



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE JORNALISMO**

ADRIANA ARAÚJO SOUZA

**#ACulpaNãoÉDelas: HUMANIZAÇÃO DO RELATO JORNALÍSTICO EM
NARRATIVA TRANSMÍDIA**

**CAMPINA GRANDE - PB
2018**

ADRIANA ARAÚJO SOUZA

**#ACulpaNãoÉDelas: HUMANIZAÇÃO DO RELATO JORNALÍSTICO EM
NARRATIVA TRANSMÍDIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo. Área de concentração: Jornalismo Digital.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Verônica Almeida de Oliveira Lima.

**CAMPINA GRANDE - PB
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S729c Souza, Adriana Araujo.
#ACulpaNãoÉDelas [manuscrito] : humanização do relato jornalístico em narrativa transmídia / Adriana Araujo Souza. - 2018.
33 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.

"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Jornalismo. 2. Narrativa transmídia. 3. Reportagem. 4. Jornalismo humanizado. 5. Redes sociais.

21. ed. CDD 070.19

ADRIANA ARAÚJO SOUZA

**#ACulpaNãoÉDelas: HUMANIZAÇÃO DO RELATO JORNALÍSTICO EM
NARRATIVA TRANSMÍDIA**

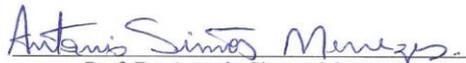
Artigo apresentado ao Curso de Jornalismo da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Jornalismo.

Área de concentração: Jornalismo Digital

Aprovada em: 11/06/2018.

BANCA EXAMINADORA


Prof.ª Dr.ª Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Antonio Simões Menezes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof.ª Dr.ª Cássia Lobão Assis
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos meus pais, pelo amor, incentivo e dedicação que me fizeram chegar até aqui. DEDICO.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida, por mostrar a cada dia quão grandioso é seu amor por mim, pelas oportunidades que me foram dadas e por ter colocado anjos disfarçados de amigos ao longo da caminhada.

Aos meus familiares e amigos, pelo apoio, incentivo e compreensão nas horas mais difíceis. Especialmente meus pais, Severino e Anna, e meus tios, Valdo, Maria e Lenilda, que não mediram esforços para me ajudar a chegar até aqui e realizar um sonho que passou a ser de toda a família.

Às queridas amigas Bianca, Elidiane, Naiara e Renally, que caminharam junto comigo nestes quatro anos de graduação, dividindo momentos de alegria, tristeza, desafios, dúvidas e, principalmente, perseverança.

À professora Verônica, pela enorme paciência, compreensão e palavras de motivação que me fizeram chegar à conclusão deste trabalho.

A todos os funcionários do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual da Paraíba, que contribuíram para meu crescimento acadêmico e pessoal. Especialmente o professor Arão de Azevêdo e o técnico Renato Hennys, que me proporcionaram experiências profissionais enriquecedoras.

Agradeço também aos professores participantes da banca examinadora, Antonio Simões e Cássia Lobão, que se dispuseram a dividir comigo este momento tão importante e aguardado.

Por último, gostaria de agradecer infinitamente a todas as pessoas que, mesmo não citadas aqui, contribuíram de alguma forma para a conclusão de mais uma etapa em minha vida.

“Às vezes é preciso contar as histórias de mais de um jeito para que seja entendida por inteiro”.

Eliane Brum

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Procedimentos metodológicos.....	10
2. JORNALISMO NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA.....	11
3. PRINCÍPIOS DA NARRATIVA TRANSMÍDIA.....	15
4. REPORTAGEM E HUMANIZAÇÃO DO RELATO JORNALÍSTICO.....	19
5. ESPECIAL #ACulpaNãoÉDelas: DESCRIÇÃO E ANÁLISE.....	22
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
7. ABSTRACT.....	29
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30

#ACulpaNãoÉDelas: HUMANIZAÇÃO DO RELATO JORNALÍSTICO EM NARRATIVA TRANSMÍDIA

Adriana Araújo Souza¹

RESUMO

O advento do ciberespaço e a consolidação da cultura da convergência modificaram as relações sociais, ampliando tanto os modos de produzir e consumir informação jornalística, quanto às linguagens que expandem as experiências de interatividade e colaboração do público consumidor, a exemplo da narrativa transmídia. Neste sentido, o presente artigo objetiva averiguar como se dá a relação entre o gênero jornalístico reportagem e a narrativa nramsmídia na construção de um relato humanizado, seguindo os princípios e caracterizações teóricas apontadas por Henry Jenkins e Jorge Kanehide Ijuim acerca de cada temática. Por meio de pesquisa exploratória pudemos inferir que a reportagem transmidiática viabiliza uma narrativa jornalística distinta, capaz de promover a diversidade de olhares e experiências humanas inerentes ao jornalismo humanizado.

Palavras-Chave: Jornalismo. Narrativa transmídia. Reportagem. Jornalismo humanizado. Redes sociais.

1 – INTRODUÇÃO

O advento do espaço virtual – ou ciberespaço, como sugerem estudiosos do tema – modificou as relações sociais humanas em seus aspectos mais elementares. As noções de comunidade, pertencimento e identificação cultural transcendem as barreiras territoriais, políticas e institucionais, em direção a uma conjuntura onde as conexões são constituídas com base no aperfeiçoamento tecnológico, nas afinidades, gostos, projetos e processos recíprocos de cooperação entre seus membros.

No ciberespaço, conteúdos de diversas mídias exercem relação de proximidade ou até mesmo convergem, modificando as lógicas de produção e distribuição vigentes até então. Neste contexto, também o fazer jornalístico se reinventa e busca nas estratégias midiáticas de convergência, novas funções e significações junto a seu público, este cada vez mais segmentado pela diversidade de plataformas e suportes midiáticos disponíveis à exploração.

¹ Aluna de Graduação em Jornalismo na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: adrianaaraujo1797@gmail.com

Entre as múltiplas possibilidades de produção jornalística convergente, as narrativas transmidiáticas apresentam-se como uma estética singular que abarca, simultaneamente, linguagens e recursos diversos na confecção de um conteúdo denso e complexo, pensado de modo a proporcionar, ao usuário, uma visão ampliada da temática segundo as concepções de interação, participação e ressignificação.

A inserção da narrativa transmídia no jornalismo é recente e se dá especialmente na reportagem - um dos principais gêneros jornalísticos, que se fortaleceu ao longo da história por meio das sucessivas inovações teóricas e tecnológicas. O desenvolvimento ainda tímido de tais produções, sobretudo em solo brasileiro, suscita numerosos estudos acerca de suas implicações e aplicações no jornalismo, e nos fez levantar a hipótese de que o emprego da narrativa transmídia na construção jornalística favorece a elaboração de relatos mais humanizados, que além de dar voz aos personagens através do emprego de diversas linguagens midiáticas, insere o público-receptor no contexto da produção, estimulando-o a propagar o material, conferindo-lhe novas significações.

A problematização temática que endossa este estudo foi elaborada a partir do acesso a série de reportagens #ACulpaNãoÉDelas, produzida pelo Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC), e selecionada como objeto de análise da pesquisa. O primeiro contato com este especial transmídia se deu por ocasião dos desdobramentos de uma campanha de conscientização e combate à violência contra a mulher na rede social Facebook, quando a *hashtag* que intitula o projeto nos levou às diversas publicações de usuários e das páginas oficiais dos veículos de imprensa que integram o SJCC, e depois ao site.

A linguagem narrativa empregada na produção jornalística chamou a atenção pela capacidade de inserir o leitor no contexto da história, utilizando-se de recursos imagéticos e textuais para desconstruir estereótipos enraizados socialmente a respeito da violência contra a mulher. À medida que o texto é lido, o vídeo assistido, a fotografia observada, os sofrimentos, angústias e sentimentos das personagens vitimadas são evidenciados de forma impactante, porém, humanizada.

Portanto, a necessidade de percepção e compreensão deste enquadramento fomentou a questão norteadora desta pesquisa, que pode ser formulada nos seguintes termos: como a narrativa transmídia favorece a humanização do relato jornalístico na série de reportagens em questão? Objetivamos averiguar como se dá tal relação seguindo os princípios e caracterizações teóricas apontadas ao longo do referencial teórico, como também, atestar os desdobramentos do material nos canais de comunicação utilizados para interação e colaboração do público.

1.1 – Procedimentos metodológicos

Almejando estabelecer conexão entre temas distintos na área da comunicação, a presente pesquisa contempla uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória. A investigação qualitativa está pautada nas especificidades do objeto analisado, evidenciando características e experiências particulares que possibilitam a confirmação ou refutação das hipóteses suscitadas a priori. Conforme Gil (2008), este procedimento metodológico diverge dos demais quanto a sua estrutura, visto que não há um modelo analítico fechado e pré-estabelecido a ser seguido, mas que se reconfigura de acordo com as necessidades a cada nova aplicação.

A pesquisa exploratória tem como propósito o desenvolvimento, elucidação e aplicação dos conceitos e ideias, proporcionando uma visão geral aproximada sobre determinado fato, bem como a formulação de novas problematizações.

Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2008, p.41).

O método foi aplicado ao longo do estudo, à medida que a construção do referencial bibliográfico em torno da narrativa transmídia e do jornalismo humanizado proporcionou uma delimitação teórica de aproximação entre os conceitos, indicando previamente as linhas de caracterização a serem seguidas na fase analítica. Para tanto, recorreremos aos procedimentos técnicos de pesquisa bibliográfica – consulta aos estudos referenciais de cada campo em livros, artigos científicos, teses e dissertações, por meio de suportes físicos, plataformas digitais e online – e estruturamos o processo de construção de nosso estudo em três etapas precisamente delimitadas.

À etapa inicial coube a formulação da pesquisa em si. A partir da seleção do especial #ACulpaNãoÉDelas como objeto de estudo, definiu-se a problematização temática, os objetivos a serem alcançados e referenciais teóricos a serem adotados. Na segunda etapa realizamos um levantamento bibliográfico, identificando os conceitos e peculiaridades de cada área da comunicação abordada, estabelecendo uma ponte teórica que serve de base para a etapa seguinte.

Passamos então para fase de apresentação do objeto de estudo, identificando as características e ligações com o referencial estabelecido na etapa anterior. Por fim, apresentamos os resultados e considerações finais, mostrando como se dá a humanização do relato jornalístico em narrativa transmídia.

2 - JORNALISMO NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

A sociedade humana apresenta, desde as épocas mais remotas de seu desenvolvimento, interfaces comunicacionais multifacetadas, marcadas pelas diversidades cultural, social, econômica, política e tecnológica. Cada elemento incorporado ou excluído ao longo do tempo implica no desenvolvimento dos processos comunicacionais contemporâneos, caracterizados a partir de uma complexa estrutura operacional em constante evolução que envolve, para além dos meios de comunicação, as relações sociais dos indivíduos e suas percepções de mundo.

A invenção da prensa móvel por Johannes Gutenberg no século XV, por exemplo, provocou mudanças significativas nos formatos de produção, difusão e consumo do conhecimento, influenciando posteriormente o avanço dos novos meios de comunicação. Mas é após o surgimento das tecnologias digitais e da popularização da *web 2.0*², no final do século XX e início dos anos 2000, que observamos uma mudança radical dos paradigmas vigentes até então, e imergimos de vez num “universo oceânico de informações”, descrito por Pierre Lévy (1999) como o ciberespaço.

Lévy idealiza o ciberespaço como o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores, evidenciando, além da infraestrutura material da comunicação digital, as inter-relações e apreensões humanas do ambiente a sua volta, através de signos, imagens, linguagens, construções narrativas e objetos técnicos, concebidos e reconfigurados a partir das necessidades particulares e coletivas de seus usuários.

Este novo meio diferencia-se dos meios de comunicação de massa convencionais por apresentar características interativas que invertem a lógica da comunicação “*um para todos*” em função da descentralização do espaço, para a produção/distribuição do conteúdo de “*muitos para muitos*”, independentemente de proximidades geográficas ou relações institucionais.

² Segundo PRIMO (2007, p.1), a Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e “caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se [...] a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador”.

Atrelada a este cenário, desenrola-se também a Cibercultura, “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 2009, p.17), onde as verdadeiras relações “não são criadas entre ‘a’ tecnologia (que seria da ordem da causa) e ‘a’ cultura (que sofreria os efeitos), mas sim entre um grande número de atores humanos que inventam, produzem, utilizam e interpretam de diferentes formas as técnicas” (p.23).

A Cibercultura é, portanto, um processo de construção e cooperação mútua, estruturada por Lemos e Lévy (2010) em três princípios. O primeiro deles diz respeito à “liberação da palavra”, ocasionada pelo surgimento de funções comunicacionais que “permitem a qualquer pessoa, e não apenas empresas de comunicação, consumir, produzir e distribuir informação sob qualquer formato em tempo real e para qualquer lugar do mundo” (p.25), sem a necessidade de aporte financeiro ou solicitação de concessões midiáticas.

O segundo princípio age em decorrência da liberação da palavra e refere-se a “conexão e conversação mundial” planetária, onde os grupos e comunidades de pessoas estariam aptos a refletir e avaliar suas próprias experiências, num espaço aberto à observação e interpretação do ponto de vista de cada Inteligência Coletiva³. Completando a base, o terceiro princípio da Cibercultura está relacionado à consequente “reconfiguração social, cultural e política”, procedente das transformações evidenciadas pelos dois primeiros.

Todo este processo é concebido no âmbito das tecnologias digitais, que recombina e criam novos processos de inteligência e de produtos coletivos e participativos. Neste cenário, os autores sugerem uma mutação contemporânea das mídias a partir de algumas linhas de transformação. Entre essas linhas, a convergência entre os suportes midiáticos coloca-se como um elemento decorrente da Cibercultura que, exercendo a logicidade dos princípios de liberação da palavra e de conexão mundial, atua fundamentalmente na evolução das reconfigurações citadas acima. Por convergência, Jenkins (2009a) refere-se:

Ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009a, p.29).

³ A concepção de Inteligência Coletiva fixada por Pierre Lévy diz respeito a uma inteligência distribuída universalmente, que resulta na mobilização efetiva de competências, cujo objetivo é o reconhecimento e enriquecimento mútuo das pessoas, onde ninguém sabe de tudo, todos sabem de alguma coisa e o todo o saber pertence à humanidade.

Na visão do autor, o universo das mídias convergentes abre espaço para novas narrativas e formas de se contar uma história, vender um produto ou promover uma marca, inserindo o internauta no cenário das múltiplas plataformas midiáticas e incentivando-o a procurar as informações em meio a conteúdos espalhados. Se antes se tinha uma divisão de papéis para produtores e consumidores de mídia, agora todos são considerados participantes ativos, que interagem de acordo com um “novo conjunto de regras” ainda não explicado completamente.

Mas a convergência midiática não pode ser compreendida somente do ponto de vista material e tecnológico. Ela é uma transformação cultural que “não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações com outros” (JENKINS, 2009a, p. 30). Aqui, os antigos meios de comunicação de massa não desaparecem ou são substituídos efetivamente pelas novas mídias, como se pensava anteriormente. O que mudou foram suas funções sociais e a maneira pela qual se produz o conteúdo, agora pensado de forma ampliada e conectada entre as diversas plataformas.

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em direção a relações mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima (JENKINS, 2009a, p. 325).

Esta linha de transformação das mídias contemporâneas a partir dos fundamentos da Cibercultura e da lógica do ciberespaço implica no surgimento de novas culturas de conhecimento e de novos hábitos, os quais Jenkins denomina de cultura da convergência, “onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (p.343), e onde as pessoas terão maior poder de decisão, como consumidores e como cidadãos⁴.

Lemos e Lévy (2010) apontam para uma evolução do sistema midiático em um modelo mais labiríntico, onde coexistem mídias de funções massivas – os meios clássicos como impresso, rádio e TV -, e pós-massivas – mídias digitais, internet e suas diversas

⁴ Embora os autores adotados neste estudo compreendam estas transformações tecnológicas e culturais numa perspectiva bastante entusiasta, há estudiosos, como Dominique Wolton (2007), que discutem a temática a partir de uma visão mais crítica em relação ao modo como as novas mídias influenciam social e simbolicamente a sociedade contemporânea.

ferramentas -, que enriquecem a paisagem midiática contemporânea. Lemos (2007, p.124) conceitua a função massiva como “um fluxo centralizado na informação, com o controle editorial do polo da emissão, por grandes empresas em processo de competição entre si, já que são financiados pela publicidade”.

As mídias de função massiva são centradas, na maioria dos casos, em um território geográfico nacional ou local, e “dirigidas para pessoas que não se conhecem, que não estão juntas espacialmente e que assim têm pouca possibilidade de interagir” (LEMOS, 2010, p.124). Já as mídias de função pós-massiva, funcionam a partir de redes telemáticas em que qualquer usuário, teoricamente, pode produzir a informação completa por si só.

As funções pós-massivas não competem entre si por verbas publicitárias e não estão centradas sobre um território específico, mas virtualmente sobre o planeta. O produto é personalizável e, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bidirecionais (todos-todos), diferentes do fluxo unidirecional (um-todos) das mídias de função massiva. As mídias de função pós-massiva agem não por hits, mas por “nichos”, criando o que Chris Anderson (2006) chamou de “longa cauda (sic)”, ou seja, a possibilidade de oferta de inúmeros produtos que são para poucos, mas que pela estrutura mesma da rede, se mantêm disponíveis (LEMOS, 2007, p. 125).

As ferramentas com funções pós-massivas apoiam-se, portanto, nos processos de conversação, interação e comunicação efetiva, privilegiando a personalização e disseminação da informação de forma alheia aos controles concessionários do Estado e aos limites geográficos as quais as mídias de funções massivas estão submetidas. Tal constatação atesta e reforça, mais uma vez, os princípios fundamentais da Cibercultura.

Nesta conjuntura, também o fazer jornalístico sofreu transformações estruturais. Silva (2013) considera o panorama da convergência midiática como imprescindível para a evolução do jornalismo digital no século XXI, à medida que provoca um novo estágio para o jornalismo e suas funções profissionais adquirem sentidos mais amplos. Salaverría e Avilés (2008, p. 34-35) entende a convergência no jornalismo como um processo multidimensional, influenciado por aspectos que vão além do fator tecnológico e refletem, em segunda instância, nas estratégias empresariais, econômicas e comerciais, que demandam maiores investimentos.

Exige-se uma integração unificada das redações e polivalência dos jornalistas, agora imersos nos diferentes níveis de produção de conteúdo e plataformas de mídia, que implica, segundo os autores, na necessidade de atualizar o treinamento destes profissionais e compensá-los financeiramente por sua versatilidade. Tal afirmação nos leva a uma dimensão mais política em torno do debate e não será aprofundada aqui, mas permite entender os meandros que envolvem a produção jornalística convergente.

Los directivos de las empresas periodísticas han de convencer a los integrantes de la redacción de que el entorno de convergencia multimedia es una oportunidad para desarrollar periodismo de calidad, y no una amenaza. Teniendo en cuenta estos cambios en la vida cotidiana y el consumo de contenidos, y el cambio en los procesos de trabajo, los objetivos están puestos en satisfacer los nuevos hábitos de los lectores y diversificar las habilidades. Esto no significa que el periodista tenga que convertirse en un experto em todos los temas, sino que ha de tener en cuenta la potencialidad de publicación en diferentes plataformas (SALAVERRÍA; AVILÉS, 2008, p.44)⁵.

Esse processo de integração em múltiplas plataformas trouxe para o campo do jornalismo inovações nos modelos de criação e consumo da informação, sobretudo pelo viés da cultura pós-massiva. Os hábitos e preferências do público – fragmentado – influenciam diretamente na forma como conteúdos são produzidos, veiculados e compreendidos, favorecendo a incorporação de narrativas midiáticas fundamentadas nas premissas da Cibercultura.

3 – PRINCÍPIOS DA NARRATIVA TRANSMÍDIA

A narrativa pode ser compreendida como a exposição de um acontecimento - ou série de acontecimentos - interligados, reais ou imaginários, que envolve elementos de tempo, espaço, personagem, de causa, modo e consequência/resultado. Ela desenvolve-se em torno de um enredo e pode ser expressa nas mais diversas linguagens (oral, escrita, visual, sonora, teatral etc.). Souza (2011) considera a noção de narrativa como derivada da epopeia⁶, considerada por Aristóteles⁷ uma das artes da imitação, que se diferenciava da poesia trágica e da comédia pelos meios, os objetos empreendidos e as formas de imitar.

Cada unidade de ação presente na narrativa deve ter início meio e fim. Além das ideias de unicidade, sequencialidade e desfecho, a obra de Aristóteles traz a noção de que o gênero narrativo pode mostrar vários acontecimentos simultâneos, ser

⁵ Os diretores das empresas jornalísticas precisam convencer os membros da equipe editorial de que o ambiente de convergência de multimídia é uma oportunidade para desenvolver um jornalismo de qualidade, e não uma ameaça. Levando em conta essas mudanças na vida cotidiana e o consumo de conteúdo, e a mudança nos processos de trabalho, os objetivos são estabelecidos para satisfazer os novos hábitos dos leitores e diversificar habilidades. Isso não significa que o jornalista tenha que se tornar um especialista em todos os assuntos, mas que ele tenha que levar em conta o potencial de publicação em diferentes plataformas (SALAVERRÍA; AVILÉS, 2008, p.44, tradução nossa).

⁶ Considerada a mais antiga das manifestações literárias, a epopeia é um gênero formado de longos versos que narram, em terceira pessoa, as aventuras, guerras, ações gloriosas etc..

⁷ Filósofo grego, viveu entre os anos 384 a.C. e 322 a.C., e escreveu sobre diversos temas, inclusive, as leis da poesia, do drama e da narrativa.

contado em diversos episódios e transportar o “ouvinte” (o termo é usado como o significado de espectador) para diversos lugares. (SOUZA, 2011, p. 53).

Na cultura da convergência, no entanto, esta forma de contar histórias seguindo uma sequência lógica é influenciada diretamente pelo poder de participação conferido ao “espectador” e propicia o surgimento da narrativa transmídia (NT). Conceituada por Jenkins (2009a) como “a arte da criação de um universo”, a NT refere-se a uma estética procedente da convergência das mídias e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento.

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos, seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009a, p.138).

A narrativa transmídia apresenta-se como um modelo complexo de contar histórias. Exige que seus consumidores assumam a função de “caçadores e coletores”, buscando os fragmentos da história espalhados pelos diferentes canais, onde a sequência *começo – meio – fim* sofre ressignificação e cada produto passa a ser um ponto de acesso ao conjunto – “franquia” – como um todo. Cada acesso também deve ser autônomo, de modo que não seja preciso consumir um produto para gostar e/ou entender o outro, mesmo que uma experiência de entretenimento mais rica só venha a ser alcançada mediante apreciação completa da obra.

Uma peculiaridade da NT é que ela não se restringe ao conteúdo produzido pelo seu criador. À medida que os fãs⁸ de determinada franquia coletam as informações dispersas nos diferentes canais, criam também espaços de discussão, como fóruns e comunidades online, onde passam a compartilhar suas impressões, formular teorias, sugerir possíveis desfechos e, por fim, gerar novos produtos. Tudo isso compõe o universo da narrativa transmídia, cujos princípios norteadores foram sistematizados por Jenkins (2009b) no artigo *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling*. São eles:

1. **Espalhamento x Capacidade de Perfuração:** o primeiro, refere-se à capacidade do público de participar ativamente na circulação de conteúdo de mídia através de redes sociais e, no processo expandir seu valor econômico e cultural. O segundo diz respeito ao empenho dos fãs na investigação das pistas

⁸ A Cultura dos Fãs (Fandom) refere-se a um nicho cultural formado por comunidades de pessoas reunidas pela empatia e gostos em torno de determinado foco (filmes, séries, obras literárias, gêneros musicais, celebridades etc.) que, além de consumir, atribuem significações e originam produtos secundários que passam a integrar aqueles universos.

dispersas nos fragmentos da obra, com o objetivo de aumentar a compreensão da história;

2. ***Senso de Continuidade x Multiplicidade:*** Continuidade é considerada a verdadeira recompensa dos fãs pelo investimento de tempo e energia no recolhimento dos fragmentos que deixam a história coerente e plausível. Já a multiplicidade diz respeito às versões alternativas que surgem da cultura dos fãs, paralelamente ao desenrolar da história principal.
3. ***Imersão x Capacitação de Extração:*** Tais conceitos refletem a relação entre a ficção transmídia e as experiências cotidianas. Na imersão, o consumidor mergulha no mundo da história, enquanto na capacidade de extração, o fã absorve aspectos da história para sua vida cotidiana;
4. ***Construção do universo:*** ligado aos princípios anteriores, este diz respeito aos espaços físicos e aspectos culturais dos mundos representados, que de alguma forma se cruzam na realidade vivida;
5. ***Serialidade:*** está relacionada às ligações entre produtos da mesma franquia ordenados em plataformas diferentes, e consiste na relação entre as partes e o todo da história;
6. ***Subjetividade:*** diz respeito às extensões do conteúdo transmídia ou dos elementos secundários, focando nas dimensões não exploradas na ficção, ampliando a linha temporal e espacial da narrativa, ou apresentando aspectos desconhecidos de um personagem secundário;
7. ***Performance:*** refere-se aos estímulos desenvolvidos pelos produtores das NT para atrair audiência e permitir que a comunidade de fãs participe ativamente da construção do universo transmidiático.

Todos os princípios não são, necessariamente, empreendidos em uma mesma narrativa transmídia, a depender da história e seu desenrolar-se por entre as mídias. As conceituações de Jenkins (2009a e 2009b) são trabalhadas no sentido de uma narrativa transmídia do universo ficcional, onde de fato surgiu e manifestou-se primeiramente nas franquias *A bruxa de Blair* e *Matrix*⁹. Mas ela estende-se também para o campo do jornalismo, onde aos poucos foi incorporada à experiência de convergência midiática e integração das redações.

⁹ As primeiras discussões em torno da NT surgiram com o lançamento do filme “A bruxa de Blair” (1999), uma produção independente de baixo orçamento que alcançou sucesso fenomenal. Um ano antes de chegar às salas de cinema, seus criadores já alimentavam um site no web com notícias, depoimentos e minuciosos detalhes com aparência de realidade sobre o que viria a ser o enredo do filme, arrebatando uma legião de seguidores. Mais tarde, em 2003, os irmãos Wachowski revolucionaram a forma de se consumir entretenimento com o lançamento

Conforme Souza (2011, p.102), pode-se considerar narrativa jornalística “todo conteúdo noticiável que apresente personagens praticantes de determinada ação dentro da história, a qual está situada no tempo e no espaço”, cujo propósito seja informar, analisar ou contextualizar os assuntos. No ambiente digital, seu desenvolvimento parte, primeiramente da necessidade de reconhecer as possibilidades de contar histórias com base “na hibridez de linguagens (multimídia), na modificação do modo de apresentação e leitura dos conteúdos (hipertextualidade) e na alteração das relações com a audiência e desta com os conteúdos (interatividade)” (p.103), ambos, fatores presentes na estrutura transmídia.

Renó e Flores (2012) entendem a narrativa transmídia no jornalismo como uma linguagem que abarca, ao mesmo tempo, diferentes mídias, com diferentes linguagens e voltadas para diferentes usuários graças à interatividade da mensagem. Os recursos audiovisuais, interativos e de mobilidade¹⁰ são, portanto, adotados e difundidos em mídias diversas.

O tratamento transmidiático do conteúdo noticioso ocorre de dois modos: quando determinado fato alcança repercussão e, à medida que se desenrola, recebe cobertura midiática especializada neste sentido; ou quando um tema é trabalhado, desde sua gênese, a partir dos princípios da NT, culminando, ao final, em reportagens especiais. É na reportagem, inclusive, que a Narrativa Jornalística Transmídia adquire privilégio, por se tratar de um gênero que proporciona maior grau de aprofundamento na abordagem dos acontecimentos. Para Renó e Flores (2012):

El diferencial que marca el Periodismo Transmedia es que con esta narrativa podemos aprovechar las posibilidades de comunicación presentes en la sociedad postmoderna, donde la movilidad y la liquidez de estructuras, es decir, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación con el objetivo de involucrar y atraer el receptor para la interpretación participativa del mensaje. [...]De esta forma, la navegabilidad es ofrecida para el lector como coautor de la construcción narrativa (RENÓ; FLORES, 2012, p. 16-17)¹¹.

do primeiro filme da franquia Matrix, planejada desde o início para que cada fragmento da história permitisse sua continuidade em outras plataformas.

¹⁰ Segundo Lemos (2009), a cultura da mobilidade entrelaça questões tecnológicas, sociais, antropológicas que, na mídia convergente, adota estratégias para transportar mensagens afetando a relação do ser humano com o espaço e o tempo.

¹¹ O diferencial que marca o Jornalismo Transmídia é que, com essa narrativa, podemos aproveitar as possibilidades de comunicação presentes na sociedade pós-moderna, onde a mobilidade e a liquidez das estruturas, ou seja, a interatividade, assumem papéis importantes no campo da comunicação com a objetivo de envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem. [...] Desta forma, a navegabilidade é oferecida ao leitor como coautor da construção narrativa. Mas a essência da narrativa transmídia está no campo da reportagem, pelo seu rico conteúdo e construção narrativa (RENÓ, FLORES, 2012, p. 16-17, tradução nossa).

A reportagem enquanto gênero jornalístico despontou de forma similar à cultura da convergência. Lage (2008) atribui seu advento às transformações sociais e tecnológicas ocorridas a partir da Revolução Industrial, no século XIX, quando o jornalismo mudou radicalmente sua forma de atuação e viu seu público ampliar-se depressa. Além do surgimento da impressora rotativa e do linotipo, que facilitaram a lógica e distribuição da informação, as diversidades culturais e de níveis de escolaridade que permeavam a sociedade europeia na época, induziram uma mudança progressiva no estilo das matérias que os jornais publicavam, precedendo os conceitos de reportagem tal como conhecemos hoje.

4 – HUMANIZAÇÃO DO RELATO JORNALÍSTICO NA GRANDE REPORTAGEM

Diferenciada do gênero notícia, basicamente quanto a sua atemporalidade e capacidade de abordagem ampliada de um tema, a reportagem recebe atenção especial para a formulação de seu conceito. Pena (2008, p.75) constrói, a partir da visão de outros autores, a concepção de que o gênero reportagem configura-se como um relato jornalístico temático, cativante e atual, capaz de oferecer investigação aprofundada dos fatos e seus envolvidos, com o maior número de dados possível, formando “um todo compreensível e abrangente”.

Sodré e Ferrari (1986, p.14-15) consideram o desdobramento das perguntas clássicas que formam o lead da notícia (quem, o quê, como, quando, onde e por quê) como o catalisador da forma-narrativa empreendida. “Sem um ‘quem’ e um ‘o quê’, não se pode narrar. Na reportagem, estes dois elementos têm de existir, mas têm, sobretudo, de despertar interesse humano – ou não serão suficientes para sustentar a problemática narrativa”. Assim, são estabelecidas quatro características principais de uma reportagem: a) predominância da forma narrativa; b) humanização do relato; c) texto de natureza impressionista; e d) objetividade dos fatos narrados.

Nesta caracterização, porém, a humanização e objetividade dos fatos são passíveis de múltiplas perspectivas, conforme evidenciam as produções advindas do Novo Jornalismo¹², reformularam a reportagem típica do jornalismo periódico em favor da grande reportagem, um relato extenso, com preocupações estéticas, evidenciado pela humanização a partir da

¹² Fase histórica e efervescente de renovação do jornalismo literário nas décadas de 1960 e 1970 nos Estados Unidos, caracterizada pela introdução de novas técnicas narrativas (fluxo de consciência e ponto de vista autobiográfico), grande exposição pública e popularidade, reivindicação de qualidade equivalente à literatura. Abundantemente praticada em revistas de reportagem especializadas, publicações alternativas, livros-reportagem e até mesmo em veículos da grande imprensa. Registra a ascensão para a fama de grandes mestres da narrativa do real, como Gay Talese e Tom Wolfe (LIMA, [2017-?]).

imersão do repórter na vivência dos fatos, descrição minuciosa e acentuada carga de subjetividade.

A princípio, objetividade e subjetividade parecem assumir posições dicotômicas no âmbito jornalístico. Enquanto uma exige praticidade, agilidade e explanação concreta, a outra abre espaço para variações e ensaios que priorizam uma diversidade de vozes e olhares sobre o assunto. No entanto, Karam (2004, p.39) afirma que ambas estão intimamente relacionadas e uma alimenta a outra, uma vez que “a objetividade é resultado da subjetividade humana. Mas também a subjetividade se forma pela objetivação do mundo e dos fatos provocados por pessoas”. Na visão de Ijuim (et al, 2008, p.140), “a busca do comunicador não é um objeto – a verdade – mas a compreensão sobre as ações dos sujeitos da comunicação, a expressão dos sentidos de sua consciência”.

Essa diversidade de olhares viabilizada por uma narrativa que contempla e promove experiências humanas é compreendida por Medina (1990, 2003) como o diálogo possível, a arte de tecer o presente, onde a técnica jornalística alia-se à subjetividade na aproximação entre personagem, repórter-narrador e público receptor. A grande reportagem torna-se, então, espaço fecundo para humanização do relato jornalístico e, na perspectiva da autora, passa a ser denominada como “narrativas da contemporaneidade” (MEDINA, 2003, p.33).

No relato jornalístico humanizado, a pressuposição de que o ser humano é o ponto de partida e de chegada deve orientar o repórter desde a criação da pauta, até as fases finais da produção. Na fase de apuração, ele não busca a verdade plena e unilateral dos fatos, mas sim versões verdadeiras dos seres humanos envolvidos, compreendendo bem os fenômenos e os fatores que os influenciam.

Em sua relação com o mundo, o jornalista esvazia-se de preconceitos de modo a captar, ver e enxergar, ouvir, e escutar, questionar e sentir. Munido de uma racionalidade criativa e da emoção solidária, assume uma postura de curiosidade e descoberta, de humildade para sentir as dores do mundo (Dines), de empatia, de solidariedade às dores universais (Medina). Como consequência, sua narrativa será a organização do que está disperso, com as ligações do que está desconexo, rica em contexto que possa esclarecer, proporcionar compreensão. Assim, seu trabalho respeita as diferenças de qualquer natureza e se isenta de prejulgamentos, de preconceitos e estereótipos. Daí, sua narrativa adquire caráter emancipatório, pois, de forma humanizada, seu ato é humanizador (IJUIM, 2011, p.17).

Não se trata, portanto, de moldar a realidade em favor de seus interesses pessoais ou de terceiros, mas sim de fornecer ao público-receptor recursos suficientes para formular uma opinião tendo por base o viés humanista. Tal conceituação implica na reflexão acerca da importância/necessidade de se discutir a narrativa humanizada. O jornalismo, enquanto

atividade profissional cujo propósito é investigar, analisar e transmitir ao seu público, informações verossímeis acerca dos assuntos abordados, não deveria atuar fundamentalmente de maneira humanizada? O que o torna desumano?

A resposta para a primeira pergunta é sim. Uma vez que é produzido por e para seres humanos, a narrativa humanizada deveria ser uma consequência direta do fazer jornalístico, mas configura-se como uma preocupação de parcela dos profissionais e estudiosos da mídia. Ijuim (2016) aponta algumas situações corriqueiras na mídia que corroboram para um relato desumanizado: quando os seres humanos não são representados como pessoas, mas como caricaturas que reforçam estereótipos e pré-conceitos; quando a complexidade de um fato em sua dimensão social é ignorada e este passa a ser tratado meramente com base em dados estatísticos e análises superficiais; e quando a fonte (personagem) é vista como mera representação de um discurso pré-moldado, sem ser reconhecida na esfera do diálogo possível. Em contrapartida, Ijuim (et al, 2008, p.142-143), enumera as características elementares do relato humanizado. São elas:

1. **Relato das ações humanas:** “O fazer jornalístico busca versões verdadeiras e não, necessariamente, produz a verdade. [...] A observação e a expressão dessa compreensão, dispõem dos recursos de todos os órgãos dos sentidos, que envolvem emoções, afetividades – subjetividades”;
2. **Habilidades Humanas / humanizadoras:** “Pelo exercício ético, com a elevação do seu nível de consciência, [o jornalista] poderá melhor pensar-expressar, compreender e levar a compreensão à audiência, como autor e responsável moral por seus fazeres poderá construir, mais que “notícias”, os relatos humanizados e humanizadores que promovam o debate, que contribuam com a ‘inter-relação de pessoas’ com quadros de referências diferentes”;
3. **Habilidades X Desafios:** “trata-se de reeducar os sentidos, superar a cultura audiovisual predominante no ocidente para integrar os recursos do olfato, da gustação e do tato – sinestésias que, interagindo com a capacidade auditiva e visual, desenvolvem maior e melhor observação, ampliam o potencial cognitivo, como também permitem maior sensibilidade, intuição, emoção”.

Com base nesta caracterização, os autores apontam para a construção de narrativas diferenciadas, que priorizem os relatos humanos contextualizados e dialogados, nas quais o repórter compreenda sua matéria com a narração de uma história composta por personagens, cenários e roteiros reais. Neste sentido, assim como a reportagem encontra na cultura da convergência, especialmente na narrativa transmídia, um universo imensurável de

possibilidades, também o relato jornalístico humanizado encontra na NT os recursos materiais e tecnológicos necessários para a construção de narrativas singulares, que além de transportar o interlocutor para dentro da história, lhe oferece artifícios efetivos de interação, participação e colaboração.

5 – ESPECIAL #ACulpaNãoÉDelas: DESCRIÇÃO E ANÁLISE

Conforme explicitado na introdução, este tópico é voltado para a apresentação e análise do objeto selecionado para pesquisa exploratória. Primeiro, expomos a estrutura do objeto e em seguida verificamos como a narrativa transmídia realça o relato jornalístico humanizado. Para efeitos de validação científica, foram selecionados fragmentos da produção e os dados coletados serão submetidos à prova mediante os princípios e características evidenciadas teoricamente até aqui.

O especial transmídia #ACulpaNãoÉDelas consiste em uma série de reportagens aprofundadas sobre a temática da violência contra a mulher, tendo como gancho jornalístico o aumento do número de casos registrados no Estado de Pernambuco. Veiculada entre os dias 30 de outubro a 02 de novembro de 2017, a série é resultado de um trabalho integrado entre TV Jornal, Rádio Jornal, periódico Jornal do Commercio e o site JC Online (ambos pertencentes ao SJCC), estando estruturada da seguinte forma:

- Grande reportagem multimidiática hospedada no endereço eletrônico <http://especiais.jconline.net10.uol.com.br/aculpanaoedelas/>, contendo três capítulos temáticos (“A culpa não é delas”, “Vez e Voz das mulheres negras” e “Cidade segura para elas”); 16 produções audiovisuais, 13 fotografias e 7 infográficos, além do designer gráfico do site inspirado no conceito de enfrentamento à violência contra a mulher e expediente da equipe;
- 4 reportagens audiovisuais exibidas nos programas jornalísticos da TV Jornal; 4 reportagens radiofônicas veiculadas no programa Redator de Plantão, da Rádio Jornal; e mais 4 reportagens impressas no periódico Jornal do Commercio, cada uma com linguagem adaptada ao meio que se destina;
- Entrevistas e debates sobre o tema nos diversos programas de rádio e televisão ao longo da semana;
- Utilização da *hashtag* que dá o nome à série como ferramenta de disseminação e engajamento do conteúdo veiculado nos perfis oficiais do SJCC nas redes sociais;
- Personalização de produtos referentes à campanha.

Tal organização exemplifica o modelo de produção jornalística convergente descrita por Salaverría e Avilés (2008), quando os limites que separam as redações de distintos meios de comunicação são rompidos em função da construção de um conteúdo amplo, que perpassa os diversos suportes e plataformas midiáticas, priorizando em cada um sua linguagem característica. A repercussão das reportagens ao longo da semana em que foi exibida pautou todos os programas jornalísticos do SJCC, gerando novas entrevistas e debates com especialistas no assunto, bem como discussões nos setores legislativo e judiciário do Estado (ver Figura 1).

Quanto à linguagem transmidiática, a série foi planejada e produzida evidenciando os princípios elencados por Jenkins (2009b), mais propriamente os de *imersão*, *espalhamento*, *serialidade* e *performance*, que encontram-se interligados e são impulsionados, primeiramente, pela própria abordagem temática. Por ser um dos problemas mais urgentes e sensíveis que acometem a sociedade na atualidade, produções voltadas ao combate da violência contra a mulher são largamente abordados nos ambientes virtuais, sobretudo nas redes sociais, despertando o interesse do público para consumo e propagação do material.

A *serialidade* se dá seguindo a lógica das funções midiáticas pós-massivas, por meio da difusão das reportagens em todos os veículos de comunicação do Sistema Jornal do Comercio, que alcança diversas segmentações de público, incentivando a participação coletiva por meio de uma campanha nas redes sociais Facebook, Instagram e Twitter (*espalhamento*), na qual os usuários postaram depoimentos relatando casos de violência sofridos ou conhecidos, utilizando a *hashtag* #ACulpaNãoÉDelas e contribuindo para construção do universo transmidiático (*performance*).

Ainda em relação à *performance*, também foram confeccionadas camisetas personalizadas com o nome da campanha para sorteio entre o público, criação de *tema de perfil* para fotos dos usuários nas redes sociais e disponibilização da marca oficial para o *download* e customização de novos produtos. A adesão do público reflete-se nos números alcançados pelas publicações das páginas oficiais no Facebook ao longo da semana: em média 60 mil visualizações nos vídeos de divulgação, pelo menos 1504 reações e 480 compartilhamentos do material, além de incontáveis fotografias e depoimentos pessoas utilizando a *hashtag*.

Figura 1 - Adesão do público à campanha #AculpaNãoÉDelas



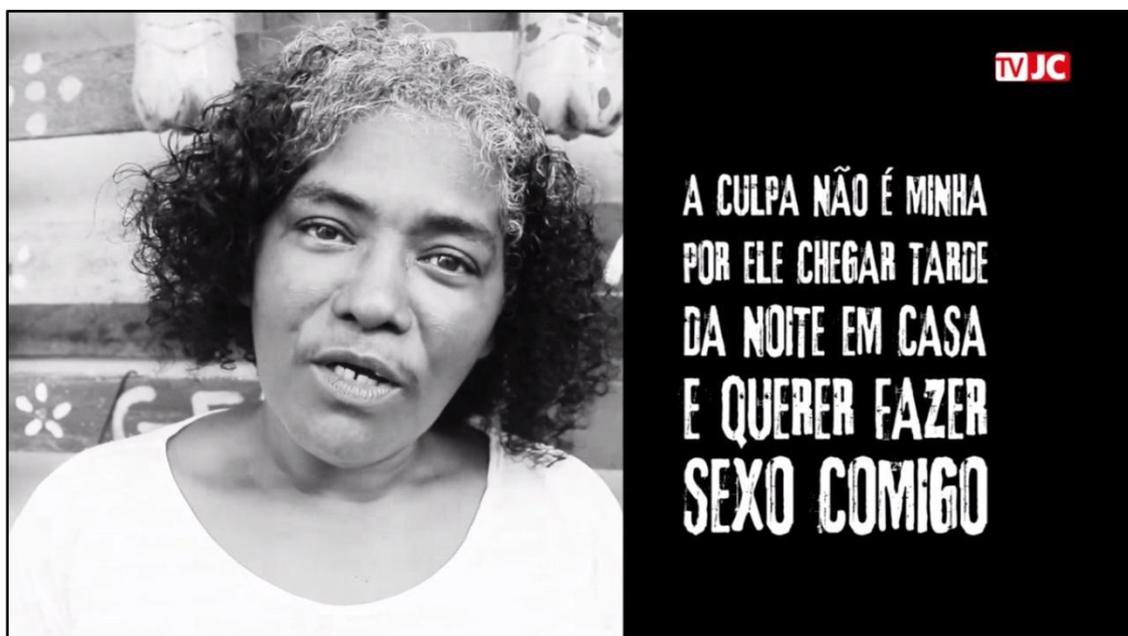
Fonte: Captura de tela do Facebook, feita no dia 01/06/2018

Já o princípio da *imersão* é o que mais nos aproxima da relação entre a narrativa transmídia e o relato jornalístico humanizado, uma vez que amplia a inserção do leitor no mundo da história, refletindo a relação entre o enredo e as experiências cotidianas. Assim como Ijuim (2011) aponta a necessidade de o jornalista contemplar, em seu relato jornalístico, uma linguagem narrativa que evidencie as emoções, sentimentos e percepções dos personagens envolvidos na história, os recursos multimidiáticos empregados na NT ampliam as impressões e subjetividades apreendidas pelo leitor. Demonstraremos tal ligação a partir da análise do *teaser* de divulgação da série e de fragmentos da grande reportagem multimídia.

Disponível no link <https://youtu.be/ou22Bi6NbLo>, o *teaser* de abertura e divulgação da série tem duração de 1 minuto e evidencia o contexto de violência a que a população feminina encontra-se submetida. O filme é protagonizado por 11 mulheres, entre vítimas e ativistas dos direitos humanos, que encaram a câmera, levantam a voz em tons de indignação, revolta, empoderamento e, a partir das frases “a culpa não é minha” e “a culpa não é delas”, enumeram motivos desprezíveis pelos quais são agredidas. A fotografia em escala de cinza, os

elementos gráficos e sonoros utilizados realçam as sensações de dor, tristeza, sofrimento e determinação que as movem no combate à violência de gênero.

Figura 2 – *Teaser* de divulgação da série de reportagens



Fonte: Captura de tela do Youtube, feita em 01/06/2018

Neste exemplo a humanização se dá a partir da representatividade de cada mulher. O relato é construído por elas. As palavras proferidas, a entonação da voz, os trejeitos, reverberam seus papéis de narradoras legítimas da própria história e atestam a premissa de que, no jornalismo humanizado, o ser humano deve ser o ponto de partida e de chegada.

Já a grande reportagem multimídia, disponível no endereço eletrônico <http://especiais.jconline.ne10.uol.com.br/aculpanaoedelas/>, aposta na convergência das linguagens textual, fotográfica, audiovisual e gráfica para montar uma extensa e aprofundada base de dados sobre o cenário da violência contra a mulher em Pernambuco, desconstruindo preconceitos e estereótipos que permeiam uma sociedade machista.

A reportagem e edição geral da produção é assinada pela jornalista Ciara Carvalho, que intercala entre texto e vídeo os depoimentos das mulheres ouvidas na fase de apuração. O texto inicia-se pelo relato de situações de agressão em que a mulher é vista como culpada pela sua própria desgraça. Embora chocante, a forma-narrativa empregada assume a responsabilidade de situar o leitor no contexto da abordagem, atentando para a necessidade de perceber o assunto sob uma angulação diferenciada:

Renata teve o corpo queimado com pontas de cigarro. Tapa na cara. Chute. Precisou fugir de casa com os filhos. Mas achava que a culpa era dela pelo casamento ter fracassado.

Paula foi estuprada pelo marido. Camisola rasgada, choro sufocado, marcas no corpo. Até hoje os pais não sabem da violência sexual que sofreu. Guardou segredo por vergonha do julgamento alheio.

Quando se separou, Márcia ouviu de outras mulheres: “Você foi fraca. Devia ter aguentado. Não se desfaz uma família”.

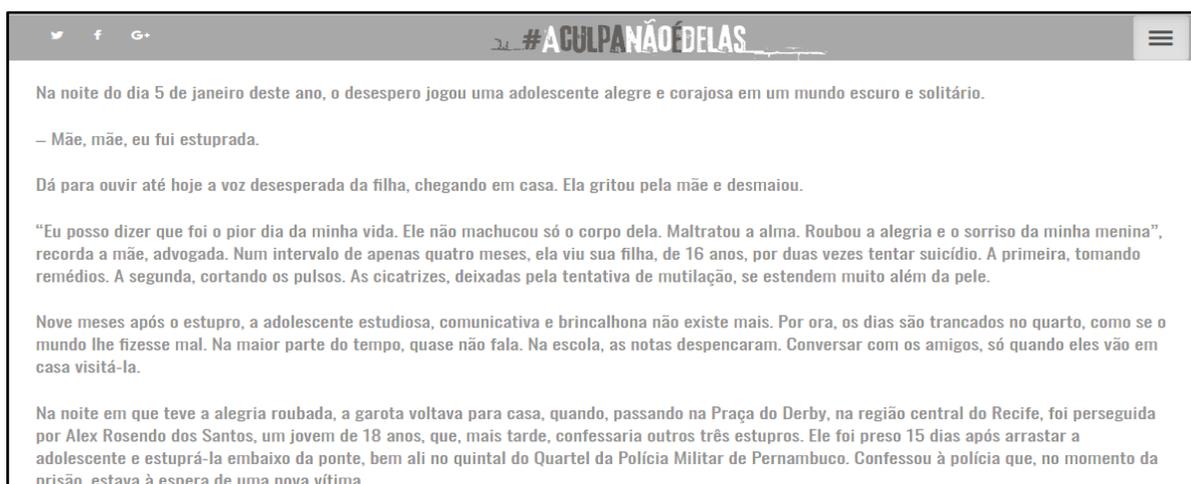
Não importa de onde vem o dedo. Ele sempre aponta para a mulher.

Ela, que, de vestido curto, andava sozinha, no meio da noite. Ela, que, assanhada, flertou com o cara no bar e o levou para dentro de casa. Ela, que não teve paciência de entender e perdoar: homem é assim mesmo. Ela, que só pensa em trabalho e não cuida dos filhos. Ela, que gosta de apanhar.

[...] Desnaturalizar a culpa é caminho tão espinhoso quanto necessário. Não importa se a acusação parte de si ou dos outros. Precisamos falar sobre culpa e a imobilidade que ela gera. Não há liberdade possível para as mulheres fora desse enfrentamento (A Culpa Não é Delas, 2017)¹³.

Ao relacionar-se com suas personagens, a jornalista as enxerga como o cerne da investigação. Não de um ponto de vista apático, em que seu depoimento será utilizado para reforçar dados quantitativos e ideias pré-estabelecidas a respeito de um tema abordado de maneira superficial rotineiramente. Ao contrário. A jornalista lança mão das informações numéricas para reforçar/evidenciar as angústias e desafios enfrentados pelas suas fontes, coloca-se no lugar delas, compreende a matéria como a narração de uma história composta por personagens, ambientações e roteiros reais, carregada de subjetividade e significação humana.

Figura 3 – Trecho da reportagem “A culpa não é delas”



Fonte: Captura de tela da reportagem, feita em 01/06/2018

¹³ CARVALHO, Ciara. #ACulpaNãoÉDelas. JC Online. Disponível em: <<http://especiais.jconline.ne10.uol.com.br/aculpanaoedelas/#home>>. Acesso em 22 mai. 2018.

Além da forma-narrativa adotada nas construções textuais e da estruturação dos conteúdos em produtos independentes, porém, interligados por um conjunto mais amplo e significativo, a narrativa transmídia favorece o relato humanizado quando propicia a união entre o campo do jornalismo e da arte, de modo que um auxilie o outro no alcance dos propósitos aos quais se destinam. Na grande reportagem multimídia, as representações cênicas inseridas em formato audiovisual ao final de cada capítulo enriquecem a experiência transmidiática, oferecendo ao público uma leitura artística e equitativamente reveladora.

Figura 4 – Conexão entre os campos do jornalismo e da arte



Fonte: Captura de tela da reportagem multimídia, feita em 01/06/2018

Essa correlação entre narrativa Transmídia e relato jornalístico pautado no conceito de humanização evidenciada nos fragmentos da série ora expostos, estende-se para as demais produções – jornal impresso, televisão e rádio –, apoiando-se na logicidade das funções midiáticas massivas e pós-massivas (LEMOS, 2007) para conferir a cada segmento de público uma experiência distinta e aprofundada sobre a violência contra a mulher.

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando as transformações sociais e tecnológicas ocorridas pelo advento do ciberespaço e consolidação da cultura da convergência, notamos que o jornalismo configura-se como uma área aberta à experimentação e adaptação de novas linguagens, sobretudo

aquelas que favorecem a produção de conteúdos pautados segundo os princípios fundamentais da cibercultura e a exploração das funções midiáticas pós-massivas. Na produção jornalística convergente, o público é inserido nos contextos de produção da informação e atua de forma crucial na expansão e desdobramento dos conteúdos.

Dessa forma, o emprego da narrativa transmídia (entendida como um modelo complexo de contar histórias, fundamentado na participação ativa das comunidades de conhecimento) a gêneros jornalísticos como a reportagem, amplia seu potencial de aprofundamento temático, na medida em que viabiliza a imersão do público em um universo construído por linguagens e recursos midiáticos diversos, compreendido a partir de suas próprias significações e experiências pessoais.

A reportagem transmidiática viabiliza uma narrativa jornalística distinta, composta por personagens, cenários e roteiros o mais aproximado da realidade possível. Se bem trabalhada, promove a diversidade de olhares e experiências individuais, numa aproximação intrínseca com o conceito de jornalismo humanizado, no qual a figura humana é vista como protagonista de versões singulares de um mundo multifacetado.

Na série de reportagens #ACulpaNãoÉDelas, esta relação entre narrativa Transmídia e relato jornalístico humanizado torna-se evidente. Primeiro pela dimensão midiática e social que o material tomou após o lançamento, atestando a condição de narrativa verdadeiramente transmidiática, conforme as inferências observadas na fase de análise do material. Segundo, pelo seu caráter socializador. A produção lança mão de tais preceitos transmidiáticos para impulsionar o debate público em torno da problemática da violência contra a mulher, e alcança seu propósito humanizador com maestria ao preocupar-se em desconstruir uma série de estereótipos e preconceitos inerentes a uma cultura machista impregnada na sociedade brasileira, habituada a culpabilizar as vítimas pela agressão sofrida.

Portanto, a conclusão deste estudo nos permite afirmar que a aplicação da narrativa transmídia no campo do jornalismo contribui para o desenvolvimento de relatos jornalísticos humanizados e abre um leque de possibilidades para a evolução de novas pesquisas que tratem de uma categorização aprofundada referente a esta linha temática.

#ACulpaNãoÉDelas: HUMANIZATION OF THE JOURNALISTIC REPORT IN
TRANSMITTED NARRATIVE

ABSTRACT

The advent of cyberspace and the consolidation of the Convergence Culture have modified social relations, expanding both the ways of producing and consuming journalistic information, and the languages that expand the experiences of interactivity and collaboration of the consuming public, such as Narrative Transmídia. In this sense, the present article aims to find out how the relationship between journalistic reporting and Transformative Narrative in the construction of a humanized narrative, following the principles and theoretical characterizations pointed out by Henry Jenkins and Jorge Kanehide Ijuim on each theme. By means of exploratory research, we could infer that the transmissive report makes possible a distinct journalistic narrative, capable of promoting the diversity of looks and human experiences inherent in Humanized Journalism.

Keywords: Keywords: Journalism. Narrative transmigration. Report. Humanized journalism. Social networks.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Yuri Borges de. **Jornalismo e narrativas transmídia: a reportagem no contexto da convergência**. Natal: UFRN, 2014.

BORTOLI, Suzana Rozendo. Jorge Kanehide Ijuim: sobre o jornalismo humanizado. In: **Revista ALTERJOR**, ano 07, Vol. 01, Ed. 13, jan./jun. de 2016. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/114108>>. Acessado em 22 de mai. 2018.

CARVALHO, Ciara. #ACulpaNãoÉDelas. 2017. JC Online. Disponível em: <<http://especiais.jconline.ne10.uol.com.br/aculpanaoedelas/#home>>. Acesso em 22 mai. 2018.

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

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IJUIM, Jorge Kanehide. **Humanização e desumanização no jornalismo: algumas saídas**. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2 a 6 de setembro de 2011. Recife – PE. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2440-1.pdf>>. Acesso em 23 de mai. 2018.

_____. **Por que humanizar o jornalismo (?)**. In: 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor. Novembro de 2016. Palhoça – SC. Disponível em: <>. Acesso em 23 de mai. 2018.

_____ et al. **Jornalismo: entre o objetivo e o subjetivo**. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Ano V - n. 1 pp. 137 - 148 jan./ jun. 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p137>>. Acesso em 24 de mai. 2018.

_____; SARDINHA, Antonio Carlos. Algumas meias verdades sobre a narrativa jornalística... e a busca por um jornalismo humanizado. In: **Comunicação & Sociedade**, Ano 30, n. 51, p. 155-176, jan./jun. 2009. Disponível em: <>. Acesso em 23 de mai. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009a.

_____. **The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling**. 2009b. Disponível em:

<http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html>. Acesso em 23 de mai. 2018.

KARAM, Francisco José. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

LEMOS, André. **Cidade e Mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais**. – **Matrizes** (USP. Impresso), v. 1, p. 121-138, 2007.

_____. **Cultura da Mobilidade**. In: **Revista FAMECOS**, nº40. Porto Alegre: PUCRS, 2009.

_____; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Edvaldo Pereira de. **Verbetes elaborados por Edvaldo Pereira Lima**. [2017-?]. Disponível em: <http://www.edvaldopereiralima.com.br/index.php/jornalismo-literario/conceitos> . Acesso em 27 de mai. 2018.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1990.

_____. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. 2ª ed. São Paulo, Summus, 2003.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2ª reimpr. São Paulo: Contexto, 2008.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. **E- Compós** (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

RENÓ, Denis Porto; FLORES VIVAR, Jesús Miguel. **Periodismo Transmedia**. Madrid: Ed. Fragua, 2012.

SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José Alberto García. **La convergência tecnológica em los medios de comunicación: retos para el periodismo**. In: **Revista Trípodós**, nº 23, Barcelona, 2008. Disponível em: <<https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/download/118910/154114>>. Acesso em 5 de mai. 2018.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo Móvel Digital**: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. Salvador: UFBA, 2013.

SODRÈ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

SOUZA, Maurício Dias. **Jornalismo e cultura da convergência**: narrativa transmídia na cobertura do cablegate nos sites El País e Guardian. Santa Maria: UFMS, 2011.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.