



TRANSMÍDIA E DESIGN DA INFORMAÇÃO: possibilidades para a narrativa jornalística

Daniela Martins Barbosa COUTO¹; **João Vitor Brandão SILVA²**

RESUMO

O foco deste trabalho são os resultados finais do projeto de pesquisa “Design da informação e transmídia: perspectivas para a narrativa jornalística”, aprovado no Edital de Pesquisa nº19/2023/PAS/IFSULDEMINAS. O estudo discutiu a inter-relação entre a narrativa transmídia e o design da informação, tendo como objeto de estudo duas reportagens com temas de destaque publicadas em 2024. O objetivo foi observar como cada uma delas foi construída, de que modo a transmidialidade estava ou não presente, e de que maneira a transmídia, junto ao design da informação, poderiam contribuir para completar lacunas informativas. As reflexões consideraram os conceitos de narrativa transmídia, na perspectiva de Santaella *et.al.* (2018), e, também, de design da informação, conforme reflexões de Jorente (2020). A partir das discussões, pode-de avaliar a construção das narrativas jornalísticas no contexto de jornalismo pós-industrial e concluir que a transmidialidade no jornalismo pode acontecer tanto por meio de texto-base, quando há o planejamento da pauta, quanto por tema-base, quando os conteúdos são desdobrados na web e em outras plataformas de forma orgânica.

Palavras-chave:

Ecossistema midiático; Jornalismo transmídia; Tema-base; Texto-base; Ubiquidade

1. INTRODUÇÃO

Jornalismo pós-industrial é uma das formas de explicar o contexto atual da atividade jornalística, marcada pela forte presença do mundo digital em todas as etapas do processo produtivo. O conceito observa as reflexões de Anderson, Bell e Shirky (2013) segundo os quais, a inteligência artificial (IA) é um dos elementos que o caracteriza, pois ela tem sido empregada no tratamento e cruzamento de dados, agilizando processos e gerando textos de forma automatizada.

Nesse cenário, observa-se que o uso de tecnologias disruptivas e de IA alteram, inclusive, o modo de fazer jornalismo, e inauguram um novo *modus operandi*, desde a pauta e apuração, passando pela reportagem e edição, até o compartilhamento e avaliação de resultados. Não se trata apenas da otimização da informação e do cruzamento de dados, geração de conteúdo via IA; criação e compartilhamento em tempo real, mas, também, novas formas de cultura e consumo midiático. Assim, o *gatekeeping*, que, conforme as teorias do jornalismo era quem decidia o que ia ou não se tornar notícia, convive - e, em algumas redações, cede lugar –, ao *gatewatching*, ou seja, ao público

¹ Coordenadora do projeto de pesquisa “Design da informação e transmídia: perspectivas para a narrativa jornalística”, aprovado no Edital de Pesquisa nº19/2023/PAS/IFSULDEMINAS. Docente nos cursos de Tecnologia em Produção Publicitária e Técnico em Design Gráfico Integrado ao Ensino Médio do IFSULDEMINAS – Campus Passos. E-mail: daniela.couto@ifsuldeminas.edu.br.

² Bolsista de Iniciação Científica com bolsa concedida via Edital de Pesquisa nº19/2023/PAS/IFSULDEMINAS. Estudante do curso de Tecnologia em Produção Publicitária IFSULDEMINAS – Campus Passos. E-mail: joao.brandao@alunos.ifsuldeminas.edu.br

que, na medida que gera engajamento, também define o que é ou não é pauta, pois assiste, acompanha, participa e envolve-se de forma ativa também por meio de recriação e coprodução. Nesse cenário, pode-se observar o que Jenkins (2009) discute como sendo cultura participativa que, por sua vez, influencia o conteúdo propagável.

Além disso, percebe-se ainda a presença da economia da atenção, contexto em que, conforme Jenkins (2009), há muita informação disponível, mas pouca concentração e foco em cada uma delas, o que faz com que as marcas e conteúdos busquem se destacar para reter atenção das pessoas e gerar vínculos. Assim, percebe-se um cenário em que há um aumento da quantidade de recursos informacionais e, ao mesmo tempo, uma redução da atenção que, por sua vez, torna-se, cada vez, mais disputada.

Diante disso, a pesquisa avalia que a atividade jornalística pode explorar tais recursos através da transmidialidade e, ao mesmo tempo, se reinventar naquilo que a concebeu um dia, ou seja, o narrador. Desse modo, pode-se humanizar as histórias e envolver o público nas narrativas, considerando, ainda, as reflexões de Benjamin (1987) para quem o narrador é aquele que tece suas histórias da vivência, transformando-as em sabedoria.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os conceitos principais que fundamentam a pesquisa são os de narrativa transmídia, na perspectiva de Santaella *et. al.* (2018), e o de design da informação, conforme reflexões de Jorente *et al.* (2020). Assim, observa-se que o design da informação tem a função de desenvolver estratégias voltadas para a programação e representação visual dos produtos, de modo a gerar identificação e contextualização, além de informar, instruir e apresentar elementos. Já a narrativa transmídia é uma forma de desenvolver o conteúdo, desdobrando-o em suas diferentes perspectivas, por meio de mídias diferentes e independentes, ao mesmo tempo em que explora as potencialidades de cada meio e linguagem para contar histórias. Nas palavras de Santaella (2018, p.78), a narrativa transmídia conecta “fios narrativos para permitir que, ao mesmo tempo em que se expande, a narrativa não perca seu vínculo de continuidade com um cânone mestre” (SANTAELLA, 2018, p.78). São, pois, histórias que têm a possibilidade de oferecer conteúdos ampliados e mais completos.

3. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa desenvolvida foi qualitativa, tendo a revisão bibliográfica como método. Assim, buscou-se perceber tanto a figura do narrador e o modo como é trabalhada, quanto a narrativa transmídia e o design da informação em duas reportagens publicadas em 2024, que compuseram o *corpus* de análise. O desenvolvimento da pesquisa envolveu leitura, descrição e análise dos

conceitos, para, em seguida, observar a construção da narrativa transmídia, bem como o papel do design na construção da interface e da experiência do usuário. A observação dos conceitos discutidos na revisão bibliográfica, tais como narrativa, transmídia e design da informação, se concentrou nas publicações feitas em um portal de notícias e compartilhadas em dois perfis de redes sociais do veículo (Facebook e Instagram): uma factual, e, outro, não-factual. Foram selecionados também dois posts referentes a cada matéria, sendo um do perfil do Instagram e, outro, do perfil do Facebook, a fim de comparar como a fotografia e o conteúdo textual foram desenvolvidos em cada caso. As duas matérias foram descritas e comparadas, a fim de observar como foram construídas, de que forma abordaram os fatos, como foram compartilhadas nas redes sociais, como foi o engajamento e se a transmidialidade poderia ou não ser observada.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi iniciada em agosto de 2024 e finalizada em março de 2025. Pode-se observar que o atual contexto disruptivo interfere no modo como as histórias são pautadas, apuradas, construídas, significadas e compartilhadas, e que matérias factuais, abordadas por diferentes mídias, tendem a ganhar mais engajamento. Observou-se também que a humanização das histórias se torna fator relevante e estratégico para gerar valor e envolvimento, além de ser um caminho para que a atividade jornalística passe dos simples relatos, concisos e diretos dos últimos tempos, para narrativas que conquistem e despertem a atenção do público. Também foi possível perceber que a narrativa transmídia no jornalismo se efetiva de duas formas básicas: uma, por meio do tema-base, em que o desdobramento de conteúdo acontece de forma orgânica, e outra, por meio de texto-base, a partir de uma temática mais planejada e com um design de informação que permite trabalhar as interações entre os conteúdos, ainda que eles sejam independentes.

5. CONCLUSÃO

Aliar transmídia e design da informação na construção de conteúdos jornalísticos é uma estratégia que pode potencializar a escrita neste contexto de jornalismo pós-industrial, marcado por tecnologias disruptivas, processos automatizados e uso de inteligência artificial nas diferentes etapas do processo produtivo. O conteúdo jornalístico e a forma adotada para expressá-lo – seja verbal, visual, sonora, audiovisual, digital, imersiva, multimídia ou hipertextual, por exemplo –, devem trabalhar a informação a fim de torná-la clara, acessível e humanizada. E, para isso, contribuem os princípios do design da informação que atua na interação entre conteúdo e forma.

O design da informação e a narrativa transmídia são relevantes para soluções processuais capazes de aprimorar a cobertura jornalística e produzir histórias em diferentes plataformas. Ressalta-se, em especial, que a narrativa transmídia gerada por um texto-base faz parte do

planejamento de produção de um veículo multiplataforma e se estrutura a partir de uma pauta com desdobramentos organizados previamente, aliados a um design da informação que, embora específico para cada produto a ser gerado, permite manter as interações e a identidade da produção.

AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS) pela bolsa de iniciação científica para estudante de graduação concedida por meio do Edital de Pesquisa nº19/2023/PAS/IFSULDEMINAS - Edital de Pesquisa.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C.; BELL, Emily e SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, n. 5, ano 2, São Paulo, p. 30-89, abril/maio/junho 2013.

BENJAMIN, Walter. O narrador. In: **Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política**. 3^aed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 197-221.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JORENTE, Maria José Vicentini; NAKANO, Natália; PADUA, Mariana Cantisani. A **emergência do design da informação na contemporaneidade da ciência da informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2020.

SANTAELLA, Lúcia. A potência expansionista da narrativa. In: MASSAROLO, João; SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Segio (orgs). **Desafios da transmídia: processos e poéticas**. 1^a ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. p.66-83.