarização conduziu isso. Eu sinto que eu não estou escrevendo para o público em geral. Estou muito incomodado com isso. Eu sinto que só me lê e só reage ao que eu escrevo quem já concorda comigo, que já tem a ciência como um valor, a objetividade, as evidências como um valor prévio"(LEITE, 2020, entrevista concedida à autora)[19]

Apesar tal obstáculo, o jornalista diz que é necessário "continuar fazendo o jardim", uma vez que "no fim das contas as evidências prevalecem".

[19] Informação fornecida por Leite em entrevistas concedidas entre setembro e outubro de 2020, por telefone. A íntegra está disponível no Anexo B

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas ponderações tecidas ao longo da dissertação, é possível verificar que a narrativa transmídia oferece caminhos muito interessantes para a produção de conteúdos jornalísticos, inclusive mais especializados, como o jornalismo científico. Trata-se de uma oportunidade vasta a ser explorada no campo comunicacional, especialmente por que se relaciona diretamente com a nova dinâmica de interação do usuário.

Os conteúdos analisados - 'Político em Construção', 'Batalha de Belo Monte' e 'Rio Tibagi: um gigante paranaense' - permitiram a reflexão não só sobre como diferentes recursos podem ser utilizados de modo a construir uma narrativa mais completa, contextualizada e aprofundada, também sobre o modo de produção e desenvolvimento de tal tipo de conteúdo. Há uma série de possibilidades narrativas que não são exploradas pelos conteúdos citados, o que indica as oportunidades que outros conteúdos podem explorar.

Durante a análise dos conteúdos considerando parâmetros ligados à narrativa transmídia foi possível observar a presença de uma série de conceitos como expansão, profundidade, organização seriada, subjetividades e imersão. Os especiais consistem em grandes histórias, exploradas a um nível de detalhe maior, abarcando diferentes aspectos de um mesmo tema. Para isso, utilizam recursos diferenciados, que possibilitam ao leitor múltiplas sensações.

Entre os formatos explorados pelos conteúdos há alguns que chamam mais atenção pelo lado lúdico, como os games, ou pela parte de experiência, como os vídeos 360º. O ponto central da reflexão, no entanto, foi observar como se dá a articulação e interligação de tais conteúdos, uma vez que, com os avanços tecnológicos, as ferramentas mudam constantemente.

É interessante ressaltar a importância da reflexão sobre o pensar transmídia, colocada por Brenda Laurel em 1996 - o imaginar uma história com início, mas sem fim, considerando não o conteúdo, mas a temática, a experiência e preferência do usuário, seus impactos e reverberações. Tal estratégia, aqui debatida dentro do campo da comunicação, aparece cada vez mais presente no modo como nos relacionamos e apreendemos.

Já sobre a ótica da comunicação sobre ciência, foi interessante observar a maneira em que os conceitos científicos, de diferentes áreas - exatas, da natureza e

sociais - podem ser incorporados ao jornalismo transmídia, para aprofundar discussões, explicar fenômenos e sanar, de um modo geral, diferentes necessidades da sociedade com relação ao conhecimento. Assim, foi possível identificar traços de divulgação científica - em alguns casos, mais singelos - em todos os conteúdos analisados. Observar os critérios ligados a tais inserções também foi interessante para identificar e refletir sobre os espaços em que os jornalistas podem explorar a ciência dentro do cotidiano.

Tais observações são potencializadas quando falamos de conteúdos sobre a pandemia da covid-19. Em razão da centralidade da ciência para o enfrentamento à crise sanitária, foram jogados holofotes sobre a divulgação científica, que ganhou um espaço maior nos grandes meios. Nomes de diferentes cientistas que eram fontes dos jornalistas e atuaram como porta-vozes em meio à pandemia se tornaram conhecidos para o público em geral, para além dos círculos de disseminação científica.

Se por um lado houve o aumento da demanda de conteúdos sobre ciência, pela sociedade, os jornalistas não só tiveram que se adaptar a uma nova dinâmica de produção - em razão do distanciamento social - mas também ampliar seus conhecimentos sobre uma cobertura que é mais específica, com detalhes que não podem ser relevados sob o risco de gerarem imprecisão, para poderem atuar como mediadores sociais, sanando as dúvidas da população em meio a um cenário inédito e também contribuindo para evidenciar a importância do processo científico.

Já com base nos relatos dos jornalistas que desenvolveram os conteúdos analisados foi possível refletir sobre os desafios e oportunidades ligados ao desenvolvimento de produtos com características transmídia. Os profissionais ainda levantaram pontos interessantes que tangenciam a discussão sobre novas estratégias de conteúdos jornalísticos, como a interação por meio das redes sociais.

De um outro lado, os apontamentos feitos por estudantes de jornalismo da Escola de Comunicação e Artes levaram não só a reflexões sobre o consumo de conteúdos transmidiáticos, mas também a observações, ainda que muito incipientes e superficiais, sobre o interesse e sensibilidade de futuros jornalistas sobre tal tipo de narrativa.

Assim, pôde-se observar como os pontos centrais para a comunicação sobre ciência, de um modo mais amplo, podem ser abarcados e até potencializados diante da lógica transmídia. Características essenciais da mesma, como multiplicidade de histórias, profundidade e extensão estão diretamente relacionados até a própria

construção da ciência, mais um indicativo da possibilidade de aproximação entre os dois campos.

Considerando aspectos como a abertura para interatividade e até o lado lúdico que tais conteúdos conseguem explorar, é possível refletir ainda sobre se a transmidiatização, ao estabelecer a possibilidade de um maior diálogo e troca entre academia e sociedade, não contribui para a efetividade de uma comunicação científica - no conceito explorado na dissertação - e consolidação de uma cultura científica - questão extremamente relevante em meio a ao contexto de desinformação e negacionismo que vivenciamos.

Por outro lado, a discussão sobre os dois campos é esvaziada não se não são considerados questões centrais do jornalismo e da redação de ciência, e a respectiva atualização das discussões, indispensável para a produção de uma boa comunicação. As discussões sobre a narrativa transmídia e a comunicação científica não podem deixar de ser permeadas por considerações sobre temas como desinformação, vigilância, pluralidade e acesso à informação. Não se pode perder de vista a função social do jornalismo, a humanização de histórias e a produção de conhecimento para a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS[20]

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo científico**: conceito e funções. Ciência e Cultura, São Paulo, v. 37, n. 9 , p. 1420-7, 1985.

BURKETT, Warren. **Jornalismo Científico : Como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação**. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1990.

CAMPALANS, Carolina; GOSCIOLA, Vicente. **Géneros de narrativa transmedia y periodismo. In: Periodismo Transmedia - miradas multiples**. Barcelona: Edital UOC, 2014.

CARIBÉ, Rita de Cássia do Vale. **Comunicação científica: reflexões sobre o conceito**. Informação & Sociedade: Estudos, [S. l.], v. 25, n. 3, p. 89–104, 2015. Disponível em: https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/23109. Acesso em: agosto de 2021.

CASTELLS, Arnau Giffreu. **El documental interactivo - Una propuesta de modelo de análisis**. Universitat Pompeu Fabra. 2010.

DEBRAY, Regis. **As três idades do olhar**. In: Vida e morte da imagem. Petrópolis: Vozes, 1994.

ESTADO DE S. PAULO. **Político em Construção**. (2018). Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/focas/politico-em-construcao/>

_____. **Depois da covid: a jornada para recuperar a saúde**. (2021). Disponível em: <https://www.estadao.com.br/infograficos/saude,depois-da-covid-a-jornada-para-recuperar-a-saude,1176839>

FOLHA DE S. PAULO. **Batalha de Belo Monte**. (2013). Disponível em: <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>

_____. **Profissionais essenciais contra o coronavírus**. (2020). Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/profissionais-essenciais-contra-coronavirus>

_____. **O Brasil das várias pandemias**. (2020). Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/o-brasil-das-varias-pandemias/>

FOLHA DE LONDRINA. **Rio Tibagi: um gigante paranaense**. (2017). Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/transmidia/rio-tibagi-2956229e.html>

[20] De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT NBR 6023)

_____. Um ano de pandemia em dados. (2021). Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/transmidia/especial-transmidia-um-ano-de-pandemia-em-dados-3062521e.html>

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade** . São Paulo: Annablume, 2008.

GOSCIOLA, Vicente. **História Expandida em Deslocamento** : a Experiência Audiovisual em Narrativa Transmídia. 2012.

GOSCIOLA, Vicente. **Narrativa transmídia**: conceituação e origens. In: Narrativas transmedia - Entre teorías y prácticas. Barcelona: Edital UOC, 2014.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. **Da narratividade à narrativa transmídia**: a evolução do processo comunicacional. In: Narrativas transmedia - entre teorias y practicas. Editorial UOC: Barcelona, 2014.

HALL, Stuart. **A ideologia e a teoria da comunicação** . In: Tributo a Stuart Hall. Revista do Programa de Pós-Graduação Ciências da Comunicação – Matrizes.São Paulo: PPGCOM/USP. v. 10, n 3. 2016.

HERNANDO, Manuel. **El periodismo científico, reto de las sociedades del siglo XXI**. In: Revista Científica de Comunicación y Educacion. Comunicar, 19, 2002.

JENKINS, Henri. **The Revenge of the Origami Unicorn** - Seven Principles of Transmedia Storytelling. 12 de Dezembro de 2009. Disponível em: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

_____. **Cultura da Convergência** . Nova York, Universidade de Nova York, 2006.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 2002.

MANOVICH, Lev. **Instagram e contemporary image**. 2017. Disponível em http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image .

MEDINA, Cremilda. **Ciência e Sociedade** : mediações jornalísticas. São Paulo. Coordenadoria de Comunicação Social\Estação Ciência (USP), 2005.

_____. (Org). **A crise dos paradigmas**: 1º Seminário Transdisciplinar. São Paulo. ECA/USP, 1991.

_____. **Símbolos e narrativas**: rodízio 97 na cobertura jornalística. São Paulo. (1998).

MOREIRA, Benedito; SILVA, André (orgs.). **Divulgação científica**: debates, pesquisas e experiências. Cuiabá: EdUFMT, 2017.

PIRES, Fernanda. **Metáforas, narrativas e proliferação de espécies midiáticas durante a pandemia de 2020** - Entrevista com Carlos Scolari. In: Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 8, n. 1, p. 217, outubro, 2020.

RENÓ, Denis; FLORES, Jesús. **Periodismo Transmedia** : Reflexiones y técnicas para El ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madri: Fragua, 2012.

_____. **Periodismo Transmedia** - nueva edición actualizada - Aveiro: Ria Editorial, 2018.

RENÓ, Denis. **O documentário transmídia** : como produzir. In: Revista Latino-americana de Jornalismo. Programa de Pós Graduação - UFPB. João Pessoa: Jul/Dez 2015.

_____. **Diversidades de modelos narrativos para documentários transmídia**. Em Revista Doc Online, 14, Agosto, 2013. Disponível em : http://www.doc.ubi.pt/14/dossier_denis_reno.pdf.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. **Centralidade, transversalidade e resiliências**: reflexões sobre as três condições da contemporaneidade digital e a epistemologia da comunicação. In: Richard Romancini; Maria Immacolata V. de Lopes. Anais do XIV Congresso IberoAmericano de Comunicação, IBERCOM 2015. 1a. ed. São Paulo: ECA/USP, 2015, v.1, p. 110 - 132.

SCOLARI, Carlos. **Narrativas Transmedia**: Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Centro de Libro PAPF, 2013.

_____. **Transmedia storytelling**: new ways of communicating in the digital age. AC/E digital culture annual report, 2014.

SILVA, A. C. M.. **As relações entre a ciência, o sistema brasileiro de pesquisa e o jornalismo científico** . In: André Chaves de Melo Silva; Benedito Dielcio Moreira. (Org.). Divulgação Científica: Debates, Pesquisas e Experiências. 1ed.Cuiabá: Editora da Universidade Federal de Mato Grosso (EdUFMT), 2017, v. 1, p. 32-40.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional.Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

VAN DJICK, José. 2014, **Datafication, dataism and dataveillace**: Big Data between scientific paradigm and ideology. Survellance & Society 12 [2]. p. 197-208.

WARDLE, Claire. **Understanding Information Disorder**. First Draft: 2019. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701>

WARDLE, Claire; DERAKSHAN, Hossein. **Information Disorder**: An interdisciplinary Framework for Research and Policy. Council of Europe: 2017.

THE NEW YORK TIMES. Snow Fall - The Avalanche at Tunnel Creek. (2012). Disponível em: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

ANEXOS

ANEXO A - Entrevista com Patrícia Maria Alves, jornalista do jornal Folha de Londrina

Entrevista realizada com a jornalista Patrícia Maria Alves, do jornal Folha de Londrina, realizada por telefone, em partes, entre setembro e outubro de 2020. Patrícia coordena e edita os conteúdos do caderno transmídia do jornal.

Achei interessante que o caderno produzido por vocês tem o nome de transmídia.

Quando eu criei esse caderno eu queria que ele fosse assim mesmo, até para a gente não perder a essência dele no caminho. Por que se ele é transmídia, você precisa insistir em uma técnica. Se é só um especial, você pode fazer qualquer outra coisa. Eu queria mesmo insistir nessa técnica, fazer essas coisas novas, inovar linguagem, contar histórias por todos os processos. É uma história que às vezes é difícil de fazer. É complicado mesmo, porque você começa um parágrafo falando de uma história no texto, aí você continua ele no vídeo, você segue coloca uma foto, tudo aquilo complementa informação. E uma das coisas mais difíceis desse processo é educar o leitor nesse modo de leitura, porque hoje em dia ele está acostumado a receber tudo em uma foto e uma linha fina. Ali costuma ser um texto bom, você não conta uma história em três parágrafos, você tem uma história com 50 mil caracteres. É um negócio bem trabalhado. Mas o nome mesmo do caderno quando a agente deu, quando eu fiz a primeira reportagem transmídia em agosto de 2017, eu fiquei uma semana pensando em que tipo de nome podia ser. Até o meu chefe falou ‘ah porque você não coloca logo o nome daquilo que você está fazendo, porque aí se você for explicar o que é o caderno você já vai explicar de uma vez’.

Como foi criar o primeiro caderno? De onde surgiu essa ideia?

Eu acho que a ideia de criar o caderno transmídia, que eu acredito que tenha sido a ideia de todas as pessoas que trabalham com isso, é o Snowfall, do The New York Times, que saiu em 2012. Todo mundo queria fazer. Aquilo foi incrível. Eu não posso negar a influência dele no ‘Na Rota do Café’, que foi o primeiro especial transmídia que eu fiz. Porque com as ferramentas baixas que eu tinha, eu quis fazer um pouquinho de tudo que eles fizeram. Fiz as entrevistas em vídeo, realidades

virtuais em 360º, a experimentação do jornalismo gonzo, a mudança da linguagem narrativa - que é muito diferente, não precisar fazer jornalismo naquela linguagem de 1980 - poder experimentar, fazer jornalismo polifônico, literário, mudar ele para uma narrativa de jornalismo de livro reportagem e encontrar a linguagem em cada tema. Cada objeto pelo qual a gente vai falar.

O projeto que a gente cria é primeiro a história, tudo que a gente encontra ao redor são testemunhas daquela história. E aí a partir disso, no caso do 'Na rota do Café', eu pensei: 'vou pegar um jornalista que faz viagens de moto, uma parte do norte pioneiro do Paraná que é grande plantador de café, eu vou misturar todas essas histórias, porque a minha história é a Rota do Café, é a estrada que antes era feita por carroças e cavalos que construíram essa parte do Paraná e agora pode ser feito por turismo, com uma motocicleta que nem é daqui'. Eu quis fazer algo meio gonzo, seguindo a linha da narrativa reportagem. Criei a rota do café em alguns infográficos de *Google Maps*. As pessoas nos receberam gratuitamente, a gente dormiu na fazenda de café. E essa era a ideia de construir alguma coisa nova.

Ninguém aqui sabia o que eu estava fazendo. E eles foram conhecer essa técnica, essa reportagem e depois que eu apresentei o piloto surpreendeu tanto que eles falaram 'eu nunca vi nada parecido na minha vida. A partir daquele momento, ou eles aprovavam e a gente criava o caderno ou a gente publicava a reportagem de uma força tradicional. Foi aí que eu fiz a página multimídia dela, ela chamou muita atenção e a gente criou o conteúdo impresso, porque ela também tem um caderno impresso. Mas é outra coisa, onde eu coloco *QR codes*, realidade aumentada, para poder circular entre os lugares e algumas brincadeiras assim. Então eu usava muitos recursos midiáticos para fazer. Eu digo que usava porque eles foram diminuindo com o tempo, os recursos que a gente tem para trabalhar. Então foram algumas coisas, como a realidade aumentada mesmo. Até com a mudança da tecnologia, porque de 2017 para cá muita coisa mudou e o que era legal naquela época já não é tão legal agora.

Uma das coisas que eu gosto muito de fazer e entra muito nessa coisa de linguagem transmídia de imersão é o 360º. Isso acho que cabe em todas as pautas que a gente já fez, todos os temas que a gente cobriu, todas as histórias que a gente já contou. A imersão do leitor naquele espaço, naquele universo, com o som ambiente - só uso trilha sonora no trailer da reportagem - porque é para fazer a pessoa entrar na história mesmo, eu acredito nisso. Acredito que cada ponto da reportagem conta

uma história. Se eu tiro o som ambiente do lugar onde eu estava eu estraguei a história para a pessoa. Porque aí eu criei um outro universo, eu criei um clima para ela enxergar aquele vídeo e acho isso legal num material publicitário, não em um editorial.

Até teve uma vez, que fui bastante criticada. Na reportagem do Rio Tibagi, que é um rio gigantesco muito importante para a região e foi feita uma reportagem da nascente à foz - é uma das minhas prediletas. Durante essa história, a equipe foi, nessa não acompanhei a viagem, mas eles fizeram todas as viagens, e tinha capacete, levaram a 360º com *go pro*. E eu fui separar o material, é riquíssimo, e fiz um vídeo do rapaz descendo o rio, com a 360º na cabeça, em uma viagem acho que de vinte minutos. Eu assisti aquele vídeo e não consegui desapegar. Então fiz o 360º de 20 minutos descendo o rio. Aí o repórter e o fotógrafo viram e perguntaram, 'mas porque você colocou o vídeo inteiro, você acha que alguém vai assistir os 20 minutos o rio?'. A reportagem do rio Tibagi, por causa do modo que eu trabalhei a informação de dados, foi finalista de um prêmio internacional de jornalismo de dados.

O processo de estruturação das reportagens, como funciona?

Para mim funciona assim, como não são todos os trabalhos que eu escrevo - eu escrevo alguns, eu faço questão de fazer pelo menos um por ano, mas não são todos, como sou editora não são todos que posso fazer todo processo. Então a gente escolhe sobre o que a gente quer falar, se tem um tema, um objeto ou uma história, ou um lugar para visitar. As vezes tem uma repórter que vem e fala assim 'ó eu gostaria de fazer uma história sobre'.

Os primeiros projetos foram muito mais no supetão, sabe? Eram pautas que já existiam e eu comprei elas. Então a pessoa foi lá e aí eu tive que transformar. Já era uma pauta tradicional e eu tive que transformar em transmídia. Mas depois da quarta - as quatro primeiras foram a rota do café, o rio Tibagi, o porto de Paranaguá e daí acho que na quarta eu já consegui fazer ela transmídia desde a raiz, que é o sinta londrina, que era sobre o aniversário da cidade.

Nesse a gente falou assim: 'vamos fazer um projeto onde a gente consiga fazer as pessoas sentirem a cidade. Aí fui estudar alguns tópicos de neurociência para ver como que a gente conseguia passar isso através da tela, o olfato, o paladar e etc. E a gente trabalhou assim, cada sentido na cidade. Se você ler e ouvir tudo o que está colocado nessa reportagem, ela te faz sentir a cidade. Nesse até fiz um vídeo com o

depoimento de um fã de futebol daqui que ele tem 15% de visão só. E aí o vídeo tem ele narrando a experiência dele de ir até o estádio que é uma coisa que ele gosta muito de fazer, e aí eu fui até o estádio e esse é um 360º também. Que aí eu fiz uma técnica de distorção de vídeo para que as pessoas sentissem como é ser um deficiente visual. E é um negócio assim, tudo que foi posto ali tem uma função, tem uma função tanto na história quanto na percepção que você vai ter no todo. E eu não fico anunciando elas. Por exemplo, eu anunciei quando a gente fez o lançamento da reportagem 'você vai ver um vídeo e vai sentir uma experiência de imersão'. Porque eu queria a surpresa da pessoa ao sentir. Porque ela chega ela fala 'nossa, esse vídeo está malfeito', mas é o lance que aí conforme vai passando, você começa a assistir, está bonito o estádio, e aí você vai criando os efeitos visuais. Foi assim que foi a vida do rapaz, ele não foi cego de nascença, ele foi perdendo a visão dele até ele conseguir muito pouco e ele ter que prestar atenção no que ele ouvia, mais ou menos o que eu queria passar para a pessoa.

Não é fácil mesmo, eu participo de toda parte do processo, da criação da pauta, à formação de equipe, formação da ideia. A gente debate muito a ideia, que caminho a gente vai seguir, como vai fazer, que história a gente vai contar. Eu mudo a linguagem, acho que á a parte mais difícil, porque você falar para o repórter que está acostumado a fazer jornalismo diário que ele pode fazer o que ele quiser. A liberdade sempre assusta, você acha que você vai dar liberdade para a pessoa, ela vai falar vou super criar, mas ela trava. Tem gente que desistiu do projeto no meio do caminho, teve um monte de coisa. E teve gente que tirou de letra, quis fazer mais.

Cada vez que vou escrever, uso uma técnica diferente de inovar que muitas vezes não agrada. Mas não era esse o objetivo, não é agradar a técnica jornalística, é mais fazer sentir, fazer o leitor sentir algo diferente. Teve um que eu escrevi que era sobre um trem de luxo que tem aqui perto de Curitiba que faz ainda a linha que a princesa Isabel costumava fazer. E até hoje tem lá o trem, é uma viagem mágica e tal. E aí eu falei assim, todo mundo fala desse trem, se eu falar só disso vou fazer uma matéria comercial e não é o intuito. Eu estava falando de uma viagem, o caminho de ferro do Paraná. Essa matéria tem três partes onde a gente fala das ferrovias para o desenvolvimento do Estado, daí vem o esquecimento das rodovias, que é aqui no norte do Paraná onde todas as ferrovias foram desabilitadas e que as estações viraram museus ou ficaram abandonadas, e lá eu fui contar a parte de luxo. E aí resolvi fazer ela numa linguagem polifônica e contei a história das pessoas que eu encontrava

em primeira pessoa, como elas me contavam a história delas. Ouvi o maquinista, do guia turístico que contava a história da ferrovia no meio do caminho, que subia e descia contando a mesma história por dia, contei a história do cara que me serviu champanhe, contei a história de todo mundo. E era mais ou menos essa ideia sabe: como eles me contavam eu contei para o leitor para que ele se sentisse exatamente como eu estava ali e mostrei aquele momento que a gente estava vivendo. Recebi algumas cartas dizendo que o texto estava confuso, que não sabia o que era. Mas aí um senhorzinho do interior do Paraná me ligou de um lugar de nem sei falar o nome, porque muito longe e falou ‘só queria ligar para dizer para você que a reportagem do trem ficou muito legal, mas tem um erro, você deixou a minha rodovia aqui do lado de fora, nossa cidade tinha uma ferrovia ótima que não entrou na sua história’. Aí ele falou: ‘gostei muito do jeito que foi escrito e me senti dentro da história ouvindo as pessoas me contarem’.

Ai falando mais tecnicamente do processo de criação, começa com essa reportagem mesmo, a gente pensa um tema em conjunto, vê quem quer fazer, porque é uma reportagem que você precisa ter um envolvimento sentimental, não dá para ter um envolvimento só técnico. Formada a equipe, a gente já escolhe o tema, prepara uma pauta, se precisar fazer viagem já prepara. Acho que dura mais uma semana essa fase de fazer a formação de equipe até você preparar todo mundo preparar as agendas. Na semana seguinte já faz as abordagens das viagens e fica uma semana indo. Tem algumas que foram um pouco mais porque eram mais longe. Você faz captação de material, vai fotógrafo repórter, vai eu, capta material. Na semana seguinte, a gente divide e cada um faz um pedaço. De repente eu conto um pedaço, o repórter conta outro, o fotografo já separa as fotos que a gente vai usar - que eu falo para ele a narrativa fotográfica é sua, você que vai contar, não vou me intrometer, estou aqui para contar uma outra parte da história, para ser uma terceira visão, cada um conta sua parte. Daí tenho 3 histórias para contar sobre a mesma rota que a gente fez. E é nessa hora que eu pego todo o material, depois que o texto está pronto, as imagens estão editadas e que tenho os vídeos - que são os últimos que eu edito, porque eu quero que eles contem as histórias que os outros não contaram, diga um pouco mais do que foi dito nos outros produtos. Aí no final eu pego todo esse material separado e aí o desafio é transformar isso em uma história única, que é a parte da edição.

A definição de qual parte da história é melhor para qual formato se dá antes do desenvolvimento?

A gente nem decide. Eu vou com o esquema aberto porque tem muita coisa que se a gente fecha antes a gente perde. Por ter fechado a cabeça. E como esse já é um projeto muito fora da curva e a gente espera que o resultado dele seja muito além do que a gente poderia imaginar, eu faço com a minha equipe para a gente de a gente ir aberto para encontrar a história no lugar. A gente vai com um caminho, para, se a gente não encontrar nada, a gente tem nosso caminho. Porque o que a gente encontrar de história lá é o que a gente vai contar. Se gente vai delimitado já, geraria uma economia, mas, na hora que você vai editar, falta. Falta histórias, você não fecha o caderno. Eu tenho cadernos que a gente fechou desse jeito, e faltou informação. Assim como tem caderno, que tinha tanta informação que eu tenho que tem vídeo inédito até agora. Eu prefiro que sobre material e eu possa escolher deixar isso para agora ou deixar isso para depois.

Quando a gente deixa um pouco mais aberto, aí é na hora de fechar a página, mesmo, que eu estou com todo o material, as histórias estão completas e separadas, que eu vou montar uma história só e eu escolho o que que vai ser contado ali. Quando você vai atrás de uma reportagem, você tem que ir lá, cru, só para ser observador. E nessa narrativa transmídia ainda eu enxergo o papel do jornalista, do repórter fotográfico, do editor que está fazendo esse material ainda mais como, apenas, a gente é a tela. A gente é a tela que está caminhando e a gente é transparente, o que a gente está vendo aqui é o que a pessoa vai estar vendo atrás da gente. Vai passar através da gente, o que a gente viu, sentiu. Porque é isso que faz a diferença.

E você fala essas coisas de você é o doido do jornal. Mas já comentei que eu gostaria de poder chegar realmente a passar para o leitor uma sensação física de fato. Porque eu sei que eu provoco ele, eu cutuco eles com as palavras, com os sons, os cheiros, mas se eu colocasse eles numa imersão total não seria só provocar, eles iriam sentir. E esse aí eu ainda não consegui fazer, mas eu queria.

Você comentou que o primeiro caderno foi transformado em projeto transmídia. Você viu diferença, no desenvolvimento dos outros conteúdos, entre o pensar transmídia desde o começo?

Nossa, é difícil mesmo. Não é fácil não. Porque como eu falei você quer contar uma história. Por exemplo, a reportagem do porto de Paranaguá. Ela veio bem

recortada. E ia ser uma reportagem bonita só por si só, mas faltavam algumas histórias. E o fotógrafo tem uma linguagem maravilhosa. O último (especial transmídia) que eu fiz, foi sobre a covid, ele passou 24 horas em uma UTI, ficou de arrepiar. Essa é fotorreportagem, porque é uma experiência de estar lá, a gente fez um vídeo com a experiência que ele narrava e coloquei a experiência dele escrita. Ele conta a narrativa visual do porto de Paranaguá. E tem o que conta a narrativa pessoal. Os dois são jornalistas muito experientes e eles não tinham trabalhado com esse tipo de linguagem ainda, então veio para mim um texto convencional e as imagens recortadas já. Aí eu tive que pedir coisas brutas. Daí até naquele eu usei muito mais imagens em movimento do que fotografia mesmo. Por causa disso, porque como ele foi para fotografar e fez um recorte, aí eu coloquei o recorte, o ensaio fotográfico dele, bem no centro. E aí eu conto o resto da história com imagens de drone que ele fez. Eu peguei esse material bruto e contei a história. Mas foi um dos mais difíceis, porque foi o segundo ou terceiro que a gente estava fazendo e era difícil de a equipe entender como funcionava. Depois foi difícil também, no segundo ano do transmídia, quando a equipe de reportagem era muito grande, porque era uma matéria muito, acho que de aniversário, e as pessoas estavam impacientes. Eles não queriam contar uma história e fazer todo o processo de criar essas matérias conjuntas. O resto foi bem legal, apesar de ser muito diferente as pessoas compram a coisa. Até dezembro de 2019 ele foi mensal. Eu gostaria de poder ter continuado a fazer mensal, mas a equipe diminuiu muito. Jornais em crise e tal. Então a equipe ficou enxuta, a gente tem muitos produtos. Aí o transmídia virou bimestral. Mas tem todo um trabalho.

Qual a sua percepção sobre a reação do usuário para com o conteúdo transmídia?

Como eu faço parte de todos os processos da criação dessa reportagem, eu enxergo ela quase como um organismo vivo. E ela é construída dessa forma, para as coisas se conectarem e você não ver a divisão entre uma mídia e outra. Então você entra na reportagem, como a do Rio Tibagi, você entra na reportagem e começa a tocar um som. Esse som é de um compositor paranaense que ele fez para o Rio Tibagi anos atrás, e eu fui atrás dele para pedir esse som porque ele melodiava a história que a gente estava contando. Então você começa a escutar esse som, ele já te transporta para perto do rio. E aí a linguagem com que o repórter que escreveu a matéria também foi uma visão poética, ele também é do interior aqui do Paraná, ele é

do norte pioneiro, ele nadou nas margens do rio quando criança, então tinha uma questão afetiva que para ele é muito interessante, que ele conseguiu passar na linguagem dele. Então ele começa a contar uma história nos primeiros parágrafos com uma linguagem quase ribeirinha. Você entra pela música, começa a ser seduzido pela linguagem ribeirinha e aí ele vai acrescentando os pontos difíceis, histórias das pessoas que moram ao redor deles, acrescentando histórias sobre o rio. É uma das coisas que eu falei para você, as reportagens que a gente faz não tem personagens elas terem testemunhas sobre o nosso objeto. Nosso objeto era o rio Tibagi, então pessoas que moram ao redor são testemunhas do rio. A construção dele fica mais ou menos na linha da 'terceira margem do rio', um dos meus contos prediletos. Ele conta a história de um senhor que é pescador e mora próximo do rio e tem um dia que ele não consegue mais se desvincular, o rio é ele, ele é o rio e ele vai embora. Ele abandona a família dele, na margem do rio. Entra o menino, que é o narrador da história, e ele conta que viu o pai em cima de uma canoa e acha que o pai vai embora e o pai não vai embora, ele desce, sobe o rio para sempre assim. E o final é emocionante demais. E ao montar essa história - o fotojornalista fez imagens, vídeos, ele que coloca a câmera 360º e faz o vídeo descendo a corredeira – eu coloquei eles como essa terceira margem do rio, que olha os lados e observa os ribeirinhos, os problemas ambientais, a poluição e aos poucos vai se acrescentando todas essas informações. Tem a história do passado porque a terceira margem do rio ela não consegue se desconectar do rio. E foi baseado nesse sentimento que eu construí essa narrativa no final. Eu tento o máximo possível fazer as pessoas entrarem, e até tem uma taxa de permanência na matéria que é muito grande. Pelo que eu vejo, todas as pessoas que entram na matéria elas rolam a matéria até o final nem que seja só para ver. E a leitura é longa, mas em um primeiro contato que eu tive com uma pesquisa sobre ela, ela também seduz. Ela chama você para o texto e ela só te perde pelo cansaço, por causa que tem pelo menos cinquenta centímetros de texto, quando eu imprimi essa reportagem. Então cinquenta centímetros de texto impresso eu imagino quatro quilômetros quando você pensa no texto online. Quando eu falei que falta uma educação das pessoas para ler esse tipo de reportagem é porque as pessoas realmente estão acostumadas a um jornalismo, onde o vídeo não é ele não é complemento do parágrafo. Ele é uma mídia completa, à parte, ilustrativa, talvez como uma foto que não acrescenta tanta informação. Por isso essa reportagem é mais cansativa de se ler, porque tudo nela, desde a hora que você entrou, ela é uma

experiência. Você entrou nessa página você estava recebendo informação de todos os lados, se você perde alguma te falta para entender no final todas as coisas que aconteceram. E de repente você tem que ver essa matéria várias vezes para entender todas as coisas que foram ditas ali, para ter um acesso a todas as histórias contadas. Têm uma delas uma dessas reportagens que eu coloquei até um *easter egg* que uma pessoa um pouquinho mais atenta vai achar o vídeo de 'Evidências' no meio. Acho que é o da rota do café. Porque é um trecho que eu falo sobre o som que eu estava escutando na hora que a gente estava procurando uma fazenda escondida, porque a pessoa não dá um endereço para todo mundo, porque senão as pessoas acham que é estância turística e ela falou 'não, isso é uma fazenda séria de café'. E aí a gente tinha que esperar no começo da estrada para que ela mandasse o mapa, porque ela só mandaria o mapa quando a gente mandasse a localização que a gente estava perto. E aí a gente parou nesse posto e começou a tocar essa música. Daí casa com aquilo que eu estava falando do Tibagi agora, que a experiência que é você colocar trilha sonora. Quando você coloca trilha sonora daquilo que você está vivendo, você aproxima as pessoas mais daquilo que você realmente viveu, e daí que eu coloquei esse *easter egg* lá. Está escrito a música que estava tocando e aí eu coloco a música. Só quem é muito atento, porque essa página tem um design diferente, os links não são tão visíveis como os outros lugares. Lá tem só uma marcaçãozinha.

No começo, quando a gente lançou esse caderno, eu fazia *lives* no Facebook, falava para as pessoas, explicava para elas como que lia, o que que elas iam encontrar, como que elas iam fazer. Mas até hoje eu sei que pedaços da reportagem viralizam, elas correm no mundo. Tem uma reportagem que é da soja que ela tem feito muito sucesso na França. A gente fez um megadocumentário sobre o nascimento da soja até o produto final. E aí ela foi descoberta por uma empresa de agroquímica que tem filial aqui no Brasil, ela mandou para todos os seus colaboradores, inclusive lá na França. Outra questão é a coisa da linguagem, porque eu sei que em alguns outros lugares em outros países, em que as pessoas têm um pouco mais de cultura com esse tipo de narrativa eles fazem muito sucesso. É difícil mesmo a gente pensar como fazer essa educação, porque dizem por aí que as pessoas não gostam de ler, mas eu não acredito nisso. Eu acho que o que acontece é que foi imposto para as pessoas um modo rápido de consumo. Igual tudo, nossa sociedade é baseada em sugestões e imposições. As redes sociais mal educaram os leitores por causa do texto-legenda. Existia no jornal, algo na linha de uma foto com uma legenda que trazia

uma informação rápida, mas que não era o conteúdo principal. Eu acredito que as redes sociais hoje são muito isso, mas que não é para ser levado tão a sério, assim ela é um simulado mal feito e que a gente acaba considerando que seja real. Aí as pessoas leem a foto. No Instagram mesmo, eu vi um rapaz *influencer* que tem mania de colocar uma foto dele – uma *selfie* sorridente, todo bonito – e fazer um texto enorme. Porque não é o lugar, as pessoas procuram saber o que querem, onde querem. Tanto que quando tem uma *fake news* não importa o tamanho eles vão lá e leem tudinho. Então eu acho que é o caminho para reeducação das pessoas a essa leitura seria elas entenderem. Seria mais ou menos como a educação para música clássica, por exemplo. Tem milhares de pessoas que não gostam de música clássica porque não se educaram a ouvir e saber o quanto aquela música influencia em todas as músicas populares que você gosta de ouvir no churrasco. O quanto que aquilo tem, quanto que aquilo é incrível e quanto que aquilo te leva pra um sentimento diferente, do que que cada música, te leva para um sentimento diferente, do que é pra uma etapa diferente da sua vida, dentro de uma hora diferente do seu dia. Você tem a música de churrasco, tem a música do bar onde você vai comer um espetinho, tem seu momento de ioga e você tem os seus momentos, sei lá, de leitura, de autoconhecimento que você vai estudar música, vai tentar entender o que que isso significa. Eu acho que no meio jornalístico é mais ou menos por aí. A gente tem um monte de gente criando conteúdos maravilhosos o tempo todo, isso é muita coisa para te definir. Antigamente para você ter a quantidade de informação em conteúdo relevante criado dessa forma, você ficava esperando ser um lançado um livro e ele vinha para você de uma forma muito mais devagar, palatável, você tinha tempo de terminar um livro para ler o outro. Agora não, agora a gente que trabalha em jornalismo diário a gente sabe bastante o que isso faz, a gente todo dia tem que criar uma quantidade imensa de caracteres e histórias incríveis que às vezes não chega em todo público que poderia chegar. E que chega a fotolegenda e linha-fina e é isso que as pessoas vão conseguir consumir hoje. E elas estão erradas? Não, porque elas têm muita coisa para ver. Não dá para você ler os cinquenta milhões de jornais diários que tem com todas as notícias incríveis que eles estão falando para você, ainda ver todos os filmes da Netflix, tudo num dia só. Precisa passear com o cachorro, cuidar do bebê. Então se as pessoas focassem um pouquinho em desenvolver gostos e de repente fazer aqueles agendamentos – ‘vou tirar um tempinho de leitura para ler isso, vou tirar um tempinho para ouvir aquilo’. Eu fico pensando, se todo mundo de repente ao invés

de passar o tempo inteiro só vendo porcaria na internet, entende o quanto é rico esse lugar e o quanto acesso a coisas a gente está tendo. Inclusive agora durante a pandemia, acessos que eram restritos mesmo, que tinham que ser pagos, que foram liberados por uma questão humanitária, de uma empatia geral de entregar conteúdo, vida e arte, literatura e conhecimento para todas as pessoas, para que ninguém se sinta isolado, mas se sinta conectado nessa aldeia global que se formou. Eu acho que a educação para essa leitura passaria por isso, por você fazer curadoria daquilo que você vê na internet e aquilo que você quer ler. Aí por exemplo, de repente, a pessoa toma conta por esse tipo de leitura. Eu gosto muito de ouvir podcasts, também, estou ouvindo um sensacional que é o 'Praia dos Ossos'. Ele é sensacional e eu super recomendo. É mais ou menos como aquele do caso Evandro. Esse pessoal está fazendo um trabalho incrível e de onde que você tira tempo para você ver todas as essas coisas. Não há tempo para ver. Não é só uma falta de leitura. É uma falta de tempo. O capitalismo, toda forma como a gente se estrutura na sociedade não deixa mais a gente parar para ler. Antigamente as páginas dos jornais, muito antigamente mesmo, publicavam seriados de Machado de Assis, José de Alencar. Então as pessoas tinham contato com literatura em uma peça só. O texto jornalístico também em uma linguagem literária muito sedutora.

E aí a gente passou para essa coisa do hard news, onde a gente passou por um período tenso nos anos 1990, que foi o pinga sangue, quando as pessoas faziam uma chamada bem apelativa. E quem diz que não é culpa da imprensa que isso que aconteceu? Porque o jornalismo que eu estudei é o que foi criado nos anos 1980 para uma geração que queria coisas pontuais, queria ver duas três frases de algumas pessoas e saber um pouquinho do assunto. Você pega um assunto, acha dois personagens e conta uma história. Às vezes você está lendo um texto e não fala sobre nada, não é exigido nem que ele tenha uma certa coerência. Agora eu tenho visto que a gente está entrando numa outra fase de jornalismo que é diferente, que apanhou muito das redes sociais nos últimos dez anos e está reaprendendo a conhecer o seu leitor, para reconquistar essa fatia. Então se as redes sociais roubaram da gente a oportunidade de ter um personagem, uma foto e uma legenda, agora pelo menos a gente vai começar a fazer um jornalismo com um pouco mais de profundidade naquilo que a gente diz, que às vezes não precisa ter um personagem, precisa ter uma boa história. E a gente vai resgatar essa coisa do jornalismo do passado, que talvez seja da onde ele realmente começou, no sentido de redescobrir histórias, que é o que eu

estou vendo nesses podcasts que estão saindo. Tenho estudado bastante isso para ver para contar histórias nesse formato, de que você envolver. Porque se você reparar, tudo é cíclico, e que a gente tenha voltado a repaginar um formato de algo pelo rádio que é nosso pai-avô das mídias, o que que a gente não pode fazer desse momento para retornar a leitura dessas pessoas. A gente tem que fazer essa repaginada. E eu acho que nessa repaginada, nesse momento de virada, é onde o jornalismo transmídia ele vai tem papel importante, tem um papel principal, é uma peça-chave. Porque você encontra nele um texto que se aproxima um pouco da literatura, você encontra nele vídeos que você gosta de ver no YouTube, fotografias que você veria no Instagram e você tem uma experiência sensorial que é como estar numa rede social, mas dentro de uma história. Você entra naquela história e vai. Eu queria que todos tivessem o gosto de ler uma reportagem dessa, pudesse ter acesso a esse conteúdo. E a gente tem um bom acesso, só que a gente sabe que é uma página pesada demais carregar. Aí a gente entra na discussão de quem não tem internet. Quem não consegue baixar uma página de texto direito, vai abrir o que? Vai conseguir abrir uma página dessa? Não vai. E acho que uma falha desse tipo de reportagem é essa. Ela não vai alcançar grandes públicos, ela vai continuar elitista porque para você ler uma página dessa você tem que ter fibra óptica. Eu posso até falar ‘as pessoas não tem cultura (de consumir esse tipo de conteúdo)’, mas como eu vou educar essas pessoas se elas não conseguem nem abrir a página, não tem como fazer isso.

A questão da narrativa transmídia é a de que você poderia ter várias mídias, então há algumas experiências em que se lida com essa questão – lógico, tendo a internet como base – mas explorando conteúdos no rádio para ampliar o alcance. Como você vê essas questões?

A gente faz algumas assim também né? Porque isso tudo que estou falando ainda é só a página que fica. A que é a online, que é a que permanece por mais tempo. Quando a gente lança o transmídia a gente faz toda uma ação, a gente junta o impresso, a gente faz ações diversificadas com as pessoas, às vezes chama pessoas para interagir com isso, vai para as redes sociais, para tentar explicar. Então seria o digital, o impresso, o canal de podcast. Alguma coisa a gente sempre faz misturando, misturando várias formas de veicular. Teve um que eu fiz um jogo, acho que foi o do filho do Nazaré, esse é o que eu chamo de spin off do (caderno) transmídia. Não é a reportagem inteira, mas ele é uma reportagem um pouco menor, mas que a gente faz

essas imersões assim em diversos lados. Essa eu criei uma plataforma para as pessoas poderem visitar o sírio de Nazaré no dia que tem uma movimentação lá, que é a festa do Sírio. Só que essa plataforma eu usei em modo *free*, porque eu queria experimentar ela para esse projeto. Foi em 2017. E era uma experiência imersiva muito mais pontual mesmo. As pessoas se encaminhavam para os lugares aonde elas gostariam de estar dentro da cena e tinha várias cenas, várias salas. As pessoas podiam estar no meio da multidão, no palco. E isso foi uma produção gigantesca para poder fazer. O fotojornalista foi até lá, esteve no palco do palco, no meio da galera, filmou um monte de lugar. Quando ele veio para cá a gente montou essa experiência sensorial. Isso é fora da reportagem. Essa reportagem teve o seu impresso, o seu digital e isso foi para colocar as pessoas dentro do Sírio com outras coisas, mas também usando a internet. Uma vez eu dei um curso sobre transmídia e um rapaz do Amazonas me perguntou como que a gente faz uma experiência dessa aqui para os povos ribeirinhos, que não tem como chegar à internet. Aí eu falei para ele, que o transmídia era você recriar uma experiência de imersão na realidade que você teve para contar aquela história, não só na história. Então se você tem que ir até os ribeirinhos para contar essa história, se você não tem internet lá para mandar um texto para redação, é desse jeito que você precisa contar sua história. Se você está ali no meio você vai precisar ver como que eles se comunicam, se é por rádio, porque acho que lá tem uma rádio comunitária, você vai na rádio comunitária contar aquela história. Você manda panfletos para as pessoas, para continuar a história. Eu acho que o que é realmente importante para você fazer no transmídia é você entender isso, que você quer que as pessoas fiquem muito mais próximas da experiência que você teve de fazê-lo do que da experiência de se contar. Você não quer que as pessoas fiquem lá do outro lado da tela. Você quer que ele esteja do outro lado da tela ali com você. É isso que eles fazem no marketing transmídia, que ficou muito famoso naquele lançamento do Batman. O que as pessoas gostam, de jogar, de ver o filme de ação, de se fantasiar. Então eles criaram uma experiência de lançamento do filme onde você transforma o mundo ao seu redor, onde as pessoas entram em um site para procurar uma pista, porque tem lá na praça perto do Arco do Triunfo um souvenir do Batman, você vai dar a próxima pista. As pessoas ficaram enlouquecidas na internet. Você tinha que compartilhar os vídeos. Nesse caso, as pessoas que participavam interferiram na narrativa, eles foram muito mais além do que você poderia fazer. Essas iniciativas assim juntas são obras de arte. Elas não são viáveis para ser feitas

cotidianamente, mas o fato de que as experiências que elas trazem, a inovação que você busca para atingir o máximo da sua história para chegar nesse nível, fazendo uma comparação bem esdrúxula, seria as grandes inovações que a gente tem na nossa vida cotidiana que veio da pesquisa de guerra. Eles fizeram todo um aparato para tentar um objetivo. Aí eles inventaram o robô que que andou sozinho pela casa, o micro-ondas. As coisas que a gente usa hoje numa situação muito diferente do que ela foi criada para, mas que no fim ela não nasceu para aquela situação. As experiências transmídia hoje, eu acho que elas são viáveis para fazer pontuais em todas as matérias, em todos os conteúdos criados. Em tudo que é feito você consegue colocar um ponto de interação, de imersão, de conexão. Inclusive eu acho que como um até como um objeto de estudo profissional meu, são essas comunidades digitais, que são essas junções de pessoas num ambiente digital, em ambientes reais físicos, muito díspares, mas que começam a se conectar de uma forma comum ou que usam esses meios digitais para acrescentar essa realidade de simulacro. E essas comunidades digitais elas demandam essas pequenas interações e quando você consegue se conectar a elas você se conecta a tudo. Esse final de semana agora eu estou fazendo uma pequena experiência transmídia em um dos cadernos semanais, que a gente está falando sobre aquele jogo Among us, o fenômeno de 2020. A gente fez uma matéria explicando esse fenômeno todo, porque tem muita gente que está na internet, mas não sabe o que que está acontecendo. Então o caderno ele tem mais ou menos essa função. E nessa reportagem eu coloquei um QR para um espaço que a gente criou e amanhã a gente está convidando as pessoas através do QR através de link no site para jogar a Among Us com a gente. E vamos ver no que que vai dar. Mas sabe, você chamar a pessoa que é público daquilo que você está falando, para conhecer, é outra experiência. Você conta a história para a pessoa para que ela entenda e você convida ela para experienciar aquilo com você e entender melhor o que você está fazendo. É um jogo de empatia. A gente sabe como é o nosso aprendizado. A gente sabe que a gente precisa entender primeiro, lendo, vendo, mas a gente só vai fixar aquele aprendizado fazendo. Nessa hora que você faz com que a pessoa, porque isso daí depende de que se você é um jogador viciado ou se você é um perdido na internet e falou assim o que será que é isso daqui. Aí tenho esse trabalho de tentar colocar um pedacinho do transmídia, já que a reportagem mesmo só faço a cada dois meses, eu tento colocar em cada site, porque aqui eu curto bastante da parte do digital, fora outros cadernos que ainda são impressos, canal de

podcast, mas eu tento incluir, encaixar. Fazer com que quem escreve a matéria, quem a faz matéria para os outros cadernos, consiga entender que se ela estender o braço dela, ela consegue incluir um rádio ali, se for mais um pouquinho, ela pode ter um pouco de audiovisual, e ir na linha do que Mcluhan diz de que o 'meio é a mensagem'. Quando você pensa em transmídia você tem que pensar em qual é a forma mais correta de você transbordar, sair do normal e atingir outro patamar.

Você acredita que esse tipo de conteúdo pode interessar mais as pessoas nessa dinâmica que a gente vive hoje?

Eu acho que é uma ponte para você experimentar as linguagens do jornalismo do futuro, com as experiências do passado. Então tudo aquilo que a gente aprendeu, do que a gente já fez de linguagem jornalística até hoje e que a gente tem como teoria, como base de estudo acadêmico, inclusive, ele embasa a mensagem que a gente faz para contar uma nova história. Porque se nada é como era antes disso tudo, é uma mistura de todas essas células e toda a massa que já que já existiu né, que nada se cria, tudo se recria. A gente precisa entender esse passado que a gente teve, ver como que a gente enxerga isso, e tentar entender como será o jornalismo no futuro, como a gente quer que ele seja. Eu enxergo esse tipo de reportagem um pouco como contracultura, um jornalismo gonzo, porque ele vai contra aquilo que seria algo ideal, comercial, ele traz uma coisa diferente. As pessoas não gostam de ler, as pessoas não assistem vídeos de mais de vinte minutos, aí você coloca elas numa posição onde elas saem da zona de conforto, porque o que disseram que elas não fazem e elas acabam projetando, mas de repente não é o que elas querem.

Há algum projeto jornalístico transmídia que tenha lhe chamado atenção?

Comecei esse projeto com bastante referências do *long form storytelling*, na esteira do Snowfall. Esse tipo de material que eu vi as pessoas fazendo foi bem separado, cada um pegou um e fez uma parte desse projeto, que faz tudo bem transmídia mesmo eu acho que eu não vi não. Depois da palestra que mencionei, um grupo de jornalistas de Paranaguá mandou uma mensagem para a gente aqui na Folha falando que eles testaram a dica que a gente deu, depois do curso, aí eles conseguiram fazer uma matéria em *long form* e ligaram para agradecer. Eles falaram que eles conseguiram fazer uma receita muito grande lá com o material deles. Mas o diferencial que eles

apresentam é que eles conseguiram bastante o apoio da comunidade local lá por ser um projeto diferente do que era feito. Eu vi uma reportagem da Folha de São Paulo que eu gostei muito que eu me lembro de que eles fizeram bem parecido com isso também. Não sei se cabe muito bem, mas eu tenho acompanhado um podcast, o Praia dos Ossos. Eu tenho sentido uma essência transmídia nele, eu uso ele como ouvinte e a Branca Viana ela conta a história de uma maneira muito envolvente, de maneira que você está escutando e já começa a formar imagens na sua cabeça que seria aquela situação sensorial. E a Branca Viana ela consegue fazer isso, porque ela conta uma história de uma maneira muito envolvente e agora nesses últimos episódios ela tem falado, 'olha, o fulano de tal que a gente estava ouvindo na entrevista ele deu um material para a gente que é um livro que foi escrito não sei aonde que tem fotos de 1970 que você pode ver no nosso site ou se você quiser ouvir alguma coisa a mais você segue a gente nas nossas redes sociais'. Então ela manda a gente para outros canais, para ver outras mídias. Eu tenho sentido nisso uma experiência, uma aplicação mais atual do que seria a experiência transmídia. Até aqui no jornal a gente pensa sempre que a gente cria um especial transmídia onde a gente transborda experiências, mas a gente aplica no dia a dia pouquinho em pouquinho algumas dessas experiências nas outras matérias, nos outros cadernos, nas ações que a gente com as comunidades sociais, com os grupos, com alguns grupos da cidade, até com a comunidade local. Então a gente pensa essas experiências separadas. E quando vem o especial é um grande especial, a gente junta tudo. Não sei nem se o pessoal da rádio Novelo entende isso como uma experiência transmídia e acredito que nem seja o intuito deles. Eles conseguem materiais interessantes que permeiam a narrativa que eles estão fazendo, mas eles não conseguem colocar esse material no rádio. A gente não consegue ouvir uma foto, então eles colocam em outros canais e eles fazem você ver. E eu fui, eu me envolvi bastante com essa história, estou adorando a narrativa dele. Fui ver no site as fotos, as redes sociais deles para ver outros materiais, então mesmo que seja um relacionamento muito virtual, eu ainda consegui sentir, eu ainda que trabalho com isso, consegui sentir provavelmente mais do que eles possam imaginar que estejam fazendo, essa imersão sensorial e essa mudança de plataforma que acrescenta informações em outros meios, que é a definição do transmídia.

Um projeto transmídia é um projeto grandioso, ele envolve muitas pessoas, muitos recursos e tal. Então é mais difícil de você encontrar quem invista nisso, você vai ver pontualmente. Eu acho que a mídia internacional está mais preparada para

isso porque ela está mais preparada pra n outras coisas. São países mais ricos, o jornalismo de lá é teoricamente mais independente. Eles têm um investimento de mídia, uma cultura diferente. A gente deseja chegar nesse patamar um dia onde a gente possa fazer uma grande reportagem e ficar meses vasculhando o Paraná inteiro, contando histórias e tudo mais. Aí quando você vê iniciativas de outros lugares, como os Estados Unidos, eles têm um monte de universidades de comunicação que já extrapolaram os índices da pirâmide de necessidades e eles dão cursos, eles oferecem bolsas internacionais, eles querem formar jornalistas para o futuro, eles pensam no desenvolvimento de ferramentas de inteligência artificial para contribuir com o jornalismo, eles fazem com o Knight Center que cria ferramentas de *storytelling*. Aqui no Brasil o que a gente pode chegar próximo disso. A gente pode chegar próximo na teorização, a gente pode estudar, a gente pode começar, a gente pode tentar fazer igual de acordo com a nossa realidade. Então eu entendo que a gente faz muito bem isso. De acordo com a aplicabilidade do jeitinho brasileiro. A gente enxerga alguma coisa que a gente deseja fazer e a gente não pode, a gente não deixa de fazer mesmo assim. A gente faz como a gente consegue e saem coisas muito legais. Tanto que naquele concurso que a gente participou com o projeto transmídia, um dos grandes vencedores foi o monitor de violência do G1, que foi feito por jornalistas do Brasil inteiro que é uma plataforma incrível. E por mais investimentos que eles ainda têm que é muito maior do que o nosso aqui, por exemplo, se for pensar nós estávamos lá junto com o New York Times, o Washington Post, o melhor jornal de Pequim, o melhor jornal da Alemanha. Eles ganham sempre. Então se você compara com a qualidade deles, a gente era ninguém. A gente estava no mesmo patamar do que outros países, talvez um pouco melhor do que outros países que ganharam também em outras categorias que eu achei muito merecido e tinham muito menos recursos que eram jornalismos independentes, mesmo de Bogotá, que lutou contra a guerrilha. Daí são experiências muito diferentes. Mas em relação a se você ver a qualidade técnica, você vê que o jornal da Venezuela, que ganhou com o seu projeto, eles não tinham nem um décimo da renda que o pessoal de Pequim tinha. E você via pelos vídeos. Um dos vídeos que eu vi do pessoal agradecendo para eles que foi o pessoal de Bogotá, eles estavam numa casinha de madeira com pouca estrutura para criar para desenvolver todo o seu projeto. E foi a vontade, a força. Enquanto o pessoal da China que estava participando da mesma categoria, quando apareceu a central deles, eram todos computadores da Apple, um monte de pessoas trabalhando, então você vê a diferença

entre um e o outro. Aí eu acho assim que hoje aqui no Brasil a gente não consegue desenvolver as mesmas experiências transmídia que a gente vê lá fora. Então a gente olha e a gente tem como referência e a gente tenta fazer o melhor que a gente consegue. O que mais o que eu mais vi que ele se aproximou do Snowfall foram algumas iniciativas da Folha de São Paulo até do Estadão também, mas são coisas que custaram muito para fazer, tanto que não são coisas que eles mantêm no calendário de publicação. Não tem como manter um calendário de publicação. Acho que a gente aqui é muito corajoso de fazer isso. Eu vejo que porque a gente tem muito menos para fazer, mas a gente vai com coragem para tentar fazer um negócio grande, uma experiência dessas. E a gente ganha pelo fato de que, a gente é menor, o nosso público é menor e a gente consegue envolver mais gente porque a gente tem uma relação com a comunidade um pouco maior. Ai o que eu tenho visto assim que se aproxima são essas iniciativas assim. E eu tenho visto que os podcasts eles têm esse lado que eles nem sabem disso. Acho que eles nem chegam a pensar nessa possibilidade, mas eles têm tido um sucesso grande nessa empreitada por causa disso, porque você envolve eles numa narrativa que é super sedutora e quando você vê, você precisa ver, porque nós somos numa cultura imagética. Então você precisa ver alguma coisa. Você precisa tocar alguma coisa. Então depois que você escuta o podcast dele que eles falam, eu tenho mais informações, porque você quer mais. Então você pode ver mais no nosso site, você pode ouvir mais na nossa rádio, você pode estar conectado mais com a gente nas nossas redes sociais e você vai, você embala nessa experiência.

Na sua visão, o que falta que a gente comece a caminhar mais no sentido de fazer esses tipos de narrativa?

Eu acho que falta para a gente é coragem, porque a gente precisa de coragem para mudar o que o que é padrão. Falta mente aberta para gente enxergar que aquilo que a gente tem feito até hoje pode não ser aquilo que a gente tenha que fazer e um pouco de técnica também. Talvez desenvolver um pouquinho mais as nossas tecnologias, que a gente ainda tem usado tecnologias um pouco ultrapassadas para fazer jornalismo no Brasil.

Você vê oportunidades para explorar essas narrativas no contexto da pandemia?

O jornalismo transmídia não ganhou muito em meio à pandemia, ele perdeu um pouco, porque você precisa estar conectado às pessoas para poder contar histórias. Então essas coisas atrapalharam um pouco. Mas em outras questões, essa narrativa ganhou muito. Durante esse tempo, a aceleração de processos e técnicas ficou um pouco mais acessível. Isso que eu falei para você que a gente usa tecnologias ultrapassadas para fazer jornalismo independe de ter dinheiro, porque coisas que não estão disponibilizadas para a gente ou não atingem as nossas necessidades como comunicadores. E isso mudou, um monte de empresas de tecnologias começaram a fazer aceleração de produtos e ferramentas. Eu já vi agora que realmente vai dar um salto nesse gargalo que a gente tem. Eu vejo possibilidades incríveis para serem criadas aqui pela frente. A Google lançou diversas melhorias em plataformas que vão ajudar muito a gente a criar narrativas transmídias. Outros aplicativos foram lançados também. Uma mudança da cultura de redes sociais que eu acho importantíssimo para a gente conseguir fazer melhores histórias e contar as histórias de uma maneira eficiente. A gente entender que redes sociais não são um lugar para se contar história. É um lugar para se conectar com pessoas, criar redes de apoio, vamos dizer assim. Eu acho que a gente vai entrar numa fase de aprender isso agora. Eu li um artigo essa semana que falava algo na linha, qual é a grande culpa das empresas de tecnologia com o declínio do jornalismo. É que eles monopolizaram a entrega, o acesso às pessoas que queriam notícias. Então todo mundo que quer uma notícia vai para o Google, vai para o Facebook, vai para outras empresas e não vão mais procurar os jornais diretos. E eu acho que agora, com a pandemia, essa cultura está mudando um pouco, por saturação. Como as pessoas tiveram que ficar conectadas o tempo inteiro, nas suas redes sociais, com família, com canais com informação, com imagem, um monte de coisa, elas vão começar a procurar outros meios e experimentar essas notícias e outros meios de se informar e vivenciar isso. E com essa inovação dessas ferramentas acho que as possibilidades são altas. Vejo que não foram feitas grandes iniciativas, até porque o jornalismo deu uma parada também, porque a gente ficou muito focado na pandemia. Todo mundo ficou meio parado nesse ‘vamos dar uma desacelerada porque está muito rápido e tem deixado a gente doente’. Como o jornalista não parou, ficou na ativa ainda como essencial. A gente começou a focar em algumas coisas que fossem um pouco mais simples e mais efetiva, uma comunicação mais afetiva com as pessoas. O que elas

querem saber agora e não saturar elas com um monte de informação. Por incrível que pareça, quando você pensa em uma narrativa transmídia você quer algo mais. Ele ultrapassa um pouquinho o limite da informação para chegar ao entretenimento, então o pessoal queria entretenimento durante a pandemia, mas de outras formas, porque elas não queriam pensar. No meu ver, se você fosse fazer uma narrativa transmídia agora nesse período de pandemia você teria que partir do entretenimento para o jornalismo informativo e o que a gente faz é o contrário, a gente faz o informativo passando um pouco para linha do entretenimento. E eu acho que é isso que as pessoas estão querendo. Mas como a gente está chegando num ponto de virada, aonde a gente vai virar essa chave da quarentena aqui no Brasil e vai começar porque está todo mundo desgastado e a gente já está um pouquinho mais próximo de soluções mais eficientes como vacinas e tudo mais. A gente está pensando em um caderno do aniversário da cidade, vai ser transmídia, de uma maneira bem diferente, eu estou querendo fazer ele muito mais imersivo e utilizando essas ferramentas que eu disse para você que elas evoluíram para atender a demanda de videochat, grandes reuniões, aumento de banda larga, outras ferramentas que foram feitas de turismo virtuais. Eu vou usar essas ferramentas para tentar contar a história de uma cidade que passou um ano muito difícil, mas que pensa e começa a pensar agora o seu futuro. Eu vou fazer essa narrativa bem dessa forma, partindo do entretenimento para o informativo, não como eu vejo que eu vou agradar as pessoas, mas como eu vejo eu vou ferir menos as pessoas, porque a gente sabe que a gente tem esse papel de ficar cutucando as pessoas e a gente machucou demais a população neste ano. Falando de número de mortes, falando de problemas. Super certo porque é assustador mesmo.

E como você vê a dinâmica das redes sociais?

Eu acho errado (copiar trechos de matérias para distribuir nas redes sociais). Não que a gente não faça, a gente faz isso todo dia, de copiar o que está lá, colocar nas redes sociais e deixar as pessoas se digladiando por lá. Eu acho errado, porque não é o motivo pelas quais as redes sociais foram feitas. Não é assim que você funciona. E a gente foi tentando se adaptar a isso, porque a gente entrou lá, porque lá estavam pessoas, a gente queria estar mais próximo das pessoas no intuito de tentar angariar seguidores e ser mais visto. A gente começou a fazer a produção de

conteúdo para redes sociais que as pessoas não têm tempo de ver. Agora estão mudando o algoritmo. Elas (as redes sociais) estão reduzindo as interações, elas estão restringindo o público a quem realmente se comunica, se conecta. Você não tem mais um monte de público, você não tem um monte de seguidor que vai receber aquilo que você produz independentemente de você fazer alguma coisa de volta por eles ou não. Agora você precisa de conexão. Se a sua página não interage com os seus leitores, eles não vão receber seu conteúdo. Se você não responder mensagens, eles mesmo vão receber, eles não vão saber que você está ali. Daí você muda, pensar se ficar produzindo esse monte de conteúdo se na verdade o que se quer de mim lá nas redes sociais é uma boa conversa. Então eu vou começar a conversar com eles e começar a entregar para eles um pedaço daquilo que eles querem ver ali e falar para ele para onde eles podem acessar mais do que aquilo. Você precisa de uma descrição de isso aqui que está acontecendo. Você viu que isso está acontecendo? Está vendo essa foto? Isso foi hoje, vai lá no site que você vai ver a sua história completa. Depende da linguagem que você quer. O importante é que a gente pare de tratar as redes sociais como um canal de distribuição e entenda que ela é uma formação de comunidade, uma formação de família, é tipo um grupo. Um grupo de pessoas que você segue, com quem você interage, que conversa com você, e você conversa de volta. Se você continuar sendo só um distribuidor de informação você vai perder relevância até deixar de existir. A gente sabe que esse não é o perfil de sociedade que a gente está criando para o futuro. É a nossa geração que está fazendo isso. E a gente sabe o quanto a gente gosta de conexões verdadeiras. A gente passou metade da nossa vida jogando vídeo game e aprendendo com a internet, o que a gente mais preza é a união mesmo. É o toque, o contato, o olho no olho. É a palavra, a mensagem. É você chamar alguém pelo nome. E isso e isso não é de hoje. É algo que a gente perdeu com o jornalismo automático que a gente criou depois dos anos 1980. Tem um colunista aqui, de 88 anos, que eu lembro que quando eu entrei aqui eu falava ‘nossa, mas esse cara é impressionante’ porque ele conhece todo mundo, porque onde você estava perto dele vinha um monte de gente conversar com ele, falava assim ‘vou te mandar aquela foto lá’ e ele chamava a pessoa pelo nome. Pessoas que se conectam com pessoas. Você sabe que você dá credibilidade a coisas que você conhece. Coisas que você conhece pessoalmente. Eu vejo que a gente está fazendo uma gameficação das nossas vidas e que a gente brinca de viver, a gente brinca de ser e a gente não está mais sabendo fazer essa separação. E acho

que a gente nunca consegue chegar nesse ponto de conseguir reconhecer isso, porque a gente muda. A gente bate e volta, e é onde a gente começa a se reconectar com valores antigos. Nesse caso, seria o ponto de bater na parede do virtual e ver o quanto a gente está vivendo e escolhendo por não. Ir por outro caminho. Então o real vai ganhar muito mais visibilidade daqui para a frente, pelo menos é o que eu acredito. Porque antes era legal estar na internet porque era onde você tinha a fuga do real. Quando a internet é o real você pode ir para onde?

ANEXO B - Entrevista com o jornalista Marcelo Leite, do jornal Folha de S.Paulo

Entrevista realizada com o jornalista Marcelo Leite, do jornal Folha de S. Paulo, por telefone em de outubro de 2020.

Como foi o processo de produção do 'Batalha de Belo Monte', principalmente com relação aos aspectos do jornalismo transmídia e do jornalismo científico?

Há muitos anos eu trabalho na Folha, na verdade décadas, principalmente na área de jornalismo científico e ambiental. Como você deve saber, acho que em 2012, 2013, saiu o talvez o primeiro exemplo desse jornalismo transmídia, que foi aquele especial Snowfall do The New York Times. Teve muita repercussão, todo mundo adorou, achou o máximo, o futuro do jornalismo, etc. Aí a direção da Folha queria fazer alguma coisa nessa linha e alguém teve ideia de fazer sobre a Usina de Belo Monte que estava começando a ser construída na época. Começando não, mas estava bem no início a construção ainda. Como eu tenho interesse nessa área ambiental, já tinha escrito muito sobre a Amazônia, até sobre Belo Monte tinha escrito anos antes, fui chamado para algumas reuniões iniciais para discutir se era o caso de fazer e como fazer. Aí depois de uma dessas reuniões eu fiz um pré-projeto, vamos dizer assim, uma pauta. 'Acho que tem que botar a questão dos índios, porque tem terra indígena em volta e é uma polêmica que vinha desde os anos 1980, a usina de Tapajós, outros projetos que haviam para o Rio Xingú'. Tem a questão dos peixes, da mudança do regime do rio, a questão social, porque vai ser um fluxo de muita gente para a região. Enfim, fui lançando questões ali que eu achava que mereceriam ser tratadas à parte. Fiz uma proposta de equipe para fazer esse material. A gente queria desde cara fazer vídeo, fazer infografia com animação, infografia digital. Aí então eu falei, só que a primeira coisa que eu quero é ir até a região para ter uma ideia de qual é a questão logística que a gente vai enfrentar lá com a equipe. Aí eu fiz uma viagem super-rápida de dois dias eu acho para conhecer mesmo, vamos dizer, o teatro. Conheci vários canteiros de obras etc. Aí voltei e fiz um projeto mais acabado, com proposta de equipe. O jornal topou, fizemos um orçamento, era bastante caro na época, mas se achou que valia a pena fazer esse investimento - era um trabalho pioneiro, até onde eu sei foi o primeiro produto desse tipo jornalístico multimídia, transmídia, no Brasil. Então, o jornal resolveu fazer um investimento.

Foi uma equipe bastante grande na época. Acho que éramos cinco ou seis pessoas, com o plano de ficar quinze dias em Altamira, para se dividir e cobrir essas

diferentes áreas. Aí, eu fiquei encarregado de apurar a matéria no aspecto ambiental e dos índios, o Morris e o Jim da parte social e da cidade - essa parte da energia, da história da região, que empresas estão envolvidas no consórcio, política, e a parte de violência, prostituição, criminalidade, acidente de trânsito, tudo o que estava acontecendo na cidade de Altamira. Ficamos lá 15 dias, alugamos avião, barco, andamos por todo lado, fomos em terra indígena, em reservas dos extrativistas, assentamentos. Aí voltamos com aquele material todo, cada um sentou para escrever e eu fui encarregado também editar tanto o texto quanto o produto final. Trabalhei como coordenador geral, vamos dizer assim, além de apurar e escrever também.

Para você ter uma ideia, o processo todo entre as primeiras reuniões e a edição e publicação do material, em dezembro, foram dez meses ao todo. Foi muito longo porque foi a primeira coisa desse tipo que a gente fez, a gente trabalhou muito em planejamento, mas o fato é que o grosso da apuração de reportagens a gente fez em agosto, começo de setembro, aí com todo esse material na mão começou o pessoal de vídeo editando vídeo, o pessoal e eu editamos textos escritos, o Lalo como editor de fotografia, editando material de foto, vídeo, enfim, foram várias coisas andando em paralelo e eu meio que coordenando, acompanhando todo esse trabalho, os vários pontos.

A gente ia publicar no final do ano, esse era o plano. Acho que no finalzinho de novembro ou na primeira semana de dezembro eu e o Lalo voltamos à região para complementar com algumas imagens que a gente sentia falta e atualizar também os dados todos. Porque entre setembro e dezembro a obra tinha avançado, faltavam algumas entrevistas. Enfim, fomos dar os últimos retoques ali e pegar as últimas informações e complementar as imagens e as entrevistas. Mas isso já estava quase tudo editado, digamos assim, foi mais um trabalho de complementação. Ai a infografia também, cada repórter propôs uma série de infográficos e eu coordenei também essa parte, peguei um redator só para cuidar de infografia.

As dificuldades foram de todo tipo, porque a empresa responsável pela hidrelétrica no começo estava muito desconfiada e não queria dar acesso para a gente. Aí teve toda uma negociação através de uma das empreiteiras lá que fazia parte do consórcio, que a gente conseguiu levantar um pouco o tipo de dificuldade de acesso aos canteiros de obras. Da parte indígena também foi muito complicado, começou desde antes com autorizações da FUNAI que acabaram não saindo no tempo, porque tinha uma burocracia. O fato é que a gente acabou entrando na terra

indígena convidado diretamente pelo Cacique. Se a própria liderança indígena te convida e te leva não tem restrição. Mas foi difícil também, foi só lá que a gente conseguiu isso através de lideranças comunitárias da região que tinham contato com os indígenas, passando rádio. Teve uma parte logística também que era tudo longe, os canteiros de obras eram dez, vinte quilômetros um do outro. A gente tinha que andar muito de carro para lá e para cá, então coordenar tudo isso quem vai para onde, quem fica com o fotógrafo. Enfim, coisas normais de produção.

A dificuldade maior, eu acho que que era a de que a gente nunca tinha feito nada parecido. A gente não tem um sistema de produção de matéria, de reportagem do jornal diário, que tem uma televisão, que trabalha com equipes grandes, faz uma pré-produção, a gente não tinha essa experiência. No jornalismo diário as reportagens são um pouco mais concentradas, um pouco mais curtas, tinha umas poucas pautas especiais que exigiam uma coordenação maior, um planejamento e tal. Eu tinha feito algumas coisas no passado, mas nada parecido com essa dificuldade logística da região, de ser Amazônia, de ser uma usina muito controversa, problemas políticos. A gente acabou não tratando muito dessa parte porque não conseguimos avançar na investigação, então ficamos concentrados na questão ambiental, na questão social e na questão indígena. E tem um capítulo que tratava da história também.

Como se deu o desenvolvimento da narrativa? Vocês dividiram mais ou menos o que seria em qual formato, pensaram em interligações entre os conteúdos?

Sim, um pouco, mas como eu te disse foi um pouco tudo um pouco intuitivo, a gente não roteirizou nada praticamente. A gente fez algumas definições do tipo, resolvemos dividir em capítulos. O Snowfall se você pegar não é dividido, é uma narrativa só. Por que que a gente fez isso? Porque na minha avaliação, o leitor brasileiro, em especial o leitor do jornal diário, não tem o hábito de ler longas narrativas. Eu queria fazer jornalismo narrativo, queria que o texto tivesse qualidade narrativa, personagens, um encadeamento mais complexo de vidas concretas, lugares concretos, com informações de contextualização, informações históricas, informações técnicas sobre a usina, a obra de engenharia em si, e tal. Aliás esse foi um capítulo à parte também a gente falou muito da obra em si, do projeto, engenharia, dificuldade, porque assim, não assado, descrever detalhes ali como é o que combina etc.

Os vídeos, a gente sabia que seria concentrado em mostrar a região, as pessoas da região, desde moradores, índios, pessoas que estavam perdendo casas, que iam ter que se mudar porque ia inundar, os indígenas, engenheiros, os operários, a gente dava muita ênfase para isso então o material de foto de vídeo era muito importante. Complementando o texto. Não é assim que a gente roteirizou e decidiu antes, o que vamos fazer, tal coisa em vídeo e tal coisa em texto, uma coisa foi puxando a outra. A gente tem então por exemplo algumas entrevistas que a gente considerava que eram pessoas que falavam coisas interessantes ou de uma maneira interessante a gente resolveu pôr também em vídeo, separadinho ali como uma entrevista.

Alguns vídeos eram mais ilustrativos, mas não no sentido pejorativo. Uma coisa que a gente usou bastante são os loops, que é como se fosse uma foto com um pouco de movimento, um gif. Isso a gente fez com alguns personagens e deu um resultado muito bom. Eu lembro de um que era um cara na beira da água do rio, ele estava imóvel, mas só a água descia. Esse tipo de coisa. A gente foi experimentando, na verdade, foi bem experimental. Fomos decidindo ali com o material que a gente tinha na mão, editor de vídeo, o pessoal da programação, que fez a parte multimídia. A gente ia discutindo, por isso que demorou tanto também. Foi um processo bem artesanal. A gente não tinha feito nada daquele tipo.

Um ponto muito comentado do especial é o Folhacóptero. Como ele surgiu?

Então, isso foi uma coisa engraçada. Eu era de longe a pessoa mais velha da equipe. E tinha essa moçada, principalmente o pessoal da programação e da infografia que são os mais inovadores nesse aspecto, né? Então surgiu a história - vamos fazer um videogame, um game, uma coisa desse tipo. Eu de cara estava meio querendo saltar fora disso. ‘É um enfeite’, aquela coisa do jornalista mais careta, mais tradicional. Mas essa foi para mim, como profissional, como pessoa, como jornalista, a parte mais legal - justamente aprender com essas pessoas. Coisas diferentes, inovadoras. Que eu me lembro, a gente não fez mais em outros. Pelo menos eu não, em outros especiais que eu participei a gente acabou não usando coisas desse tipo, com essa cara meio interativa de game e tal. A gente fez outras coisas bem interativas, mas não com esse aspecto mais lúdico, digamos assim de gamer. Interação sem necessariamente ser uma coisa lúdica.

Como foi para você ir desenvolvendo outros projetos com essas características transmídia?

Foi um processo um pouco natural. Eu já há muitos anos antes trabalhei muito tempo como editor e tinha alguma experiência também aqui trabalhando como repórter especial, mas na área de ciência, que é uma área um pouco diferente dentro do jornal. Eu passei um ano nos Estados Unidos, na universidade Harvard, conheci muitos jornalistas e era leitor de jornalismo da narrativo, de *long form*. Sou muito fã, como leitor, e queria muito fazer isso. Tinha feito um pouquinho na Folha, aqueles cadernos tipo caderno mais, depois ilustríssima, mas queria desenvolver isso, esse lado, digamos, profissionalmente, aprender a fazer narrativas mais longas na área ciência e meio ambiente que é a minha área de especialidade. Para mim o multimídia, o transmídia, foi a oportunidade de fazer isso num País que não tem muita tradição de leitura desse tipo. A revista Piauí talvez seja o único exemplo. Já teve no passado, teve a revista Realidade. Jornais alternativos que faziam jornalismo narrativo, mas sempre como um público muito restrito, porque existe tempo de leitura, exige paciência de você sentar e ficar meia hora lendo, ou mais, um texto com muitos detalhes, muitos personagens, etc.

O jornalismo transmídia, ele tem um pouco essa vantagem que ele conta tem vários outros elementos em apoio, aí para o texto narrativo - o vídeo a foto a infografia. Se você achar um jeito de combinar tudo isso, você tem uma chance muito maior de levar o cara até o fim da leitura. E a experiência da gente mostra o que o tempo de permanência de cada leitor nos capítulos - em geral, os conteúdos da Folha são nesse formato de capítulos, os produtos multimídia são sempre em capítulos. Outro dia eu vi, agora mesmo saiu uma série chamada Estado Alterado, sobre drogas. Sei que por exemplo, não vou te dar grande números, não tenho grandes detalhes, mas se a média de leitura de um texto de jornal é da ordem de trinta segundos, de permanência né, nesses capítulos especiais alguns deles passam de cinco vezes isso, chega a ser dois minutos e meio, é uma diferença brutal. Porque tem esse apelo, tem muita informação, meio que dá uma amarrada no assunto, então a pessoa sai realmente bem informada. Todo mundo já ouviu falar que teve liberalização de drogas em Portugal, outra coisa é você ter algo que vai começo ao fim explicando como é que é, como foi criado, saiu da justiça, teve o Ministério da Saúde pública e assim que eles fazem, assim que eles tratam o cara que trabalha com droga injetável, assim que eles

fazem com quem fuma maconha, os detalhes, inclusive a controvérsia no próprio país, os conservadores. A pessoa sai mais satisfeita, né.

Mas o fato é que foi isso, então foram surgindo temas, os outros são especiais que a gente fez. Como tinha tido uma boa recepção, o jornal estava fazendo um a dois desses produtos especiais por ano. Eu propus logo sobre recursos hídricos, que a gente fez em três capítulos, isso em São Paulo, outro sobre o Rio Madeira e sobre a transposição do Rio São Francisco. Isso foi 2014, 2015 foi o ano da conferência de Paris, esse até foi legal porque a gente conseguiu um patrocínio. O Floresta Sem Fim. Esse a gente fez tanto uma especial em vários capítulos também sobre a Amazônia quanto um seminário aqui em São Paulo de dois dias para discutir essas questões antes da Conferência de Paris, a Amazônia sob esse ângulo da questão do carbono, mudança do clima. Esse aí foi realmente um processo bem diferente por que teve toda uma parte burocrática, de financiamento. Era um pool de fundações internacionais. Foi legal porque a gente fez uma coisa bacana e com total liberdade. O próprio contrato que a gente negociou tinha uma cláusula que a gente não ia submeter nada a ninguém. Liberdade total do ponto de vista editorial. Assim como Belo Monte, a gente traduziu para o inglês e para o espanhol. A gente fez outros, 2016, foi feito um sobre o Zika, também foi uma proposta minha junto com outras pessoas do jornal. Depois uma outra que era sobre mudança do clima, que era o Esquecendo a crise do clima, que saiu em 2018.

Tem algum deles que você destacaria por essa questão de ser mais diferente?

Belo Monte, porque foi o primeiro, mais difícil, onde a gente experienciou bastante e porque é um tema super relevante. Eu acho que a gente fez um trabalho legal no seguinte sentido: todo mundo tinha opinião sobre Belo Monte e ninguém conhecia. Então acho que a gente realmente conseguiu traçar um panorama sobre que usina é essa, porque está tendo tanta discussão. Os peixes, a energia, os indígenas, o quanto vai alargar, vai estragar a Volta Grande do Xingú, não vai. Então acho que a gente deu um panorama bem completo de tudo que estava envolvido de bom e de ruim naquele projeto. E outro que para mim foi muito pessoalmente assim muito importante, embora eu tenha ficado um pouco insatisfeito com a repercussão, foi esse sobre a mudança do clima que a gente fez em 2018, que eu acho que em alguns aspectos foi até profético – não profético, mas enfim, é um assunto que cada vez mais sim a gente via. Então sobre queimadas, tinha lá todo um capítulo sobre

incêndios em Portugal, não é só no Pantanal que está tendo incêndio, é a Austrália, Sibéria, Portugal, Espanha, Grécia, Califórnia, Austrália, em um monte de lugares está tendo incêndios florestais, cada vez mais frequentes, mais intensos. Amazônia estava lá, geleiras... Era uma obra de nove capítulos, eu fiz cinco, então teve um envolvimento muito maior meu. Foi incrível, porque também demorou quatro meses para fazer, menos que Belo Monte, e deu muito mais trabalho, porque eram muito mais capítulos, eu viajei muito, escrevi um monte e editei todo o material, foi puxadão assim, foi bem difícil. Mas ficou um trabalho bacana. Não sei se porque ele terminou por sair bem antes da Copa, foi um ano de Copa, não sei, acho que não teve a repercussão que eu esperava que tivesse, passou meio, não vou dizer em branco, mas eu esperava que fosse uma coisa maior. Talvez tenha sido sabe antes da hora, se fosse esse ano por exemplo teria talvez mais leitura, no governo Bolsonaro, sei lá, mas está aí.

Como você vê essa possibilidade de interligação entre o jornalismo transmídia e o jornalismo científico? Pode ser uma relação benéfica? Você acha que há espaço para divulgação científica nesse tipo de narrativa?

Eu acho que tem, porque um dos problemas do jornalismo científico é justamente você conseguir capturar o leitor que não é previamente interessado em assuntos de ciência. Meio ambiente é um pouco mais fácil porque todo mundo se interessa um pouco, mas também pode ser complicado porque são assuntos complexos. E complexidade exige empatia e às vezes até um conhecimento prévio do leitor, até porque são coisas difíceis de entender. Os assuntos são difíceis e só com o texto ou mesmo só com a infografia na página impressa do jornal nem sempre você tem muitos recursos para conquistar o leitor. No multimídia você tem muito mais, muito mais recurso.

Eu sempre procurei, mesmo quando eu fazia só jornalismo impresso - quando não tinha multimídia na Folha - eu fiz várias reportagens em que eu procurava por exemplo usar personagens, pessoas. Falar que o cientista é fulano de tal, que gosta disso, que ele vem de não sei onde, o que ele faz da vida, como ele faz, como é o trabalho de campo. Não ficar só no peito científico, sair, contar qual é o resultado. Eu acho que é importante você dizer quem são os cientistas, como é que a ciência de fato - é feita concretamente no laboratório na pesquisa de campo na Amazônia, na geleira, na Antártida, onde quer que seja. As pessoas precisam entender, conhecer melhor, ter uma noção melhor de como é que a ciência procede, não só do resultado

da ciência. Qual é o mecanismo, quais como é que surgem as ideias, como é que as ideias são testadas, e de onde vem essas pessoas, porque que elas resolvem ser cientistas, o que elas vão pesquisar e como é a carreira, é fácil, é difícil, é bom, enfim. Eu acho que é importante você mostrar um pouco esse bastidor, as entranhas da ciência.

Com o jornalismo multimídia, transmídia, os recursos se multiplicam, você pode mostrar a cara do sujeito. (No caso do especial sobre mudanças climáticas, em capítulo dedicado ao Ártico) Lembro de um dos personagens, uma figura que a gente entrevistou lá, um pesquisador importante que estava lá em uma ilha da Noruega perto do polo norte que a gente foi. É uma figura, o cara com uma barba enorme, branca, um gorro de lã rosa pink e a gente levou ele para a beira do fiorde congelado para fazer uma entrevista com ele, gravamos um vídeo. É muito diferente. Uma coisa é você descrever o cara no texto. Você corre o risco até de fazer uma caricatura, sabe. Qual a importância de estar com o gorro cor de rosa, certo? Talvez dê para encaixar numa narrativa, se você for habilidoso, inteligente, você consegue pôr para dar uma noção de quem é esse cara. Outra coisa é você ter um cara falando, bem diferente. Enfim, na Antártida também, uma outra matéria que a gente fez, com o Lalo de Almeida, e a gente queria mostrar como é o lugar. Aí ele teve uma ideia que ficou genial que ele fez um videozinho de um ou dois ou três minutos que é só imagem, e música. Que ele usou muito drone lá, então a gente fez um vídeo só de imagens de drone, em cima da baía, em cima da geleira, acompanhando o voo de pássaros, a base brasileira vista por cima. É uma coisa plástica, muito bonita porque a região é super bonita, só com uma música suave, mas que transporta o leitor para esse lugar que a gente está tentando explicar no texto, nas entrevistas, porque é importante ter pesquisa lá.

Para mim o jornalismo narrativo e o jornalismo multimídia tem como uma de suas funções transportar o leitor para o lugar. Então, sobre a seca na cidade do Cabo, a gente vai mostrar a represa seca, as pessoas na fila da água, pegando a água em galão porque a está racionada, mas também vamos entrevistar o especialista da cidade, o prefeito, o cultivador de maçã, todo mundo que está sofrendo, vamos mostrar quem são essas pessoas. Então é muito diferente você contar uma história sobre ciência, no caso, mudança do clima, só colocando gráfico, mostrando o que o cientista disse, o IPCC, o climatologista. Isso precisa ser feito. Outra coisa é você mostrar, ‘ó, essa pessoa que mora na cidade do Cabo, que não é miserável, é classe

média, tem que pegar galões dois de 20 litros e ir todo dia com seu carro buscar água na fonte porque não tem água na torneira da casa dela'. E porque está acontecendo isso? Porque nunca houve uma seca desse tipo? É ou não é resultado da crise climática? Aí você puxa o fio, fala a história toda. Então, sim, eu acho que o casamento, especialmente para o jornalismo científico, é muito propício porque nos permite e nos força a contar histórias mais completas.

Sobre a questão da profundidade, nos projetos que você desenvolveu nessa linha do jornalismo transmídia e do jornalismo científico, foi possível explorar os mais diferentes níveis de informação?

Eu acho que sim, pelo menos foi o que a gente buscou fazer. A intenção nossa sempre foi essa de aprofundar e ao mesmo tempo que você aprofunda e apresenta toda a complexidade da questão não só assim física, às vezes a parte social e a questão ambiental, etc. A gente busca mostrar toda essa complexidade, mas de uma maneira que seja legível, palatável, esclarecedora, didática. Não é profundidade no sentido acadêmico. A gente procura máxima informação acadêmica, informação política, de políticas públicas, as questões ambientais, os testemunhos de quem está vivendo os problemas, a gente procura digerir tudo isso e encaixar numa narrativa que ao mesmo tempo que fisga o leitor, porque são histórias interessante e temas relevantes, você ensina quais são o os pressupostos científicos ou as pesquisas, as descobertas científicas que estão por trás desse conhecimento que está se formando. Ou às vezes você tem que justamente dizer sobre o que não se conhece, é o que ainda não foi explicado, o que ainda não se conhece, o que falta estudar, o que estão fazendo para elucidar as questões que estão sem solução do ponto de vista científico. Isso também faz parte do jornalismo científico, você mostrar as suas limitações, o que que a ciência ainda não conseguiu fazer.

Eu sempre trabalhei muito com essa ideia de que a função do jornalismo científico não é ficar reforçando a ideia errada do senso comum de que a ciência chega a verdades definitivas. Por isso que é importante também mostrar a ciência como um processo, como conhecimento provisório. Amanhã tudo pode mudar, porque surgem novos dados, novas pesquisas, novas informações que te obrigam a alterar as explicações que a ciência formulou a respeito de qualquer coisa, seja vacina, mudança do clima, enfim, qualquer coisa que surge de novo. Os surtos da Zika, porque que no Brasil deu microcefalia e na África não deu, sendo que o vírus é originário de lá. É

uma coisa que não se sabia perfeitamente quando a gente fez o especial, então a gente tem de falar disso também.

Como você vê essa questão da ciência hoje na pandemia? O jornalismo científico está mais em evidência? Por outro lado, houve uma discussão sobre formato, mudanças que vão na linha do jornalismo transmídia. Como você vê todo esse contexto?

Você tem razão de dizer que o jornalismo científico ganhou evidência, acho que os veículos, por força da circunstância mesmo, sentiram a necessidade de se calçar melhor com os jornalistas com algum conhecimento e habilidade nessa área de divulgação científica. Não acho que tenha aumentado muito ali o mercado, mas ganhou evidência nas próprias páginas do jornal. Isso é bom, mas isso vai e volta. É uma montanha russa assim. Tem épocas que o jornalismo científico e ambiental ganha importância e tem épocas que perde. Surgem cadernos, deixam de existir cadernos, revistas específicas surgem e desaparecem porque não se percebe ainda o jornalismo científico como uma coisa tão importante, talvez ou tão imprescindível, quanto o jornalismo econômico, político ou mesmo o esporte. O esporte também já mudou muito, mas digamos assim jornalismo cultural, econômico e político são de um certo modo um ganha pão ali, a base do jornal diário e de muitas revistas, com o jornalismo de serviço também.

O jornalismo científico e eu incluo o ambiental nesta pauta científica ele ganha importância na Rio 92, surge o caderno de ecologia no JB, editorias específicas na Folha, no Estadão, etc. Colunistas da área. Depois a pauta ambiental sucumbe por qualquer razão e aí desaparece o caderno de ecologia do jornal do Brasil. Mas eu quero crer que vai mudar um pouco - não muito. Eu não estou tão animado, tem muita gente na área de jornalismo científico que está animadíssimo, no sentido ‘agora mudou, vai ser sempre assim uma maravilha e tal’. Acho que não.

E o agravante maior eu acho é que a própria pandemia afetou o trabalho jornalístico em geral. Então essa coisa do isolamento, de você fazer tudo por vídeo é complicado, perde muito da vivacidade que o jornalismo tem quando ele sai de dentro da redação. Agora nem redação tem. As pessoas estão trabalhando de casa, então essa troca de informação, de opinião, as conversas de cafezinho, o encontro pessoal com a fonte, a entrevista, tudo. Tudo que se faz em vídeo hoje em dia em geral é um vídeo pobre porque a qualidade é muito ruim, você depende da qualidade da câmera do computador do cara que você está entrevistando, então mesmo na televisão, você

pega o Jornal Nacional, tem entrevistas ali que a imagem é péssima e a iluminação é ruim, o som é péssimo. Quer dizer, isso afetou muito o jornalismo. Os jornais mudaram muito de cara, de jeito de fazer, estão prejudicados na qualidade da apresentação do material, os analistas estão muito sobrecarregados. Essa coisa de trabalhar em casa é muito difícil para muita gente. Quem tem filho pequeno por exemplo. E a atenção e a falta desse contato pessoal e discussões ao vivo. A alma do jornal diário é essa, as reuniões, as discussões. Pelo vídeo fica tudo esfriado, não é a mesma coisa, você não encontra. Como eu disse, você não está do lado da pessoa, vira e testa uma ideia. Fala ‘o que você acha de a gente fazer assim?'. Com esse meio tecnológico no meio, intermediando todos os contatos, por mais que o WhatsApp ajude e etc, não é a mesma coisa, nem de longe.

Então não estou tão animado assim não. E acho que tem o problema social mais geral que é o do enorme grande prestígio da ciência em uma parte da sociedade e um declínio enorme do prestígio em outra parte da sociedade, a polarização conduziu isso. Eu sinto que eu não estou escrevendo para o público em geral. Estou muito incomodado com isso. Eu sinto que só me lê e só reage ao que eu escrevo quem já concorda comigo, que já tem a ciência como um valor, a objetividade, as evidências como um valor prévio. Então as pessoas que mais precisariam ser expostas ao conhecimento científico e à razão científica, as evidências científicas, elas não confiam na ciência e não leem a Folha. Então eu não sei como é que a gente vai sair disso. Porque o que é que eu posso fazer para convencer o cara a ler e se informar sobre a vacina, ele que diz que a vacina vai monitorar as pessoas que vão por um chip dentro do seu corpo. Então eu não sei, sinceramente eu estou bem desanimado. Eu acho que assim, no fim das contas, as evidências prevalecem, porque chega uma hora que as pessoas de fato ficam doentes, morrem, a economia vai para o buraco. As pessoas aprendem as coisas do jeito duro. Aprende pela pancada, mas pode demorar muito e muita gente vai ficar no meio do caminho. Então estou muito desanimado com essas questões todas, mas a gente tem que continuar fazendo o jardim.

Dos projetos que você fez, com diferentes propostas para a interatividade, você enxerga os diferentes conteúdos como ‘peças’ que dialogam ali com o projeto e acabam em uma extensão do mesmo?

Olha eu acho que assim, o que a gente pretende com o jornalismo? Qual é o objetivo do jornalismo? É você apresentar para a opinião pública os elementos de que ela necessita para formar opinião sobre determinados assuntos. Bem simplificadamente é isso: contar os fatos, as evidências, os dados de um jeito que as pessoas possam compreender para que elas formem as suas opiniões e ajam no meio social a partir desse conhecimento, dessa informação que ela recebeu. Obviamente tem uma dose de entretenimento também, as pessoas gostam de ler jornal, gostam de ler boas histórias, tem esse aspecto também. Então você tem a oportunidade como a gente teve no caso do material sobre a Amazônia, Floresta sem fim, de casar isso com o seminário... a ideia foi justamente essa, a gente vai publicar o especial, os capítulos, antes do seminário, para justamente levantar interesse público sobre a questão – a interface do desmatamento com a mudança do clima. Aí você convida especialistas, pessoas de governo, ambientalistas, lideranças indígenas para vir para esse seminário discutir as questões que já foram de certo modo 'esquentadas', ganharam um pouco mais de visibilidade na sociedade porque você fez uma série de capítulos contando quais são os problemas. Depois cobre o seminário e publica as opiniões dos especialistas. Quer dizer, é um é um ciclo que você espera que ajude a esclarecer questões que estão mal esclarecidas e que isso contribua para mudar a cabeça das pessoas, aumentar o conhecimento sobre a questão da Amazônia, eventualmente influenciar os próprios legisladores, governantes e empresários.

Quando eu comecei a escrever sobre a Amazônia, basicamente assim, só ambientalistas e cientistas achavam que era importante preservar a Amazônia e o restante, ou as pessoas achavam bonitinho a Amazônia, ou eram pessoas, empresários, pecuaristas, fazendeiros e gente do governo que achavam que não, que a Amazônia é 'mato' e que para desenvolver tem que derrubar. Assim, bem simplificadamente, caricaturalmente, era um pouco essa opinião. Hoje você já tem aí os presidentes do Itaú, do Bradesco e do Santander fazendo um movimento em favor da Amazônia. Trinta anos atrás, quando eu comecei a escrever sobre isso era impensável porque na cabeça do empresário ambientalista era contra o desenvolvimento. Está mudando. Mudou. Três, quatro décadas, mas está mudando. E eu acho que o jornalismo tem um pouco a ver com isso. Não é obviamente o principal agente da transformação. É um dos, mas por isso que eu fiz. Fui fazer isso então. Por isso que fui batendo nessas teclas aí ao longo de três, quatro décadas porque eu acho que é assim que as coisas começam a mudar.

ANEXO C - Entrevista com Carla Miranda, jornalista do jornal O Estado de S. Paulo

Entrevista realizada por telefone em outubro de 2021 com a jornalista Carla Miranda, editora do jornal O Estado de S. Paulo e coordenadora do curso Estado de Jornalismo.

Como foi o desenvolvimento do Político em Construção?

A ideia era a gente tentar mapear quem era aquela pessoa que estava movimentando as redes e já estava com todas as características de que ia ser um candidato vencedor. A pessoa que sai na frente. A gente já tinha uma ideia, porque estava naquele momento de se falar 'ah, vai ter renovação política'. Mas a gente se perguntava, ‘será que vai ter renovação política ou vai ser pessoas com o mesmo perfil só que mais novas? ’. Então era essa a pergunta, essa parte de tentar identificar quem eram esses políticos, quais eram as características que fazem o cara com um perfil mais vencedor, com mais chance de vencer, quem era esse cara. Aí a gente foi buscar isso com marqueteiro, cientista político, com os próprios partidos e a gente chegou a conclusão do especial, de que é um homem branco, mais jovem inicialmente que os anos anteriores, casado e católico (naquela época ainda era, não sei se seria agora). A gente conseguiu mapear isso muito direitinho usando essas pessoas de fundo e usando também as pessoas que já estavam aparecendo e sendo cotadas pelos próprios partidos, e nesse caso a gente até contou com a colaboração de colegas de outras regiões. Porque como a gente queria saber como isso estava no país inteiro, não era uma avaliação só de São Paulo, a gente entrou em contato com redações de outros estados para perguntar, as faculdades, os cientistas políticos de outros estados e também os colegas, tipo ‘cara quem é que está aparecendo aí, quem são as pessoas novas que a gente não viu? Quais as características delas? ’. E aí a gente fez o mesmo nos próprios partidos, por estado. Foi um trabalho de campo enorme, para fazer esse mapeamento e chegar à conclusão. A gente tinha uma planilha e todas as pessoas que a gente entrevistou a gente pedia as características desse cara. Aí a gente tinha isso tabulado no Excel. A gente usou muito de método científico, por incrível que pareça, os métodos que se aproximavam o máximo possível de um método científico, para mostrar uma coisa que todo mundo até geralmente sabe, mas só fala.

E como você vê a relação desse projeto com a comunicação científica? Porque foram consultados vários especialistas. Como foi a escolha dessas fontes?

Ali tem especialistas de todas as áreas. A gente buscou uma diversidade regional muito grande. Como a gente queria um retrato disso no país, a ideia era saber quais eram as diferenças regionais, se tinha diferença entre o perfil que tem mais chance em São Paulo, ou no Rio de Janeiro, ou no Rio Grande do Sul, ou em Alagoas. A gente queria esse mapeamento. Então houve muito essa questão regional, para não ser uma coisa do eixo Rio-São Paulo, até porque esse eixo é um eixo que não enxerga, e como método não fazia sentido. A gente usou muito daquela coisa do Ricardo Gandour, do jornalismo como método. Para que a gente conseguisse fazer esse apanhado e estar muito confortável em dizer como é que se opera na média do país, quem é esse cara que tem mais chance de vencer, a gente tinha que ter essa representatividade. A gente foi buscar essas fontes nas universidades, nos diretórios dos partidos locais, nas redações dos veículos - aqui como corrente mesmo, teve um pouco de colaboração jornalística nisso. Então a questão regional. A gente tinha uma preocupação muito grande de que o retrato fosse também das diferentes correntes políticas possíveis, porque a gente sabe que tanto em política como em economia, em que isso é muito claro, muito do que a pessoa fala em si está atrelado à corrente política em que ela está. Pensando mais em escola ortodoxa, heterodoxa, você sabe que aquilo ali vai pender um pouco mais para aquele lado ou para outro. Então diversidade regional, garantir que você tivesse equilíbrio em termos dos raciocínios políticos ali, e aí tem os critérios de quem são as pessoas. Que aí não é tão metódico, sabe, algo mais qualitativo, no sentido de saber quem são os caras. Quem foi o marqueteiro por trás da ‘lula lá’, quem foi o cara que fez o funk do Aécio, quem estava por trás das campanhas mais vitoriosas, quem foi que remodelou a imagem do Paulo Maluf. Aí passando pelo negócio do direita e esquerda, por que a gente sabia que passava por uma coisa de imagem. Da mesma forma que você tem o simbolismo também, então a gente foi procurar especialista em roupa, jingle, em várias áreas que pudesse trazer essa cara de quem é esse político.

Isso foi para montar o perfil. Aí teve um outro trabalho que a gente queria fazer esse jogo, colocar todos na mesma régua e tentar ver, fazer um super trunfo de quem eram esses caras. A gente foi comparando registros de redes sociais, então a gente tem ali nos cards e a ideia é que a gente olhasse quem tem maior engajamento, quais são as métricas de redes sociais que indicam mais engajamento. Se não me engano, na época, a gente teve um acerto entre 70 e 80% das pessoas que a gente colocou

nas cartas e que de fato se elegeram. Porque era uma coisa de quem já estava com muita força nas redes. Quem ajudou a fazer esse trabalho que se mostrou para mim uma taxa de sucesso incrível foi o Fábio Malini, da Universidade Federal do Espírito Santo, que tem um trabalho super sério de mapeamento de redes, de onda de calor em redes e tal. A gente queria buscar os melhores critérios, quais eram melhores indicadores de sucesso que não só o número de seguidores, mas engajamento etc. E ele passou isso para a gente. Então tem esse lado também de mostrar de um outro jeito o trabalho do próprio Malini, que ganhou um outro uso, que ele próprio não tinha feito ainda e isso foi realmente contando com a ajuda da Universidade Federal do Espírito Santo. Em termos de contato com a academia isso está muito presente, em todas as matérias, não só com os especialistas. Tanto nesse mapeamento de quem são as pessoas, quanto na movimentação de redes e até pensar metodologicamente quais são os indicadores de sucesso nas várias redes, isso foi tudo com apoio do Malini desde o início.

O especial foi pensado daquela maneira desde o início, com aqueles fragmentos? Como se deu a idealização dos conteúdos?

Um projeto desse tamanho só com muito planejamento, então tanto esse, quanto o QR, eles já surgiram com tudo pensado. A gente, desde o início, sabia que ia fazer um perfil do candidato que teria um site, um jogo e um banco de dados. Ele já saiu com essa cara, porque as equipes já saíram divididas. Já tinha a divisão de quem ia fazer prioritariamente determinado projeto porque todos eram muito grandes. A gente já estava com a turma de 30 dividido em 10 por projeto. No site entrou muita coisa dos outros projetos, principalmente do trunfo, porque ele ajudou muito a montar o perfil do político. Cada grupo ficou prioritariamente responsável por uma parte, porque não dava para todo mundo fazer tudo, então tinha que ter pessoas responsáveis e mais atentas, até porque precisava negociar, no caso com o Malini, conversar com pessoas, ter acesso às informações para o banco de dados. Então precisava fazer coisas específicas.

Como foi a escolha dos formatos a serem utilizados nas diferentes matérias?

O que a gente tentou fazer foi uma coisa que fosse muito livre em termos de formato. Você clica no link e alguns são matérias inteiras, alguns são pílulas de informação, outros são aspas, outros são vídeos. A gente pensou em deixar muito

livre de que formato se adaptava melhor. Coisas que a gente achava que precisava de matéria para resolver, matéria mais formal, a gente resolvia com matéria. Por que aí foi muito na apuração. Os projetos inteiros eles tinham essa cara desde a gênese. Já tinha o mockup desde o início. Em termos de formato grande para o projeto a gente já tinha todos, já sabia tudo o que a gente queria mesmo antes de discutir com designer, com o programador, porque a gente é que fez. Agora depois, quando entrava para dentro das matérias, é que dependia da apuração. Onde a gente deveria se alongar, onde a gente podia usar texto, onde um vídeo é melhor, aí foi caso a caso. Mas os três formatos principais foram de saída. Até porque o processo todo a gente fez em um mês e meio, então tem que ter ali uma organização extrema para você conseguir lidar com o tanto de projetos diferentes. Porque cada projeto já era muito grande por si, era como se a gente tivesse feito três. Realmente a gente fechou no prazo, mas com uma necessidade de controlar deadline muito grande.

O político em construção tem algum conteúdo pensado para redes sociais?

O que a gente tem é uma simulação de como esses caras agiriam nas redes. Mas o projeto não tem rede social, ele é de outro momento. A gente chegou a pensar em ter redes, mas a não seria para divulgar o projeto, seria como se fosse uma rede live do candidato. Aí a gente entrou num dilema ético, porque quando você sai de um âmbito fechado, de um site, e entra no âmbito das redes sociais, haveria chance de alguém pensar que aquele político é de verdade. Esse projeto do político ele colocou ali muitos dos assuntos que só iam começar a ser discutidos no ano seguinte. Fake news, deep fake. Tanto é que as matérias do especial, no ano seguinte, quando você procurava ‘fake news’ eram um dos principais resultados que você encontrava, porque elas já tinham um rankeamento muito bom, largaram na frente, então elas tinham todo esse aporte. Então a gente pensou que esse político, assim como ele tem um site, ele teria redes sociais ativas. Aí a gente resolveu tirar e deixar dentro do ambiente do site um simulacro de redes, porque a gente sempre tem que pensar naquela responsabilidade, o limite do que é inovação e o limite do que você pode contribuir para causar desinformação ou no mínimo tumultuar o ambiente informativo, que era uma coisa que a gente não queria de jeito nenhum. A gente começou a achar que ia ficar muito arriscado de ser confundido, porque o que a gente queria fazer era construir esse cara, mostrar quem é esse cara na média geral, mostrar como ele faz o jingle,

como ele faz a campanha na rua, mostrar que ele vai usar o celular. Então nisso poderia ficar muito próximo de alguém achar que aquilo é um cara real.

Quando a gente construiu o político, a gente tomou o cuidado de ser uma montagem. E a ideia é a de que a montagem fosse a mais 'tosca', para você ver que é um ator com uma máscara. Isso aí é um "defeito" escolhido para ser assim, é um detalhe. Porque a estética imperfeita está ali para significar, que não é uma pessoa. Justamente pela mesma preocupação, de a gente não tumultuar o ambiente informativo. Porque a gente já sabia ali que o cenário de fake news e de atuação das redes sociais ia ser definitivo naquela eleição. E não foi diferente. Como a gente já tinha isso muito em mente, a gente desistiu. Então não tem redes sociais. Claro, a gente podia ter optado ali por fazer redes sociais mais como divulgação do projeto, carrosséis e coisas do gênero. Ou um material ali que caberia muito facilmente, que é um material informativo, de serviço, de como você vota, o que está em jogo. Tudo aquilo é muito traduzível. Hoje você olha e fala, poderia ter feito, mas no fim, como a ideia era fazer a rede social do cara, live, a gente não pensou em como faria essa rede social de outra forma.

No QR é o oposto, o produto que é mais visível, que todo mundo acha que é o principal produto, não é. O site é só uma landing page, é um apanhado do material das redes sociais. A gente fez ao contrário. A gente pensou nas pautas e depois que pauta, ou que pedaço de cada pauta - porque você pensa numa pauta inteira, ela vai ter uma entrevista parruda, que eventualmente tem uma cara de Linkedin, ela vai ter personagem, que às vezes é um carrossel, ela vai ter coisas que tem mais cara de thread de Twitter, um ponto a ponto por exemplo, quando você pensa numa pauta grande. O que a gente fez foi ver quais seriam as pautas, quais seriam os componentes, desintegrou esses componentes e fez nativamente para cada rede. O que era personagem numa rede, o que era entrevista parruda com cara de que ia ter potencial no Linkedin a gente colocou no Linkedin como pingue pongue, então a gente usou todos esses formatos e o site a gente bolou um esquema de matéria que até é usado em Columbia, em outros cantos que é de fato pensar mobile e pensar agrupando as coisas de redes.

Professores que ensinam jornalismo e storytelling digital em Columbia, mobile, eles fazem o planejamento de matéria em uma folha de papel sulfite dobrada ao meio no

sentido vertical, para você ter logo de cara como é que vai ficar aquele storytelling antes de você produzir, antes de você fazer, porque é um jeito fácil de você distribuir o que tem foto, vídeo, todas as possibilidades de multimídia dentro, e ai você apaga antes de você fazer e perder tempo trocando bloco, riscando mesmo os blocos, funcionou muito bem pro QR. Em alguns momentos a gente se excedeu, como acontece em qualquer tentativa de inovação, no sentido têm muita interrupção, ou fica legal no mobile mas não fica legal no site porque a gente pensou muito no mobile mas muita gente ainda vê o site, então a experiência no site pra ficar algo que ficasse bacana no mobile e no site, a gente talvez teria que reduzir um pouco a quantidade de blocos multimídia e interromper menos a leitura, quando você passa pro site. Porque no mobile você precisa dessas interrupções, mas no site corta demais o texto.

Então a gente usou formatos de redes dentro das matérias, o que era um thread no Twitter acabou virando bullet points no texto. Foi um trabalho que a gente remontou depois. Como se a gente tivesse feito uma matéria toda desintegrada e depois a gente juntou, mas de acordo com a característica do site, de forma que pareça que a matéria sempre foi daquele jeito. Porque você não vai usar em uma matéria toda entrevista de um cara, a não ser que seja um pingue. Então essa entrevista vai ter duas aspas da pessoa, mas vai ter um pingue no Linkedin. Nenhum dos conteúdos é exatamente igual, porque as coisas foram usadas de formas diferentes, mas foi exatamente fazer esse exercício ao contrário, pensar como aquilo seria mais bem abordado em cada rede. E tem matérias que não, não foram para todas as redes. A gente tinha uma planilha de como é que seria o desmembramento de cada matéria em cada rede. E eventualmente o desmembramento era não existente, então não, essa matéria não funciona. A gente não privilegiou fazer coisas só para o site, porque a gente estava de fato tentando trabalhar coisas de forma transmídia e nas redes. Essas a gente descartava porque não tinha pegada para nossa plataforma principal, que eram as redes. E isso exige muita organização, para você ter tudo organizado e documentado. E é remontar mesmo, coisa que é só podcast, coisa que é podcast e IGTV. E aí o que a gente tentou fazer foi agregar e formar textos que para o site fizessem sentido, que pareciam ser nativos do site. A ideia era a de que todas as coisas fizessem sentido no lugar onde elas estavam. Você não lesse uma matéria no site que remetesse ao Twitter. E a gente pensou quando fez o design, como é que as coisas das redes iam se traduzir em formatos para o site.

A produção dos conteúdos foi feita com dispositivos móveis?

Por conta de ser uma coisa mais interessante para as redes.

O que você acha que falta para a gente produzir mais conteúdos com características transmídia, de pensar transmídia?

Essa é uma pergunta que a gente pode gastar dois dias respondendo ou responder numa frase só - o que falta é planejamento. Tudo isso, o projeto transmídia, mesmo o mais simples, que você vai fazer uma matéria do dia. Você vai pensar 'eu quero fazer para esse material aqui do Borba Gato incendiado, uma thread no Twitter, cards para Instagram, alguma coisa para o Tiktok, algum desafio, porque tem coisas sendo destruídas ao redor do mundo, coisas que lembram o passado escravocrata, nazistas e etc'. Mas tem que elaborar tudo isso de saída porque essas coisas precisam ser pensadas antes de o repórter ir para a pauta. Você só consegue a execução se você tem um planejamento anterior. O que acontece é que muitas vezes primeiro você vai e depois você pensa e aí você já foi e tudo já foi. Para você fazer depois você teria que ligar de novo, filmar de novo ou pensar 'poxa deveria ter feito uma passagem lá na frente da estátua, mas agora já foi, não vou voltar lá porque é longe'. A gente sabe que muitos jornais que tem sido bem-sucedido lá fora fazendo esse trabalho a pauta já sai assim, já sai com essa avaliação de como aquilo vai estar nas redes, o que o repórter precisa pegar e qual é o timing de cada coisa. Porque o transmídia mesmo mais simples ele dá trabalho, já é mais trabalhoso que o normal. Então tem uma coisa de planejamento e é um shift cultural, de como você coloca informação. Como você consegue colocar informação nas várias plataformas possíveis.

Então é planejamento e mudança cultural, acho que são as duas coisas. É preciso mudar a mentalidade, se você quiser fazer. Para você ter um resultado diferente, que é um material transmídia, você tem que alterar o processo desde o início. Você não muda o resultado sem você mudar o processo todo. E essa mudança você tem que promover desde a pauta, em cada etapa, quem precisa passar as informações precisa ter esse conhecimento técnico. Não é só 'ah tem uma estátua pegando fogo', ele tem que ter esse conhecimento prévio na pauta. Se não é claro que você consegue fazer, você vai dar um jeito, mas eventualmente pode estar aquém do que você poderia fazer se tivesse um planejamento. No frigir dos ovos, quando você fala em planejamento, se você conseguir desenvolver um protocolo, 'olha esse tipo de material tem um

protocolo básico para seguir - isso, isso e aquilo'. Por que isso ajuda muito, você ter planejamento. Claro coisas maiores você precisa refazer, mas as coisas do dia a dia se você tiver protocolo vai para o automático, passa a ser a regra. Então te desobriga de pensar aquilo todo dia. Você vai pensar no que é realmente diferente, um projeto grande, aí é diferente. Porque o que se alega muitas vezes é que no dia a gente não tem tempo de fazer assim. Só que o mesmo tempo que você tem de fazer uma foto e um texto é o mesmo momento de apuração que você faria a foto o texto e um vídeo. Não é muito diferente, você já está lá, o difícil é você ir. O que precisa é você ter uma lista de coisas. O que eu digo de um protocolo é isso. Porque aí você elimina essa dificuldade mental e cultural eventualmente de você fazer o mesmo. Você sabe que vai fazer o mesmo, mas o mesmo agora é outro. Não é só ouvir as fontes. Claro, tudo que for especial entra numa outra toada. Só que o mesmo nunca mais vai ser igual ao que a gente fazia. Porque quando bate no que é do dia, não dá para fazer. E se a gente ficar nessa armadilha de no dia a dia não dá para fazer, a gente não muda nunca. É uma armadilha que a gente mesmo se coloca nela. Até porque a gente não é necessariamente, pautado em planejamento, em protocolo. A gente ter isso organizado, você não tem que pensar. Não dá para pensar na correria, já está pensado antes. O que não está pensado antes são os especiais, mas aí a gente não está nessa correria, é outra coisa.

Você acha que essa dinâmica deve ser passada nas universidades?

Então, é difícil saber qual é a realidade de cada faculdade, porque se eu fosse professora dentro de uma faculdade agora era o que eu estaria ensinando. Mas também é muito complicado porque o que acontece é que você precisa ter uma visão de mercado e de onde está indo o mercado e como é que é o dia a dia. Eu tenho essa percepção de que eu ensinaria isso porque eu tenho a percepção do dia da redação, do quente, e tenho o lado de professora. Porque às vezes os dois mundos infelizmente não se mesclam tanto quanto deveriam se mesclar. Porque é uma discussão que eu sei que lá fora acontece, em Columbia por exemplo, esse esquema de você conseguir fazer um storytelling para mobile, que a gente usou no QR pensando num papel dobrado.

É um caminho duplo, né, de você conseguir refletir mais sobre a prática, com essa visão mais acadêmica, e também você conseguir elaborar uma teoria de como ensinar

aquilo a partir do que você está vendo. Mas os mundos precisam se mesclar, eu sei que eu estaria ensinando isso, mas eu não consigo imaginar que dá para cobrar de todo professor, do jeito que todo esse cenário está montado, que a gente vá conseguir cobrar isso - está montado para não ser assim. Está montado para quem está produzindo não conseguir refletir muito pela correria, e para quem está na faculdade não conseguir conectar tanto com a prática. Está montado para não ter essa conexão entre as duas.

ANEXO D - Questionário sobre consumo e produção de jornalismo transmídia e divulgação científica e resultados

Questionário aplicado com estudantes da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo em novembro de 2020. Ao todo, 20 alunos do curso de jornalismo responderam ao mesmo.

Idade (pergunta com preenchimento livre)

- 18 anos - 1
- 19 anos - 4
- 20 anos - 6
- 21 anos - 4
- 22 anos - 2
- 26 anos - 1
- 27 anos - 1
- 30 anos - 1

Identidade de Gênero (pergunta com preenchimento livre)

- Mulher - 11
- Homem - 9

Cor (pergunta com preenchimento livre)

- Branca - 13
- Parda - 4
- Preta - 3

Estado Civil (pergunta com preenchimento livre)

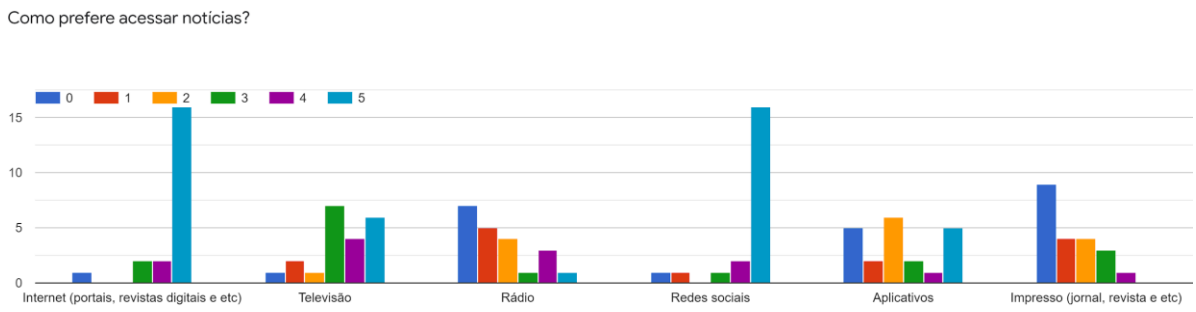
- Solteiro - 20

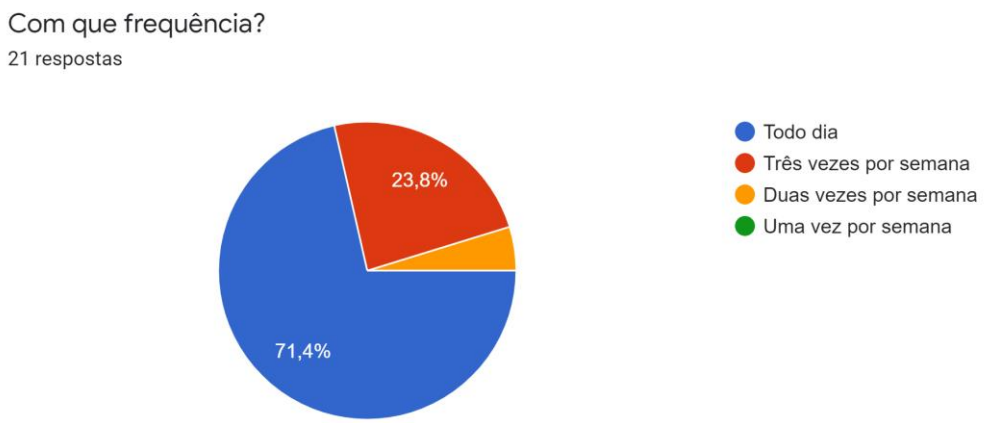
Vínculo (pergunta com preenchimento livre - 19 respostas)

- Estágio - 17
- Voluntariado - 1
- Nenhum vínculo - 1

Sites noticiosos costumam visitar: Nexo, El País, Estadão, G1, Folha de S.Paulo, Estado de S. Paulo, BBC, Carta Capital, The Intercept, Reuters, The Guardian, The New York Times, Uol, Hugo Gloss, O Globo, CNN, Jornal da USP, Piauí, Valor, Jota, PopLine, Papel Pop, globo.com, Exame, La Republica, Ponte, Agora;

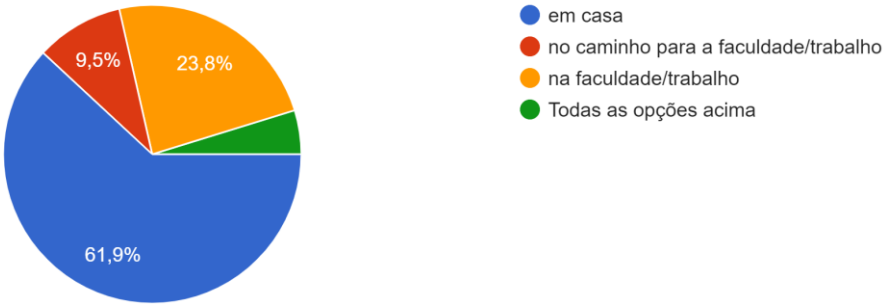
Programas de jornalismo que costumam assistir: Jornal Nacional; programas diversos da CNN Brasil; programas da Globo News; IGTV do Intercept; canais de notícias pelo Instagram como Mídia Ninja e Quebrando o Tabu; Greg News; Foro de Teresina; SP2; SP1; Jornal Hoje; programas da BBC Brasil; Boletim da Jornalismo Júnior; stories do Instagram da Folha de S Paulo; stories do Instagram do Papel Pop; Jornal Anhanguera; SPTV; canal do UOL; Linha de Passe; Band Notícias; Roda Viva; CNN 360º; Globo Repórter; Profissão Repórter; Conversa com Bial; Jornal da Globo; Fantástico; Jornal da Cultura; Foro de Teresina (podcast - Piauí), O Resumo (podcast - Renata Lo Prete), Café da Manhã (podcast - Folha), Explained Today (podcast - Vox), The Daily (podcast - NYT)





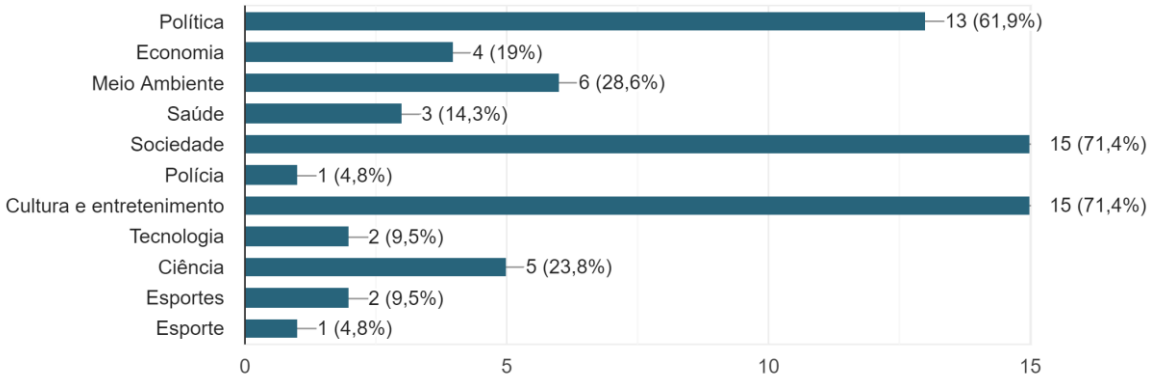
Onde você costuma acessar conteúdos jornalísticos?

21 respostas

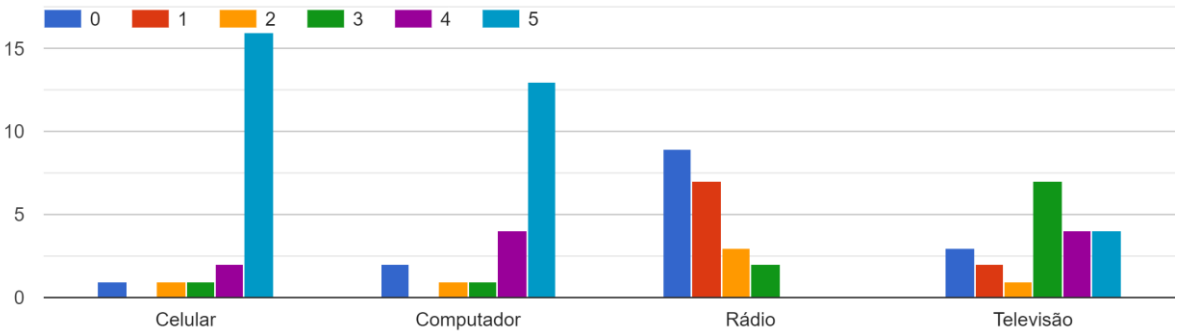


Você tem algum tema preferido? (Por favor, marcar no máximo 3)

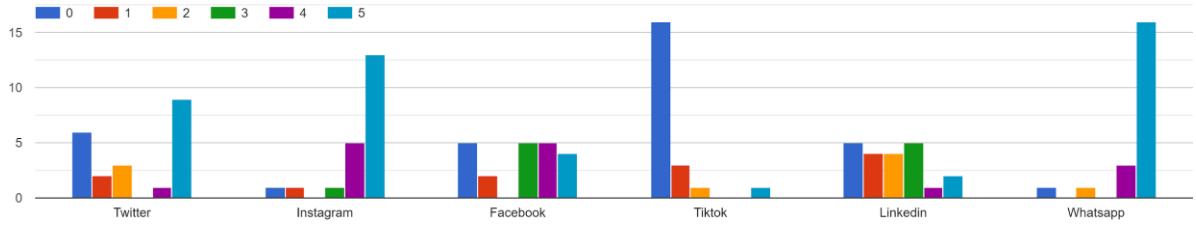
21 respostas



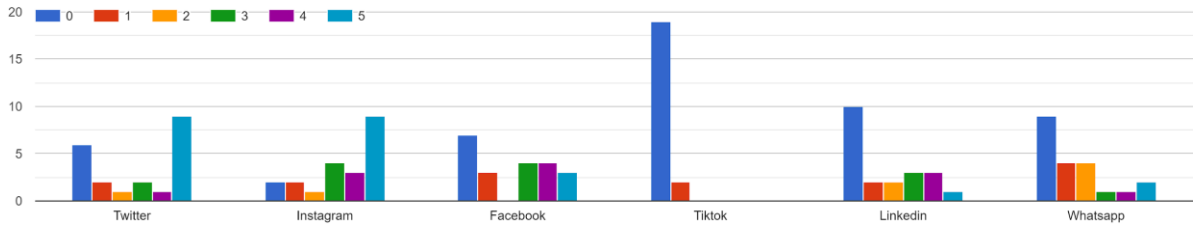
Por qual dispositivo você costuma mais acessar notícias?



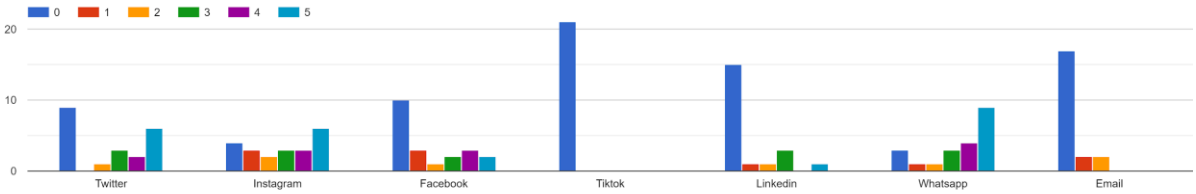
Qual rede social você mais usa?



Em qual rede social você acessa/prefere acessar mais conteúdos jornalísticos?



Como você costuma compartilhar notícias?



Você lê notícias de Ciência? Se sim, em quais portais? E dentro desse tema, há algum que você goste mais?

- Não.
- Superinteressante e Scientific American
- Sim, na BBC Brasil
- Sim, principalmente do Jornal da USP, G1 e Estadão. Acompanho assuntos de astronomia, coronavírus e meio ambiente
- Sim, Jornal da USP, The Lancet (raramente) e portais já citados sobre jornalismo. Prefiro ciências sociais!
- Sim, em todos os portais citados anteriormente.
- Gosto mais de temas relacionado ao genoma
- Sim, no Uol e G1. Notícias sobre meio ambiente e pesquisas.

- Agora mais na época do Covid, vendo a questão dos dados e vacina. Leio principalmente no G1.
- Jornal da USP e Superinteressante.
- Revista Galileu e Superinteressante (acho esta mais diversificada).
- Não tenho muito esse costume, mas esporadicamente busco ter contato com a área, o que acontece principalmente nas colunas de ciência dos jornais impressos. Confesso que meu interesse pela área esteve muito conectado ao momento da pandemia, onde busquei mais informações a respeito de pesquisas relacionadas ao desenvolvimento de uma vacina contra o coronavírus
- Sim, Folha de S. Paulo, Estadão, Superinteressante, O Globo. Astronomia e Ciências Humanas
- Sim. No Jornal da USP
- Geralmente gosto do estilo da Superinteressante, mas também gosto da editoria de Ciências do Jornal da USP.
- Por estagiar no veículo, as notícias de Ciências que consumo são as publicadas pelo Jornal da USP e pela Rádio USP; neste momento, gosto de saber sobre as novas descobertas em relação ao coronavírus
- Sim, mas geralmente escuto podcasts ou vejo vídeos de divulgadores científicos (Atila, Pirulla, Meteoro.DOC ...etc). Quando aparece na minha timeline do TT leio Jornal da USP, Nexo, Superinteressante, NatGeo. Ultimamente tenho acompanhado muito pesquisas relacionadas à covid-19, mas em geral me interesso por temas relacionados a genética, evolução, teologia e ateísmo, meio-ambiente (ecologia) e clima (climatologia).
- Tenho começado a acompanhar algumas notícias no Jornal da USP, mas não tenho tema preferido na área.
- Vejo muito a editoria do Globo

Como você escolhe o formato em que vai desenvolver determinada pauta ou conteúdo?

- Considero o tempo que tenho para desenvolver, o público alvo e o assunto.
- De acordo com o tema e público

- Normalmente envio matérias com comentários para amigos (com link anexo) e produzo matéria de fato para o Jornal da USP em formato de rádio e texto.
- Como trabalho em agência, preciso seguir o formato "hard news", fazendo uma notícia objetiva que será publicada em um terminal de notícias e em portais da Internet.
- Como eu trabalho exclusivamente com a produção de podcasts costumo pensar em que pautas rendem boas sonorizações e que prendam os ouvintes. Para a graduação eu sempre busco puxar para o lado do audiovisual, pois sinto que transmite mais sensibilidade.
- De acordo com a quantidade de fontes e o público-alvo
- Não sei exatamente
- Depende da plataforma a qual o conteúdo vai ser postado
- De acordo com o público e com quais ferramentas tenho mais afinidade.
- Penso em qual tipo de mídia o conteúdo se adapta melhor, sempre pensando também no que tenho vontade de fazer e dentro das minhas capacidades.
- Escolho o formato que parece mais viável e capaz de tornar o consumo de conteúdo o mais leve possível.
- Depende do que é decidido no estágio.
- Me baseio no público alvo. Por exemplo, se for um público mais jovem, priorizo redes sociais nas quais este é mais ativo, como, por exemplo Instagram e Twitter (este muito bom pela sua instantaneidade).
- Busco me colocar no lugar do receptor deste conteúdo. Ou seja, tento refletir qual conteúdo eu como leitor, ouvinte ou outra forma de interlocução, eu gostaria de consumir no formato de podcast, no formato de vídeo ou no formato escrito. Também busco estar sensível a como a mídia já consolidada aborda determinados temas no que diz respeito à forma. Assim, crio uma gama maior de referências.
- Faço uma segmentação por tipo de público e o conteúdo da pauta, pensando no consumo e no público-alvo.
- Acho que depende muito do tema e da proposta/local em que vai ser publicado
- Geralmente recebo indicação de um tema central que devo trabalhar. A partir disso, pesquiso sobre o assunto e já determino algumas questões iniciais a

serem feitas para a fonte. Depois da entrevista, ouço e vejo quais partes vão ajudar na montagem da matéria

- Em relação ao trabalho, depende das demandas dos editores. Normalmente produzo boletins para a Rádio, porém, a depender da pauta, também escrevo para o portal. Na faculdade, nos semestres até aqui, normalmente seguimos as orientações das disciplinas – a maioria foi escrita/impresso. Naquelas em que era possível escolher, optei pelo escrito por ser mais familiarizado com esse formato
- De acordo com o que me é pautado. Mas de maneira ideal acho fundamental trabalhar no maior número de formatos além do escrito. Então me preocupo em se é possível transformar aquele conteúdo em vídeo ou áudio para, no mínimo, divulgação nas redes sociais.
- No estágio, o conteúdo segue o padrão de texto com imagem relacionada ao tema, então não foge muito disso, o que varia é a estrutura do texto, algo mais técnico e objetivo ou mais narrativo. Fora disso, depende da pauta, se ela pede mais elementos visuais ou sonoros.
- Dependendo muito do conteúdo que vou desenvolver.

Quando você elabora pautas ou conteúdos com formatos diferentes, você pensa na interligação delas? De que maneira?

- Não sei dizer
- Não necessariamente
- Não penso nisso.
- Não
- Normalmente só em texto e através de links, mas isso se dá por conta de pensar em SEO, etc. Nos podcasts/produções audiovisual costumo citar na narração e deixar o link disponível através da publicação.
- Não sei
- Penso na interligação delas no sentido que elas não se repitam entre as plataformas, mas que um seja complemento do outro
- Sim. Penso em como elas podem fazer sentido no conjunto, ao mesmo tempo que não podem ficar incompreensíveis quando consumidos isoladamente.

- Um pouco. Sinto que certos conteúdos se adaptam melhor ao áudio, outros ao vídeo, outros ao texto. Às vezes, um mesmo tema pode ser contado de formas diferentes em mais de um tipo de mídia e, de certo modo, os conteúdos se complementam.
- Sim. É preciso que os conteúdos se complementem, sem que as informações fiquem desconexas ou redundantes.
- Não.
- Creio que nunca pensei nisso.
- Penso, mas talvez em um sentido superficial, isso porque reconheço a importância e necessidade jornalística de se explorar uma interligação entre formatos de conteúdo diversos. Porém, confesso que não tenho tanta propriedade de desenvolver projetos de maneira tão esquematizada nesse sentido. De todo modo, ao me colocar no lugar do receptor, penso quais caminhos este faria e busco criar uma espécie de trilha de conteúdos em formatos interligados
- Sim, elas precisam passar a mesma mensagem e os principais pontos do conteúdo, porém adaptada a cada tipo de mídia.
- Sim, talvez de maneira visual
- Pelo menos temática sim, mas respeitando cada tipo de mídia, pensando no tipo de espectador de cada mídia.
- Sim, pensando principalmente na veiculação delas: onde sai, em que horário, e, a depender disso, como abordarei o tema, qual o recorte escolhido, etc.
- As vezes que precisei fazer isso tive esta preocupação. Em uma reportagem longform, meu grupo e eu colocamos áudios das entrevistas hyperlinkados na parte do texto em que as respectivas fontes apareciam. Em outro projeto fizemos um texto complementar ao podcast que postamos. No trabalho costumeiramente interligo links aos vídeos que fazemos para que as pessoas acessem nosso site e saibam mais sobre o trabalho do mandato.
- Não sei se entendi muito bem a pergunta, mas penso na sequência narrativa e a coerência do texto com o conteúdo em outro formato.
- Não consegui entender a pergunta

Você conhece conteúdos transmídia (seja de entretenimento ou jornalístico)? Se sim, quais você conhece e qual lhe chamou atenção? E como você reconheceu ele deste jeito?

- Não sei
- Não conheço
- Não estou muito familiarizada com o conceito para responder
- Não
- Sim, mas no mundo do entretenimento. Doctor Who e Star Wars são exemplos disso pois tem conteúdos em várias plataformas diferentes.
- Não me recordo.
- Penso no UOL Tab, que sempre tenta inserir várias mídias ao seu conteúdo, de texto, imagens e até vídeos.
- Sim. Acho que as formas do Estadão de transmitir as notícias são muito interessantes, pois acabam se complementando muito bem.
- Eu acompanho principalmente autores de livros que comentam sobre suas histórias no Twitter, uma mídia diferente. Reconheci ele sabendo que se tratava de uma nova mídia abordando um conteúdo retratado em outra mídia (livro). Também acompanho conteúdos jornalísticos nos Stories do Instagram, retransmitido.
- Conheço poucos, mas um que me chama a atenção é aquele produzido pelo The Intercept Brasil, que consegue mesclar muito bem o audiovisual com informação jornalística, usando muito bem as redes sociais para isso. Eu os reconheço desta forma, pois além de excelentes reportagens para a mídia escrita, eles buscam sempre contextualizá-las em formatos em vídeo nas redes sociais. O trabalho da Jornalismo Júnior, como projeto desenvolvido por alunos de Jornalismo, também cumpre bem essa função de certa forma, usando redes sociais para produzir conteúdos exclusivos ao mesmo tempo em que as usa para divulgação de conteúdo do site
- Sim, Café da Manhã, o podcast da Folha de S. Paulo no Spotify.
- Não consegui pensar em algum exemplo que eu definiria como transmídia
- No sentido do entretenimento, temos diversos exemplos, seja em filmes como Star Wars, universo Marvel, entre tantos outros. Jornalisticamente, os maiores sites têm conteúdo em podcasts, no Youtube, e trabalham de forma

independente, mesmo partindo do mesmo veículo. Reconheci por causa da matéria de faculdade.

- Gosto de alguns projetos do UOL, como o UOL Tab, que possuem projetos interessantes de narrativas transmídia em grandes reportagens. Além disso, me lembro de uma reportagem marcante do Chico Felitti sobre o conhecido "Fofão da Augusta", em que a narrativa abordada só se mostrava completa junto com imagens e sonoras incluídas no portal. Para fins de citação, também costumo acompanhar o "HeadLine"
- Lembro de ter lido reportagens longform no NYT que tinham áudios embutidos na matéria e um visual que apresentava vídeos e gifs junto com o texto corrido. Foi o meu primeiro contato com esse tipo de conteúdo. Além de um documentário interativo sobre as ruas de São Paulo onde a interface era como um game que você escolhia os bairros que queria ir conhecendo, como se fosse um passeio. Reconheço um conteúdo transmídia quando mais de um meio jornalístico é empregado (vídeo e texto, áudio e texto e etc)

Você consome conteúdo jornalístico nas redes sociais? De qual iniciativa você mais gostou?

- Gosto do Instagram de veículos conhecidos, tipo Estadão, Nexo
- Sim. Consumo muito conteúdo em threads no Twitter e vídeo no IGTV
- Sim, principalmente no Instagram. Acompanho Mídia Ninja e Quebrando o Tabu com mais frequência.
- Não
- Sim! Gosto de conteúdos visuais!
- Sim
- Pelo Instagram, mas não sei se tenho uma que eu gostei em preferido.
- Consumo. Gosto das iniciativas no Nexo.
- Sim. Sigo muito entretenimento. Gosto de acompanhar Youtubers de cultura, tipo a Mikann ou Carol Moreira. Na linha do entretenimento, gosto do Instagram do Papel Pop.
- Sim. Gostei bastante do Estadão Drops.
- Sim. Sigo as redes sociais dos veículos.
- Sim. Gosto muito de acompanhar os Stories do Estadão.

- Consumo, mas não vejo inciativa que me chamem muito a atenção. Talvez aquelas que entendam que o ritmo das redes é mais dinâmico e fluido, trazendo explicações pontuais e suficientes do ponto de vista de contextualização. O Instagram do Estadão pode ser um exemplo
- Sim, o perfil do Pedro Aquino no Instagram, que fez e faz uma ótima cobertura das eleições dos EUA.
- Sim. Gosto muito de acompanhar pelo Twitter
- Não entendi muito a pergunta, na questão da palavra "iniciativa”. Mas o Twitter tem perfis que servem como boa fonte de pesquisa dependendo do tema. Geralmente no esporte, são mais confiáveis!
- Normalmente, uso as postagens nas redes sociais para acessar as notícias/postagens das notícias nos sites. Fora isso, nas redes sociais com as quais tenho mais contato, como o Instagram, é muito comum o uso dos stories para se pensar em uma infografia diferenciada: modos diferentes de organizar o texto no espaço permitido; a relação entre texto e imagens (e o uso das tecnologias e recursos para integrá-los)
- Sim. Atualmente gosto muito do Canal Reload e dos vídeos do UOL no Youtube. No Twitter e Insta também acompanho bastante o Intercept e as lives da Midia Ninja
- Gosto dos posts, acho que é uma maneira mais rápida de saber o que está acontecendo num primeiro momento e a partir disso buscar mais informações sobre o assunto.
- Consumo, gosto bastante das iniciativas que apresentam conteúdo pra comunidade preta.

Em quais formatos você acha mais interessante consumir conteúdos de divulgação científica?

- Formatos mais tradicionais, como revistas, mas com um visual mais agradável
- Em vídeo
- O formato mais próximo da população média possível, como reportagens em vídeo, formatos de fotos e infográficos.
- Em formato de vídeo, com auxílio de imagens

- Conteúdos visuais também! Tendem a nos prender.... E seria bom tentar dinamizar a relação entre público-conteúdo para não ser uma coisa só de "consumo" informativo.
- Não tenho um formato preferido
- Vídeos e podcasts
- Através de vídeos e postagem no feed do Instagram, e threads do Twitter.
- Em vídeos e áudios, porque acho que "força" os produtores a passarem o conteúdo de forma mais acessível. No caso de vídeos, também gosto de ver imagens ou animações relacionadas ao tema.
- Acho que vídeos e imagens são maneiras legais, por não deixarem o conteúdo muito pesado.
- Redes sociais e portais online.
- Acredito que em revistas e reportagens online, pois associo divulgação científica com explicação de conceitos e análise. Também acho interessante em vídeo (YouTube).
- Acredito que de forma online, desde que seja compreendida a proposta dinâmica e didática das redes
- Rede sociais e Portais.
- Acho que conteúdos visuais e em vídeo ajudam muito a compreensão dessa temática
- Vídeos (YouTube), podcasts (dependendo do tema) e em revista mesmo (Superinteressante)
- Principalmente nos portais online, e nas redes sociais.
- Vídeo e Áudio.
- Gosto de consumir em vídeo.
- Em forma de reportagens

Conhece projetos/páginas de divulgação científica? Quais? Há algum conteúdo que você ache interessante por estimular a comunicação de ciência de maneira dinâmica, diferente?

- Não
- Não conheço
- Sim, Pint of Science

- Ciência USP.
- Acompanho mais pelo Youtube e Podcasts, mas o Nerdologia, Blá Blá Lógica, Ciência Todo Dia, Canal do Schwarza.
- Gosto do Pint Of Science. É um evento que ocorre anualmente sobre ciência em bares e restaurantes de todo o Brasil. Eles estão disponíveis nas principais redes sociais.
- Sim, a Agência Universitária de Notícias.
- Jornal da USP.
- Não me recordo.
- Jornal da USP, podcasts e colunistas.
- Sim. O Jornal da USP. A Superinteressante também, acho que ela faz coisas bem diferentes no Instagram.
- Vou me repetir, mas acho a linguagem da Superinteressante bem acessível para qualquer tipo de leitor, o que facilita na hora de entender temas mais complexos.
- Não sou muito próximo da área, mas acompanho o trabalho da Luiza Caires, editora de Ciências do Jornal da USP
- Canais no Youtube: Pirulla, Átila Iamarino, Science Today, Nerdologia, Tese Onze, Meteoro.DOC. Todos esses estimulam a comunicação de ciência, cada qual à sua maneira, de maneiras inovadoras.
- O que tenho começado a acompanhar mais tem sido o conteúdo científico do Jornal da USP mesmo, gosto do formato em podcast, acho mais tranquilo de entender.
- Projeto da Jornalismo Júnior

Você trabalha ou tem interesse em trabalhar com jornalismo de dados, jornalismo de quadrinhos, checagem de fatos ou algum outro tipo de narrativa diferenciada? Como avalia a relação desses conteúdos com outros? Já viu iniciativas interessantes nessa linha?

- Não
- Não sei

- Tenho interesse, acho extremamente importante os jornalistas terem a sensibilidade de transformar dados e fatos mais complexos em uma linguagem mais prática e acessível.
- Nunca parei para pensar, mas acho que não tenho interesse
- Coordeno um projeto de checagens (a nível municipal e feita por universitários), logo desenvolvi amplo interesse por esta área. Acho que aqui vou citar esse projeto em si que é o São Paulo Sem Migué.
- Não trabalho, nem tenho interesse. Conheço uma iniciativa interessante de checagem de fatos que é o São Paulo Sem Migué.
- Ainda não cheguei a pensar a respeito de nenhuma dessas áreas em específico, então não tenho uma resposta exata agora.
- Tenho interesse em trabalhar com checagem de fatos e jornalismo de dados, porque eles podem reafirmar a importância do trabalho jornalístico, e como ele é um processo feito com pesquisa. Já, os da Agência Pública.
- Já fiz cursos de jornalismo de dados e participei de um projeto de checagem de fatos dentro da Jota, a empresa Jr de jornalismo da USP. Apesar de não ser minha preferência, tenho sim interesse de trabalhar com jornalismo de dados e conhecer mais. Acho uma maneira legal e diferente de se produzir jornalismo.
- Recomento o São Paulo Sem Migué, de checagem de fatos, e a WeMakers Brazil, iniciativa que fiz o curso de jornalismo de dados.
- Não. Acho que esses conteúdos passam melhor as informações combinadas com outros formatos. Uma iniciativa interessante é o São Paulo Sem Migué, que checa fatos relacionados à prefeitura da cidade de São Paulo.
- Tenho interesse pela oportunidade de aprendizado. Há várias formas de produzir jornalismo e todas com sua relevância. A agencias de fact-cheking, como a Agência Lupa, são ótimas iniciativas.
- Tenho interesse. Acredito que esse tipo de conteúdo pode se beneficiar de outros formatos menos tradições, como transmissão de notícia vai Stories, em vídeo e entre outros.
- Tenho muito interesse na área de checagem de fatos, apesar de achar jornalismo de dados uma área complexa. Acredito que todos esses conteúdos se juntam para formar a essência do jornalismo que é a investigação. Muito me intrigam, pois compõem uma área jornalística que consegue adaptar-se as

novas tecnologias e usar novas ferramentas para otimizar e melhorar o trabalho do jornalista. As iniciativas da Agência Lupa têm muito do meu apreço. Acompanho também a página São Paulo Sem Migué, desenvolvida por estudantes de Jornalismo

- Não sei. Não conheço jornalismo de quadrinhos, mas vejo o jornalismo de dados e de checagem de fatos como essenciais para a produção de conteúdo de várias editorias, principalmente com a facilidade para a propagação de fake news.
- Tenho interesse, mas não sei muito sobre. Acho que eles estão inteiramente ligados e complementam/aprofundam os outros conteúdos de forma benéfica!
- Acredito que Jornalismo de quadrinhos seria algo bem interessante e diferente, mas consigo ajudar muito na resposta, pois realmente não conheço muito dessas áreas
- Nunca cheguei a pensar efetivamente em alguma dessas áreas, mas me interessa trabalhos com narrativas que só fazem sentido, seja segundo a proposta do autor ou não, pensado a partir da visão de quem elabora as propostas
- Tenho interesse. Faltam conteúdos mais palatáveis de fact checking. Existem canais estadunidenses que estão fazendo um bom trabalho com jornalismo de dados em vídeo (preciso pesquisar), mas os gráficos do The Guardian e do NYT são sensacionais no quesito interatividade. No Brasil, o Nexo tem avançado nesse aspecto, no quesito jornalismo de dados.
- Tenho interesse em checagem de fatos. Conheço a Agência Lupa.
- Tenho vontade de trabalhar com jornalismo de dados.

ANEXO E - Questionário de análise de conteúdo aplicado com estudantes de jornalismo da ECA-USP

Questionário de análise de conteúdos elencados como objetos de estudo na dissertação. Foi aplicado junto aos mesmos estudantes que responderam o questionário anterior. Em razão de o questionário demandar mais tempo dos alunos, que responderam voluntariamente, apenas seis enviaram comentários.

Projetos analisados

- Rio Tibagi: Um gigante paranaense - 4
- Batalha de Belo Monte - 2
- Político em Construção - 0

Qual 'caminho' você fez no projeto? Qual conteúdo acessou primeiro e para quais foi navegando depois?

Batalha de Belo Monte

- Eu comecei pelo começo. Procurei o título no Google e fui seguindo da página inicial em diante.
- Segui o caminho da própria reportagem e das próprias páginas: conforme os gráficos e as imagens foram aparecendo eu parava de ler o texto para observá-los

Rio Tibagi

- Fui acessando na ordem em que apareciam mesmo.
- Segui a reportagem do site. Ao longo da reportagem, eu parava para olhar as imagens e assistir os vídeos para depois voltar para ela. Acredito que a experiência é melhor seguindo essa sequência lógica que os autores propõem.
- Acessei o conteúdo na ordem em que foi apresentado.
- Realizei o caminho linear, passando pelo caminho indicado pelo próprio site

O que te chamou mais atenção no projeto? Qual parte você mais gostou? Por quê?

Batalha de Belo Monte

- Por acaso eu tinha feito uma análise de Snow Fall para uma outra disciplina uns dias antes. O que me chamou atenção no projeto foi a semelhança com Snow Fall. Minha parte favorita foi a presença de muitos infográficos porque eu acho muito mais fácil entender as coisas através de infográficos.
- Respondendo pessoalmente, gosto dos infográficos pois permitem que visualizemos melhor o que pretende ser mostrado, especialmente no que tange as consequências do projeto, ou seja, o antes e o depois da construção.

Rio Tibagi

- A parte que eu mais gostei foi quando o projeto contou história de pessoas, principalmente do Anderson Silva.
- "Gostei muito a sensação que dá de realmente estar descendo no rio enquanto a gente desce o site para ir lendo a reportagem. É um projeto interessante por trazer elementos visuais que realmente te dão mais noção e imersão no conteúdo.
- As partes que mais gostei foram que fala sobre a canoagem no rio como esporte e os vídeos em 360º que a Folha de Londrina fez. Fiquei surpreso positivamente pela qualidade dos vídeos em 360.º"
- Gosto da maneira como a história do rio é contada, há um pouco de jornalismo literário na matéria e esse é um dos pontos que eu mais gostei. Também gostei das fotos do rio, e dos vídeos da corrente que abrem a reportagem.
- A naturalidade com a qual os vídeos se encaixaram dentro da matéria. Gostei bastante das imagens, deixaram a leitura mais dinâmica e, acredito que por apresentarem belas paisagens naturais, tornou a experiência de consumo mais prazerosa e agradável

Você preferiu acessar o conteúdo pelo computador ou pelo celular? Por qual razão? E fez o fez das duas maneiras, qual preferiu?

Batalha de Belo Monte

- Acessei pelo computador porque o professor da outra disciplina sugeriu que fizéssemos dessa forma com o Snow Fall, então copiei.
- Acessei pelo computador, pois acho a leitura mais confortável, além de conseguir enxergar melhor a diagramação e a disposição das fotos, gráficos

por inteiro. Normalmente, quando acesso a reportagens pelo celular (naquelas em que há presença de fotos e vídeos), é preciso dar zoom, depois voltar ao normal

Rio Tibagi

- Só havia acessado pelo computador porque já estava com ele ligado trabalhando. Mas depois de ler a pergunta acessei também pelo celular e preferi pelo computador.
- Pelo computador, acho que a imersão é mais completa. O próprio site diz que podem apresentar erros caso navegue pelo celular.
- Pelo computador, para ter uma experiência mais imersiva da reportagem.
- Pelo computador, pois acredito que uma dimensão maior traria mais imersão, fator que acho essencial para esse tipo de conteúdo

Foi fácil navegar pelo projeto? Acessar todos os conteúdos? Em algum houve problema (carregamento, compreensão)?

Batalha de Belo Monte

- Foi muito fácil.
- Foi fácil navegar pelas 5 "partes" ou capítulos do projeto, mas pensei ter havido erros no carregamento das páginas por conta de algumas lacunas entre os textos, mas acredito se tratar da própria diagramação dos textos – caso contrário, houve erro de carregamento.

Rio Tibagi

- Não houve nenhum problema, foi bem fácil e intuitivo.
- "Foi sim. Ocorreu tudo bem.
- Só em um momento senti falta de imagens dos lixos no rio quando esse tema é citado. Eles citam que o rio tem lixo, mas colocam imagens de áreas sem lixo."
- Sim, porém houve problemas no carregamento de alguns vídeos, que acabei não assistindo.
- Não, os vídeos carregaram bem, o texto estava bem formatado e está bem conectado com as outras mídias da reportagem

Considerando os formatos do projeto (vídeo, foto, texto) o que você achou mais interessante?

Batalha de Belo Monte

- O conjunto de todos os formatos. Não dá para escolher um só porque todos eles se integram e trazem várias faces de uma questão única.
- Retomando a segunda questão, principalmente a infografia, e também as fotos.

Rio Tibagi

- Acho que o texto. Mas as imagens e vídeos contribuíram muito para dar significado ao texto.
- Os vídeos e, principalmente, os 360º. Também gostei muito dos vídeos de entrevista.
- As fotos e o texto, alguns vídeos também chamaram atenção, como os de abertura.
- Acho que os vídeos, porque eles se inseriram de maneira bastante natural. Geralmente, sinto que vídeos estão muito separados do texto, mas nesse caso, vejo que eles fazem parte intrinsecamente

Qual foi a principal informação que você absorveu? Qual parte da narrativa foi crucial para isso?

Batalha de Belo Monte

- Eu já conhecia bem toda a questão social e ambiental de Belo Monte, então essa narrativa acrescentou pouco nesse aspecto. O que eu mais absorvi foi a parte mais "técnica" da engenharia da obra, que eu não tinha tanto conhecimento.
- Gosto muito de projetos de grandes reportagens que apresentam as minúcias de certos casos, mostrando que, às vezes, apenas uma notícia, sem contextualização, pode não ser suficiente. Assim, a parte que mais me chamou atenção foi a que trata dos povos indígenas e as consequências do projeto para suas vidas, especialmente porque são causas que normalmente não aparecem no noticiário.

Rio Tibagi

- De que o Rio, tão fascinante e importante, está sendo muito maltratado.

- A importância do rio para a região e para o Brasil de uma forma geral, além da necessidade de preservá-lo. Acho que todas as mídias contribuíram para isso, principalmente as entrevistas em texto e vídeo. Também quero destacar as imagens e vídeos que apresentam o local.
- A importância do rio, a relação dele com os moradores e as diferentes identidades que assume no decorrer de seu longo percurso. A parte mais crucial, que introduzia a ideia da reportagem foi "Por seus meandros viajam ricas histórias em vários sotaques; nasce "correndinho por um filete" - com ênfase no último 'e'- e morre sufocado num "mundão de água, na Represa Capivara".
- Acredito que a parte referente ao progresso e à preservação do rio, pois contou tanto com imagens quanto com vídeos. O texto conversava muito bem com essas duas mídias e foi mais fácil de absorver

Você conseguiu enxergar certa interligação entre os assuntos abordados? Eles se completavam?

Batalha de Belo Monte

- Sem dúvida!
- Acho que sim, como se se desmontasse a questão Belo Monte em todas as suas variáveis e narrativas, a fim de melhor explicar e apresentar o caso

Rio Tibagi

- Sim! Tudo girava em torno do rio, independente de falar da riqueza, da cultura, ou da destruição.
- Sim, com certeza. Nessa reportagem, apesar de ser possível ler somente o texto, a experiência não é completa sem todas as mídias juntas.
- Sim, todos abordavam uma face diferente do rio.
- Acredito que sim, creio que a interligação acontece pela reflexão do papel humano dentro destas paisagens naturais

Quais assuntos sobre ciência você consegue identificar nesse projeto?

Batalha de Belo Monte

- Se formos tratar ciência como ciências exatas e ciências da natureza pode-se falar de geração de energia, geologia, biologia. Agora se considerarmos as ciências humanas também (que devem sempre ser consideradas), dá para citar muitos outros tópicos. Como eu respondi em outra pergunta, o maior conflito de Belo Monte é social.
- Principalmente a questão da construção da barragem e da usina em si, e, claro, as más consequências em relação ao ecossistema da região e aos povos indígenas que ali habitam

Rio Tibagi

- As questões ambientais relativas à destruição do rio.
- Meio ambiente e sua preservação, energia hidrelétrica e estudos dos rios/ da natureza.
- Geografia física do rio, questões ambientais ligadas à interferência humana e história do garimpo.
- A geração de energia, questões relacionadas a hidrografia e relevo

Foi mais fácil compreender algum conceito por causa desse conteúdo?

Batalha de Belo Monte

- Não consigo pensar em nenhum conceito específico. O conteúdo apenas me permitiu ter uma visão maior e mais detalhada da questão.
- Toda a questão envolvendo a usina é complexa, e a reportagem consegue explorar bem e tratar suas minúcias, em especial por meio da cronologia ao fim

Rio Tibagi

- Sim! Acho que as imagens e vídeos contribuíram bastante para melhor visualização e compreensão do que estava escrito.
- Sim, entendi melhor a transmídia.
- Sim, eu não conhecia o Tibagi.
- Acredito que sim, muito pelo uso da multimídia, que tornou a experiência mais didática, pois mostra visualmente o conteúdo escrito do texto

Você compartilharia esse conteúdo? Com quem?

Batalha de Belo Monte

- Com qualquer pessoa que se interessasse pelo tema.
- Acho que compartilharia com meus colegas, seja por meio de conversas ou nas redes sociais

Rio Tibagi

- Sim! Acho que nas redes sociais, com meus amigos no geral, e no grupo de estudantes de jornalismo.
- Sim, com familiares, amigos e professores.
- Sim, com o meu primo, que vive no Paraná.
- Compartilharia com pessoas interessadas principalmente em reportagens desse tipo, mas também para pessoas interessadas nesse assunto

Você interagiria com esse conteúdo? Faria algum comentário? Aonde? Como?

Batalha de Belo Monte

- Provavelmente não. Na época que o assunto estava mais "em alta" eu teria no máximo compartilhado no Facebook, mas não costumo comentar muitos posts de jornalismo. Me limito a compartilhar coisas que considero relevantes.
- Não costumo comentar nas páginas dos portais de notícia a que tenho acesso e por isso, apesar de ter gostado muito do projeto, não faria comentários!

Rio Tibagi

- Acho que não.
- Não sou muito de comentar ativamente nos conteúdos, mas poderia fazer isso. Acho que seria legal uma seção de comentários no próprio site. Também dá para comentar os vídeos 360º no Youtube
- Sim, curtiria nas redes sociais caso fosse divulgado.
- Acredito que não