UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL: INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Túlio Franco da Mata Heitor

TODO DIA: NARRATIVA TRANSMÍDIA DE CONTEÚDO EVANGÉLICO

Bauru
2013

Túlio Franco da Mata Heitor

TODO DIA: NARRATIVA TRANSMÍDIA DE CONTEÚDO EVANGÉLICO

Relatório de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital:Informação e Conhecimento, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", para obtenção do título de Mestre em Televisão Digital, sob a orientação da Prof(a) Dr(a) Letícia Passos Affini e coorientação do Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda.

Bauru

2013

Heitor, Túlio Franco da Mata.
Todo Dia: Narrativa Transmídia de Conteúdo Evangélico / Túlio Franco da Mata Heitor, 2013
145 f.

Orientadora: Letícia Passos Affini

Coorientador: Francisco Rolfsen Belda

Dissertação (Mestrado)–Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2013

1. Narrativa transmídia. 2. Bíblia. 3. Televisão digital. 4. Evangélico. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Campus Bauru

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE TÚLIO FRANCO DA MATA HEITOR, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL: INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.

Aos 21 dias do mês de fevereiro do ano de 2013, às 10:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Secretaria da Pós-Graduação - Campus de Bauru, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. FRANCISCO ROLFSEN BELDA do(a) Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. MARCOS AMERICO do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. JOÃO CARLOS MASSAROLO do(a) Departamento de Artes e Comunicação / Universidade Federal de Sao Carlos, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de TÚLIO FRANCO DA MATA HEITOR, intitulado "TODO DIA: NARRATIVA TRANSMÍDIA DE CONTEÚDO EVANGÉLICO". Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Prof. Dr. FRANCISCO ROLFSEN BELDA

Prof. Dr. MARCOS AMERICO

Prof. Dr. JOÃO CARLOS MASSAROLO

Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Bauru - SP
CEP 17.033-360 - Tel.: (14) 3103-6000 - Fax: (14) 3103-6051
site: www.faac.unesp.br

Túlio Franco da Mata Heitor

TODO DIA: NARRATIVA TRANSMÍDIA DE CONTEÚDO EVANGÉLICO

Área de Concentração: Comunicação, Informação e Educação em Televisão Digital
Linha de Pesquisa: Gestão da Informação e Comunicação para Televisão Digital

Banca Examinadora:

Presidente/Coorientador: Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda
Instituição: Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof.1: Prof. Dr. Marcos Américo
Instituição: Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof. 2: Prof. Dr. João Carlos Massarolo
Instituição: Universidade Federal de São Carlos

Resultado: **APROVADO**

Bauru, 21/02/2013

Dedico integralmente a Deus esse trabalho, cujo conteúdo é desenvolvido para Ele, o qual me capacitou durante todo esse percurso para que o projeto pudesse ser completo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora Prof(a). Dr(a). Letícia Passos Affini, que apoiou integralmente meu projeto desde o começo e não demonstrou nenhum preconceito em relação ao tema do trabalho, mesmo diante de toda polêmica que qualquer estudo de religião desperta.

Sou também imensamente grato à minha mãe, Sara Franco Diniz Heitor, uma rocha de apoio nunca ausente, por sua ajuda e experiência acadêmica.

Agradeço aos meus diretores de trabalho, Émerson Demarchi e Kleber Santos, pela compreensão em relação aos compromissos exigidos pela pós-graduação, que muitas vezes solicitavam faltas no serviço.

Também agradeço ao meu pastor Nelson Júnior e ao meu líder Denny Ferrari, além de todos os amigos da Igreja Bola de Neve, que, mesmo sem saber, sempre foram grandes instrumentos usados por Deus para me dar forças neste projeto.

Por último, fica aqui meu reconhecimento de total gratidão e dependência de Deus para a concretização deste trabalho. Que toda a glória seja dada a Ele.

HEITOR, T. F. M. **Todo Dia: narrativa transmídia de conteúdo evangélico.** 2013. Trabalho de Conclusão (Mestrado em TV Digital: Informação e Conhecimento) - FAAC - UNESP, sob a orientação da Prof(a). Dr(a) Letícia Passos Affini e coorientação do Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda, Bauru, 2013.

RESUMO

Baseado no conceito de narrativa transmídia e com a definição do público-alvo evangélico, estrutura-se como produto final da pesquisa a elaboração parcial da bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia", de autoria do próprio pesquisador. Desse modo, apresenta-se a elaboração do roteiro de três episódios de um seriado de temática cristã. Assim, o projeto do seriado é trabalhado dentro de um documento que descreve todas as etapas que explicam o desenvolvimento da trama por diversas mídias, inclusive a televisão digital interativa.

Palavras-chave: narrativa transmídia, bíblia, televisão digital, evangélico

HEITOR, T. F. M. **Todo Dia: narrativa transmídia de conteúdo evangélico.** 2013. Trabalho de Conclusão (Mestrado em TV Digital: Informação e Conhecimento) - FAAC - UNESP, sob a orientação da Prof(a). Dr(a) Letícia Passos Affini e coorientação do Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda, Bauru, 2013.

ABSTRACT

Based on the concept of transmedia storytelling and the definition of the christian audience, is structured, as a final product of research, the partial development of the transmedia production bible of the serie "Every Day", authored by researcher. This way, it is show the preparation of the script for three episodes of a serie of christian theme. The design of the show is develop within a document that have all the steps that explain the development of the plot by various media, including interactive digital television.

Keywords: transmedia storytelling, bible, digital television, christian

TRAJETÓRIA ACADÊMICO-PROFISSIONAL

Meu nome é Túlio Franco da Mata Heitor. Venho de Frutal, pequena cidade do grande Triângulo Mineiro, e moro em Bauru desde 2007. Tenho agora vinte e três anos, mas vim para o estado de São Paulo com dezessete. Cursei Comunicação Social, com Habilitação em Radialismo, na Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", e me formei com nota dez no trabalho de conclusão de curso em 2010. Pude terminar a graduação já empregado, como editor e produtor de vídeo numa produtora especializada em vídeos corporativos, e tive a felicidade de passar no processo seletivo da pós-graduação e entrar no mestrado diretamente no ano de 2011.

No programa, me dedico a um grande e antigo sonho: trabalhar com comunicação e religião, aliando as palavras da Bíblia à academia. Por isso, desenvolvo um projeto de criação, trabalhando com narrativa transmídia e abranjo um público ao qual conheço bem, os evangélicos. Para tanto, escolhi cursar disciplinas que pudessem contribuir para a composição de meu projeto. Além das obrigatórias, como Metodologia da Pesquisa em Televisão Digital, que esclareceu as lacunas a serem preenchidas no caminho; e Conhecimento, Informação e Inovações Tecnológicas, que percorreu o contexto histórico do estudo científico mundial, refletiu sobre o papel da ciência no meio acadêmico atual e abordou questões acerca do uso da tecnologia na realidade socioeconômica nacional; ademais cursei Gestão do Conhecimento e Inovação, que trabalhou com a organização do conhecimento tácito e explícito tanto no mercado quanto na academia e foi um importante alicerce para a estruturação do trabalho; e Roteiros em TV Digital: Formatos e Conteúdo, obviamente uma disciplina essencial, já que meu trabalho final é o roteiro de um grande projeto audiovisual com mídias que trabalham com diferentes formatos, entre elas a televisão digital. Somam-se a essas duas disciplinas especiais, ministradas em período menor, mas de grande conteúdo: TV Digital na Argentina: Surgimento, Evolução e Implementação, que se tornou um grande objeto comparativo com o sistema brasileiro; e *Fotografía e Imagen Digital: Reflexiones Sobre la Cultura Visual Contemporánea*, importante fonte de informação e reflexão sobre o principal objeto trabalhado na tecnologia digital, e de grande papel também em meu projeto, a imagem.

Sobre minha participação acadêmica, falando primeiramente sobre a graduação, destaco a participação, como bolsista, do Grupo de Estudos de Direitos Humanos, da UNESP, do período de 2008 a 2010, no qual realizava o projeto *HumanizAção: Uma Iniciativa Digital para a Veiculação dos Direitos Humanos*, série de programas televisivos composto por matérias, quadros e entrevistas relacionados à temática dos Direitos Humanos; tal como a presidência da Empresa Júnior de Rádio e TV, no período de 2008 à 2009, com a organização do projeto "*Mosaico - Construindo o Audiovisual*", uma série de palestras com grandes profissionais do mercado audiovisual brasileiro. Enumerando a participação em congressos e outros eventos de cunho acadêmico, abordando também a pós-graduação, tem-se:

- II Encontro da Ulepicc Brasil: Digitalização e Sociedade (2008)
- III Semana de Rádio e TV (2008)
- II Seminário do Grupo de Estudos Audiovisuais - As Perspectivas da TV Digital: Produção de Conteúdo e Mercado (2008)
- IV Seminário Nacional "O Professor e a Leitura do Jornal". Imperceptível: A Manipulação Subliminar da Mídia (2008)
- Palestra "A Digitalização dos Meios e a Interatividade Possível" (2009)
- III Encontro de Direitos Humanos da UNESP. HumanizAção (2009)
- Simpósio "Da Tolerância aos Direitos Humanos (2009)
- III Seminário do Grupo de Estudos Audiovisuais - Formatos Interativos Para TV Digital: Conteúdo e Estética. Proposta de Roteiro Interativo "Cadê o Júlio?" (2009)
- Fórum de Extensão Universitária do Campus de Bauru. HumanizAção (2010)
- Encontro Social Media Brasil (2010)
- VI Seminário de Direitos Humanos do Século XXI e IV Encontro de Direitos Humanos da UNESP. Observatório de Educação em Direitos Humanos. Programa de TV "HumanizAção" (2010)
- Simpósio LUSOCOM. The Office Convergência Entre Formatos na Criação do Mock-Documentary Seriado. (2011)
- XVI Congresso INTERCOM Sudeste. The Office O Mock-Documentary Seriado (2011)
- I Fórum Transmídia da ESPM (2011)

- II Simpósio Internacional de Televisão Digital. Da Bíblia ao Click: evolução e constância do conteúdo evangélico nas mídias eletrônicas (2011)

Concluo a pós-graduação levando uma experiência de desafios, trabalho e aprendizado. O desenvolvimento do projeto atinge a etapa final e o produto proposto é completo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **15**

2 RELATÓRIO TÉCNICO-CIENTÍFICO **18**

2.1 DADOS GERAIS DO PROJETO 19

2.2 TEMA 20

2.3 OBJETO-PROBLEMA 20

2.4 DIFERENTES MODOS DE EXPERIMENTAR A HISTÓRIA: NARRATIVA TRANSMÍDIA 20

2.4.1 O QUE É NARRATIVA TRANSMÍDIA? 20

2.4.2 O BOM DESENVOLVIMENTO DA NARRATIVA TRANSMÍDIA 21

2.5 BRAÇOS DE UM SÓ CORPO: O POVO EVANGÉLICO NO BRASIL 28

2.5.1 CONTEXTO HISTÓRICO E FORMAÇÃO 28

2.5.2 IGREJA ELETRÔNICA 30

2.5.3 IGREJA E MEDIAÇÃO ELETRÔNICA: HISTÓRIA DE UM CASAMENTO DE SUCESSO 30

2.5.4 EVANGÉLICOS E COMUNICAÇÃO ATUAL 33

2.5.5 BOLA TV: O EVANGELISMO SUTIL 34

2.5.6 JEOVÁ NISSI E CONSPIRAÇÃO FILMES: A EXPANSÃO DO TEATRO EVANGÉLICO 36

2.5.7 MARCOS BOTELHO: A PITADA EVANGÉLICA DAS CELEBRIDADES DO *YOUTUBE* 37

2.6 OBJETIVO GERAL 38

2.6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 38

2.6.2 RESULTADOS ESPERADOS 39

2.7 MATERIAL E MÉTODOS 39

2.8 JUSTIFICATIVA 41

2.9 RESULTADOS OBTIDOS 45

2.10 PRODUÇÃO DO PESQUISADOR 45

2.11 PARCERIA INSTITUCIONAL 46

2.12 IMPACTOS 46

2.13 EQUIPE 46

2.14 DIFICULDADES 47

2.15 COMENTÁRIOS GERAIS E PERSPECTIVAS 47

3 A BÍBLIA DE PRODUÇÃO TRANSMÍDIA DO SERIADO "TODO DIA" **49**

3.1 TRATAMENTO 50

3.2 ESPECIFICAÇÃO FUNCIONAL 64

REFERÊNCIAS **74**
APÊNDICES **79**
ANEXOS **123**

INTRODUÇÃO

1 INTRODUÇÃO

O projeto em questão apresenta como produto final da pesquisa a elaboração parcial da bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia", de autoria do próprio pesquisador. Desse modo, o principal objeto pesquisado é a narrativa transmídia. Henry Jenkins (2006) define o termo ao dizer que "narrativa transmídia é o processo onde os elementos integrais da ficção são sistematicamente dispersos através de múltiplos canais de distribuição para criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento". Jenkins explica que a história se desenvolve por múltiplas plataformas de mídia, e cada meio é valioso porque contribui de maneira distinta para o todo. Cada mídia de acesso à narrativa deve ser independente das outras, de forma que o usuário entenda a história do meio que acessa sem necessidade de conhecimento das outras plataformas. Elaborar uma narrativa transmídia, portanto, é criar uma história que se desenvolva por várias plataformas, como internet, televisão, dispositivos móveis, quadrinhos, livros, teatro, cinema, entre outras.

O seriado proposto aqui tem sua história desenvolvida por meio de três canais de distribuição: internet, aplicativo para dispositivo móvel e televisão digital. No corpo do trabalho encontram-se os roteiros de três episódios do programa, sendo que cada roteiro possui subdivisões específicas para cada mídia. Também existem explicações importantes sobre o relacionamento das mídias entre si, e entre a história e o usuário; além de outros documentos correspondentes à atração, como sinopse e argumento. Para organizar todas essas informações é que existe um documento oficial criado para o mercado de narrativa transmídia chamado bíblia de produção transmídia, ou bíblia transmídia. Este é o produto final do projeto. Para sua composição, foi utilizado um modelo, o livro *How To Write a Transmedia Production Bible* (HAYES, 2011), que se encontra nos anexos. O livro possui um conteúdo de cinco vastos capítulos que explicam um projeto transmídia em suas diversas áreas. Por motivos de interesse e domínio da pesquisa, o conteúdo utilizado no projeto corresponde aos capítulos de Tratamento e Especificação Funcional.

A religião é outro fator importante da pesquisa, pois o público-alvo escolhido para direcionamento do seriado são os evangélicos. Dessa maneira, a temática trabalhada nos roteiros de "Todo Dia" é de essência cristã, com assuntos de interesse desse segmento religioso, com referencial bíblico.

A estrutura do trabalho se divide em duas partes principais. Primeiro, o relatório técnico-científico, com todas as informações sobre o desenvolvimento do trabalho. Nele, a narrativa transmídia é abordada, com a explicação sobre o que ela realmente é e um esclarecimento sobre seu correto modo de desenvolvimento. Também há um destaque para o público a que se destina o produto, os evangélicos, com explicação sobre sua origem, formação e seu relacionamento com a mídia atualmente.

Na segunda parte se encontra a bíblia de produção transmídia do seriado, documento que reúne todas as informações necessárias para seu entendimento, inclusive os roteiros dos episódios. Este é o produto final da pesquisa.

Integralmente, o trabalho apresenta grande parcela de inovação e oportunismo. Isso porque a narrativa transmídia é algo crescente no mercado audiovisual mundial, com casos, cada vez mais numerosos, desenvolvidos por produtoras, agências e emissoras nacionais. A população evangélica também apresenta grandes parcelas de crescimento e, principalmente, participação nas mídias eletrônicas.

Inserir a narrativa na televisão digital também possibilita o aproveitamento de seu recurso de interatividade na história, inclusive relacionando-a nas outras mídias. Assim, elaborar um projeto que trabalha com a criação e o planejamento de um produto com formato promissor se enquadra bem, na linha de Gestão da Informação e Comunicação para Televisão Digital, no programa.

RELATÓRIO TÉCNICO-CIENTÍFICO

2 RELATÓRIO TÉCNICO-CIENTÍFICO

2.1 DADOS GERAIS DO PROJETO

Mestrando

Túlio Franco da Mata Heitor

Área de Concentração

Comunicação, Informação e Educação em Televisão Digital

Linha de Pesquisa

Gestão da Informação e Comunicação para Televisão Digital

Orientadora

Prof(a). Dr(a). Letícia Passos Affini

Coorientador

Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda

Título do Projeto: Todo Dia: narrativa transmídia de conteúdo evangélico

Grande Área do Conhecimento

Comunicação, Rádio e Televisão, Relações Públicas e Propaganda

Bolsas - Financiamentos - Convênios e Parcerias

Nenhum

Instituições Participantes

UNESP

CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

PTCBPP: Pesquisa Técnico-científica com potencial de aplicação pública ou privada

Justificativa para o enquadramento

A pesquisa tem o principal objetivo de montar a bíblia de produção transmídia do produto "Todo Dia", narrativa seriada de conteúdo evangélico de autoria do próprio pesquisador. Futuramente, almeja-se a realização prática do produto no mercado, com necessidade de aplicação pública ou privada para tal. Por isso, a pesquisa se enquadra em PTCBPP.

2.2 TEMA

A narrativa transmídia de conteúdo evangélico na televisão digital.

2.3 OBJETO-PROBLEMA

O produto final da pesquisa é a bíblia de produção transmídia do seriado de conteúdo evangélico "Todo Dia", de autoria do próprio pesquisador. Desse modo, o principal objeto pesquisado é a narrativa transmídia.

O público a que se destina o produto final da pesquisa também é um pilar importante da mesma, pois é classificado através da religião. O conteúdo temático trabalhado no seriado visa alcançar o público evangélico

Problematizando, busca-se responder a questão: Como projetar a bíblia de produção transmídia de um produto de formato seriado para a interação do público evangélico?

2.4 DIFERENTES MODOS DE EXPERIMENTAR A HISTÓRIA: NARRATIVA TRANSMÍDIA

2.4.1 O QUE É NARRATIVA TRANSMÍDIA?

Henry Jenkins (2006) foi o primeiro teórico a definir o termo narrativa transmídia. Segundo ele "narrativa transmídia é o processo onde os elementos integrais da ficção são sistematicamente dispersos através de múltiplos canais de distribuição para criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento".

A explicação de Jenkins mostra que a história se desenvolve por múltiplas plataformas de mídia, e cada meio é valioso porque contribui de maneira distinta para o todo. Desse modo, a narrativa de forma transmídia possibilita diferentes modos de experimentar a história, ao invés de limitar o usuário à perspectiva de um único meio de comunicação. Cada mídia de acesso à narrativa deve ser independente das outras, de forma que o usuário entenda a história do meio que acessa sem necessidade de conhecimento das outras plataformas. Mas, ao mesmo tempo, ela é planejada para ser aproveitada por completo no acesso a todas as mídias em que é disposta. Nessa linha, Vicente Gosciola (2011, p.2) afirma que "cada novo meio de comunicação tem a possibilidade de integrar outros meios de comunicação que lhe antecederam".

Robert Pratten (2011, p.7) fala que "narrativa transmídia é contar uma história através de múltiplos meios e preferencialmente, embora nem sempre aconteça, com um grau de participação, interação ou colaboração do público." A definição de Pratten concorda com a de Jenkins, mas ele amplia sua ideia de narrativa transmídia para encaixar a participação do público: ela não é essencial para a classificação transmídia, embora contenha um enriquecimento particular. O estudioso também esclarece que o engajamento com cada mídia aumenta o entendimento, participação e afeição do público pela história.

A narrativa transmídia, portanto, é a história contada por mais de uma mídia, sem dependência entre as plataformas para o uso e entendimento do público, mas que carrega uma compreensão completa de sua trama no acesso a todos os meios pelos quais ela se distribui. Dessa maneira, uma história pode ser considerada transmídia quando é contada por meios como televisão, cinema, teatro, internet, dispositivos móveis, livros, quadrinhos, documentários, entre outros.

2.4.2 O BOM DESENVOLVIMENTO DA NARRATIVA TRANSMÍDIA

Não é simplesmente porque uma história é contada por várias plataformas que seu sucesso é garantido.

> Os princípios da narrativa transmídia pertencem ao universo as novas mídias, quer seja: o vasto campo delimitado pelas tecnologias digitais comunicação e informação, uma grande narrativa repartida entre várias plataformas e cada qual com o melhor potencial para o melhor expressar daquela parte da narrativa. (GOSCIOLA, 2011 p. 5)

No trecho acima, pode-se observar que Gosciola utiliza o termo "grande narrativa", chamando atenção não só para o tamanho, mas também para a importância da qualidade da história. A narrativa transmídia possui maneiras de desenvolvimento que compõem sua qualidade e estruturam sua melhor atuação no mercado.

Jenkins, por exemplo, chama a atenção para o perigo da redundância:

> Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. A redundância acaba com o interesse do fã e prova o fracasso da franquia. Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor. (JENKINS, 2006, p.138)

Fazer transmídia não é repetir a mesma narrativa em diversos meios. Novos níveis de revelação e experiência sustentam a fidelidade do usuário. Além disso, expandir a narrativa para outras mídias pode atrair nichos de público correspondentes à plataforma: leitores de quadrinhos, usuários de dispositivos móveis, frequentadores de teatro, etc. A redundância, portanto, não é algo que mantém ou favorece a narrativa transmídia. O que a favorece então?

Max Giovagnoli (2011,p.18) afirma que "a energia da narrativa transmídia é desenvolvida pela promoção de histórias em múltiplas plataformas que interagem entre si de um modo cada vez mais evocativo, integrado e participativo para a audiência". A interação entre as mídias, então, é fator de suma importância, sua correta utilização é responsável pela maior ou menor participação do público. Giovagnoli (2011) também explica que criar comunidades solitárias para públicos separados não é o bastante, é preciso integrar partindo sempre dos públicos. Ele defende a criação de espaços públicos distribuídos simultaneamente em muitas mídias, envolvendo métodos de consumo diferentes e interativos para as diferentes audiências do projeto. A criação de um projeto transmídia deve então sempre facilitar o acesso do público ao conteúdo multimídia e despertar uma vontade de participação e compartilhamento de todos. Giovagnoli (2011) mostra quatro diretrizes essenciais usadas por todos os autores. A disponibilização de esclarecimentos frequentes de pequenas partes da trama nos meios; a explicação clara dos relacionamentos entre os meios; a presença de ganchos e ligações entre as plataformas; e o planejamento estratégico para envolver o público no formato da história em cada ativo.

No contexto do último item, Robert Pratten (2011, p.7) afirma que "o formato da história em cada mídia precisa ser satisfatório em seu próprio direito, enquanto o aproveitamento de todos os meios deve ser maior que a soma das partes." O conteúdo da história em quadrinhos precisa ser completo e satisfatório para o leitor, enquanto que o usuário de dispositivo móvel também deve se satisfazer apenas com seu conteúdo. Mas, o aproveitamento da experiência da narrativa é maior no uso de todas as mídias.

Toda história existe dentro de um universo imaginário, que é governado por leis. Max Giovagnoli (2011) explica que o que a narrativa transmídia faz é multiplicar o imaginário da história e a dividir em muitos ecossistemas tecnológicos e narrativos onde é possível relatar e experimentar a narrativa. Mas a história ainda tem que ser boa, a trama precisa inspirar uma grande curiosidade.

A narrativa transmídia se mostra como um complexo emaranhado de histórias bem trabalhadas em seus meios, obedecendo a um planejamento prévio. Pratten (2011) encontra seis componentes importantes que alicerçam esse planejamento: história, experiência, público, plataformas, modelo de negócios e execução. Esses elementos caracterizam o ciclo de desenvolvimento de um projeto transmídia e devem funcionar em harmonia, suportando e reforçando uns aos outros.

- Experiência

Por "experiência", Pratten (2011) entende como a reação do público quando em contato com a narrativa nas diversas mídias trabalhadas. Ele defende que a experiência transmídia pode ser destrinchada em quatro componentes: importância da narrativa, quão importante a história é para a experiência; importância da participação, quão importante é a contribuição do público; importância do mundo real, quão importante é que a história englobe locais e pessoas verdadeiros; e importância de jogar, quão importante é que o público tenha uma meta ou deva atingir algo.

- História

Falando de "história", Pratten (2011) enumera cinco perguntas a serem feitas para o bom desenvolvimento da mesma: qual história se quer contar?; como a história será desenvolvida?; que tipo de participação do público se quer ou se

precisa?; como a participação do público vai afetar a história através do tempo?; quanto é baseado no mundo real e quanto num mundo ficcional?

Após a solução dos questionamentos, o autor orienta por um modelo de escrita que mescla história e experiência. Assim, aconselha escrever a trama tendo em consideração as especificidades de cada plataforma da narrativa transmídia, pensando sobre a experiência dos usuários em termos de: os espaços da história que se quer cobrir (locais, personagens, tempo); o número e o tempo relativo das plataformas (sequencial, paralelo, simultâneo, não-linear); a extensão e o tipo de envolvimento do público (passivo, ativo, interativo, colaborativo).

Boas histórias possuem macetes de desenvolvimento, orientações que contribuem para seu sucesso. Pratten (2011) destaca alguns pontos como a presença de um protagonista herói convincente, pelo qual as pessoas se importem; objetivos, obstáculos para esses objetivos, necessidades, e evolução do personagem ao longo da trama.

O desenvolvimento dos conflitos, a escolha de pontos de giro na trama, mudanças no arco do personagem, enfim, todas as etapas que constituem uma narrativa não podem ser escritas separadamente da forma como serão vinculadas, quando se fala em narrativa transmídia. Experiência e história, portanto, têm um desenvolvimento simultâneo.

Giovagnoli (2011) identifica, sob um ponto de vista contemporâneo, as estratégias de narrativa transmídia e os elementos dramatúrgicos mais comuns que parecem ter a preferência do público. São o tema da narrativa, a voz do autor e a perspectiva da audiência, que trabalham juntos para formar duas estruturas de metas com a reconstrução do caminho antropológico feito pelo público durante a narração.

- Público

Sobre o envolvimento do público na narrativa, Pratten afirma:

> Envolvimento do público na história geralmente incomoda produtores independentes. Não é só que o independente quer contar sua história sem interferência. É também o medo de que o envolvimento amador vai prejudicar o resultado final. E para aqueles que tentam envolver o público, há preocupações sobre o esforço de "gerenciamento da comunidade" - o tempo e problema para guiar, motivar, atrair e agradar. (PRATTEN, 2011, p.21)

Envolver o público é trabalhoso porque ele necessita de gerenciamento para dar certo. Mas como decidir o modo de envolvimento da audiência? O que os usuários querem?

Pratten (2011) utiliza o "*storytelling cube*" [1], um modelo de análise de participação do público em mundos virtuais apresentado por Raph Koster e Rich Vogel, em 2002, na Conferência de Desenvolvedores de Jogos. O modelo se baseia em três tópicos - controle, impacto e contexto - e possui as respectivas indagações: quanta liberdade o público tem para criar sua própria experiência e quanto controle o autor tem?; que impacto de longa duração o público vai ter na evolução da experiência?; e quanto de experiência é baseado num mundo ficcional e quanto existe na vida real?

Mas antes de oferecer serviços ao público, é necessário conhecê-lo, saber quem são as pessoas que compõem o alvo da narrativa transmídia e o que os liga entre si. Pode-se categorizar o estudo para a melhor definição do público-alvo, com critérios socioeconômicos (idade, sexo, renda, marcas que gostam), baseados em consumo de mídia (revistas, sites, programas de TV, música) e tecnologia (celular, velocidade de internet, redes sociais).

É necessário então engajar o público na experiência transmídia. Entretanto, há diferentes níveis de engajamento que pedem uma maior ou menor contribuição do público, um click na votação de uma enquete representa um mínimo esforço quando comparado à criação de um vídeo para colaborar com a narrativa, por exemplo. Através de uma pesquisa, Pratten (2011) mostra quatro medidas de engajamento com conteúdo de mídia: envolvimento, interação, intimidade e influência. Aproximando tais medidas para o melhor entendimento do engajamento do público com o mundo transmídia, pode-se medir não só a contribuição e interação do público, mas também sua afeição e afinidade com o mundo. "Um *like* do *facebook* é mais que um click, é uma mostra de afeição. Mas para conseguir aquele *like* ou aquele *share* você precisa prover o mecanismo e o conteúdo" defende Pratten (2011, p.29).

Para se conseguir engajamento, é preciso selecionar os pontos de entrada do público na trama. Giovagnoli (2011, p.43) diz que "a mais importante dimensão

[1] Cubo da narrativa. Tradução minha.

narrativa de um projeto transmídia sempre consiste no modo como a audiência interage com ela (*call-to-action*[2])". O planejamento de um sistema de comunicação transmídia pode incluir tanto interatividade de consulta, baseada em pesquisa de informação, quanto interatividade de conversação, baseada em participação e no compartilhamento de conteúdo.

Nesse contexto, Pratten (2011) seleciona cinco níveis de engajamento crescente: atenção, avaliação, afeição, apoio dado e contribuição.

-Plataforma

Sobre plataforma, Pratten diz:

> Por plataforma eu digo a combinação de mídia mais tecnologia. Então *youtube* e *itunes* são duas diferentes plataformas mesmo se ambos divulgam vídeo. Um livro impresso e um *kindle* são duas diferentes plataformas. Um cinema, uma sala de estar e um *outdoor* num espaço público são todos diferentes plataformas. (PRATTEN, 2011, p 34)

Plataforma, portanto, é uma mídia que apresenta tecnologia própria. Entre inúmeras plataformas disponíveis para a composição de um projeto, é preciso selecionar as que melhor funcionam na narrativa transmídia trabalhada.

Primeiramente, pode-se fazer uma lista de plataformas possíveis, baseando-a em alguns fatores como desejo pessoal, experiência, popularidade, disponibilidade para encontrar patrocínio, recursos disponíveis e encaixe com a história. Após a listagem, Pratten (2011) orienta um enxugamento das escolhidas, através da identificação de seus pontos fortes e fracos, para a criação de uma mistura que funcione sinergicamente em toda a narrativa transmídia. Tal mistura pode ser conseguida com a análise das plataformas segundo os critérios de custo de divulgação do conteúdo, receita ganha, habilidade para ativar disseminação social do conteúdo, tempo de liberação ao público e encaixe com o estilo de vida dele.

- Modelo de negócios

Mais uma peça do quebra-cabeça do projeto transmídia é o modelo de negócios que, resumidamente, é a forma de pagamento do projeto. Basicamente, tem-se três escolhas primárias: patrocínio, modelo de financiamento pago pelo

[2] Chamadas para a ação: formas de despertar o usuário para a interação com a narrativa.

próprio autor, por uma marca (*advertising, product placement, branded entertainment*[3]) ou por beneficiadores (*crowfunded, arts endowment*[4]); o público paga a compra de conteúdo (downloads pagos, produto físico ou assinaturas de adesão); ou uma mistura de patrocínio e pagamento do público que pode mudar com o passar do tempo.

O modelo de negócios é definido com base nos patamares anteriores. Ou seja, à partir das preferências de consumo do público-alvo, do suporte às possíveis formas de pagamento das plataformas utilizadas, e das possibilidades de encaixe com a história e experiência.

- Execução

Com tudo encaminhado, o projeto transmídia atinge a etapa de execução. O primeiro e maior exemplo de projeto transmídia executado com sucesso é a série *Star Wars*, do diretor de cinema George Lucas. Ele construiu um modelo de franquia linkando diversos filmes que eram lançados com grande espaço de tempo entre um e outro e com conteúdo narrativos não lineares. Além disso, também desenvolveu uma série de produtos, como um livro que explicava o modo de vida de determinados personagens de um dos filmes, videogames, romances, histórias em quadrinhos, entre outros, que saciavam a sede de mais conteúdo da audiência. Como observa Aaron Smith (2009): "*Star Wars* é o primeiro exemplo de uma franquia transmídia lucrativa, ganhando mais de 22 bilhões de dólares em 30 anos". A trilogia *Matrix*, dos irmãos Wachowski, com todas as suas plataformas de desenvolvimento além do cinema, também se configura como um importante exemplo de projeto transmídia. Os filmes apresentam muitos pontos de entrada para o público, lacunas que possuem conteúdos não completamente explorados no cinema, que levaram os fãs a mergulharem na internet, no *anime* e no videogame para ampliarem sua absorção da obra.

[3] Respectivamente: comercial da marca sem vínculo com a narrativa; inserção da marca dentro da narrativa (um produto chama a atenção numa cena, por exemplo); produto audiovisual feito junto com a marca, com ela sempre em evidência.

[4] Respectivamente: modelo de financiamento coletivo, como cada pessoa ou instituição ajudando com um pouco; modelo de financiamento por incentivo às artes e cultura.

Para modelar o bom planejamento de um projeto transmídia, existe um documento chamado bíblia de produção transmídia. Ele representa um acervo de todas as informações necessárias para o desenvolvimento prático do projeto de narrativa transmídia, e sua abordagem será mais específica no capítulo 3, correspondente ao produto final do trabalho.

2.5 BRAÇOS DE UM SÓ CORPO: O POVO EVANGÉLICO NO BRASIL

2.5.1 CONTEXTO HISTÓRICO E FORMAÇÃO

No desenvolvimento da religião evangélica no Brasil, ao longo do tempo, nota-se a estruturação de variados afluentes de seu segmento na sociedade. Um fiel de determinada igreja pode apresentar diferenças enormes, quanto aos hábitos sociais definidos pela sua fé, em relação ao membro de outra, mesmo ambas sendo de natureza evangélica. Portanto, categorizar um indivíduo como cristão, crente ou evangélico, e esperar que qualquer pessoa dentro dessas denominações apresente o mesmo comportamento é um caminho simplista e errôneo. A generalização ajuda na comunicação, mas apresenta-se incompleta.

Primeiramente, pode-se pensar que a escolha mais completa é definir o termo “protestante” como o nome que abarca todas as subsequentes denominações. O termo é oriundo do movimento contra determinadas práticas da *Igreja Católica*, liderado por Martinho Lutero, na Reforma Protestante na Europa do século XVI. Mas essa nomenclatura também traz problemas; a *Igreja Batista*, por exemplo, defende que sua história é anterior a Reforma Protestante, advinda do movimento anabatista. Além do mais, manter o termo “protestante” significaria, de uma forma ou de outra, dizer que as igrejas procuram ainda ir contra as práticas da Igreja Católica como foco principal de trabalho.

Partindo-se para uma nomenclatura bem popular, nota-se também o uso do termo “crente”. Esse termo advém dos membros de igrejas tradicionais e pentecostais presentes principalmente no interior do país, como a *Assembléia de Deus* e a *Congregação Cristã*. Nesse contexto, os “crentes” são caracterizados por indivíduos que são proibidos de assistir televisão, as mulheres mantêm um cabelo muito longo e utilizam saias e vestidos, os homens não aparecem de bermudas e se

vestem de forma social. Essas características eram mais notadas até a década de 80 e, mesmo que ainda presentes na sociedade, não são tão populares. A associação do termo “crente” com esses costumes é tão forte que incomoda os fiéis que não seguem tais princípios.

Outro braço bastante diferenciado da religião evangélica são os pentecostais. Esse termo é utilizado para a classificação, de evangélicos, baseada em seus costumes durante o culto, como uso de alto tom de voz, fala em línguas estranhas e orações com bastante empenho e fervor. O termo vem de uma manifestação sobrenatural do Espírito Santo sobre os discípulos depois da morte de Jesus Cristo, na Festa de Pentecostes.

A passagem se encontra no livro de Atos dos Apóstolos, capítulo 2. Segundo a Bíblia Nova Versão Internacional:

> 1-Chegando o dia de Pentecoste, estavam todos reunidos num só lugar. 2-De repente veio do céu um som, como de um vento muito forte, e encheu toda a casa na qual estavam assentados. 3-E viram o que parecia línguas de fogo, que se separaram e pousaram sobre cada um deles. 4-Todos ficaram cheios do Espírito Santo e começaram a falar noutras línguas, conforme o Espírito os capacitava. 5-Havia em Jerusalém judeus, tementes a Deus, vindos de todas as nações do mundo. 6-Ouvindo-se este som, ajuntou-se uma multidão que ficou perplexa, pois cada um os ouvia falar em sua própria língua. 7-Atônitos e maravilhados, eles perguntavam: "Acaso não são galileus todos estes homens que estão falando? 8-Então, como os ouvimos, cada um de nós, em nossa própria língua materna? 9-Partos, medos e elamitas; habitantes da Mesopotâmia, Judéia e Capadócia, Ponto e da província da Ásia, 10-Frígia e Panfília, Egito e das partes da Líbia próximas a Cirene; visitantes vindos de Roma, 11-tanto judeus como convertidos ao judaísmo; cretenses e árabes. Nós os ouvimos declarar as maravilhas de Deus em nossa própria língua!” (BÍBLIA NVI, 2003)

Desse modo, a Bíblia relata que o Espírito Santo desce como um vento impetuoso, enche o lugar em que os discípulos estavam, e o povo começa a falar em línguas estranhas, mas ao mesmo tempo entendidas pelos estrangeiros. O termo pentecostal, então, categoriza os evangélicos que recebem o dom do Espírito Santo, que se manifesta mais visualmente no falar em línguas estranhas; assim, são considerados batizados pelo Espírito.

O pentecostalismo, a partir da década de 70, gera o neopentecostalismo, composto por igrejas com doutrinas que não enfatizam tanto o falar em línguas e apresentam costumes mais liberais. São essas igrejas que buscam o maior contato com diferentes mídias, para proliferação de seus ideais.

Com tantas denominações, se faz necessário a escolha de um termo para desenvolvimento dentro do trabalho. O termo “evangélico” parece ser o mais correto para a criterização de todo o povo que crê na bíblia, excluindo-se os católicos.

No dicionário Aurélio Online, tem-se o significado do termo como:

> adj. Relativo ao Evangelho; conforme ao Evangelho: uma vida evangélica. / Que pertence à religião reformada: construir um templo evangélico. (AURÉLIO ONLINE)

Ser “conforme ao evangelho” é seguir uma vida conforme o evangelho presente na bíblia, uma característica primordial dessa religião, independente de suas denominações específicas ou modos de doutrina relativos à interpretação bíblica. Mendonça e Velasques Filho (1990, p.15) afirmam que “a auto-identificação de evangélico era individual e significava o compromisso da pessoa com aquele conjunto de princípios doutrinários; antes de pertencer a esta ou aquela denominação, o indivíduo era evangélico”. Desse modo, o nome “evangélico” será adotado para categorizar a religião por completo, agregando todos os seus braços.

2.5.2 A IGREJA ELETRÔNICA

Hugo Assman (1986) nomeia como Igreja Eletrônica o uso da televisão e de ferramentas publicitárias, pelas igrejas, através do conceito de “marketing da fé”, como parte de um processo mercadológico de comércio, não apenas de produtos culturais, mas também da salvação espiritual dos fiéis. As igrejas então, ao se valerem do espaço televisivo ou radiofônico para pregação de suas mensagens, optam por desenvolver um comércio de produtos personalizados do ministério, como forma de sustento e lucratividade próprios. Atualmente, a grade televisiva nacional aberta possui exemplos fixos dessa prática, resultados recentes de um processo que começa há muito tempo pelo trabalho de missionários americanos.

2.5.3 IGREJA E MEDIAÇÃO ELETRÔNICA: HISTÓRIA DE UM CASAMENTO DE SUCESSO

A *Igreja Católica* é a que dá os primeiros passos em direção ao uso dos meios de comunicação eletrônicos. Na era do rádio, Marconi funda a Rádio Vaticano, em

1931, um projeto transnacional para a pregação da mensagem do papa a todas as comunidades cristãs do mundo. O padre Charles Coughlin também se torna um grande fenômeno comunicacional nessa década.

A iniciativa da igreja evangélica aparece mais visivelmente pela primeira vez na instalação da *Heralding Christ Jesus's Blessing* (HCJB), uma rádio internacional no Equador. A rádio atingia 22 países da América Latina e à noite era direcionada ao Leste Europeu. A partir daí, a participação evangélica americana no rádio se torna cada vez mais frequente, sendo que no final da Segunda Guerra Mundial, sua mensagem chega a praticamente todo o mundo. Nessa época a televisão americana também mostra sua primeira grande estrela, o bispo Fulton Sheen. Na década de 60, a presença dos missionários pentecostais na televisão se torna um dos principais segmentos do meio.

Também é no período de 50 e 60 que a evangelização por meio do rádio chega ao Brasil. As primeiras igrejas a se familiarizarem com o meio são a *Igreja Adventista*, a *Assembléia de Deus, a Igreja Quadrangular* e a *Igreja Deus É Amor*. Essa última inaugura um formato de conteúdo utilizado até hoje nos meios de comunicação, no qual o líder explora entrevistas e situações com pessoas que estariam endemoniadas. Nascida em 1961 e sob a liderança de David Miranda, a *Igreja Deus é Amor* obtém um salto de popularidade com a aquisição da Rádio Tupi, em São Paulo.

Na televisão, surgem os primeiros programas locais e de curta duração; mais uma vez, o pioneirismo é da *Igreja Adventista*, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Exatamente em 18 de novembro de 1962 vai ao ar, em São Paulo, o programa adventista *Fé Para Hoje*, sob o comando do pastor Alcides Campolongo e sua esposa; o primeiro programa evangélico da televisão brasileira. Ainda em meados da década de 60, Walter Robert Maclister se torna o primeiro pentecostal a ter um programa de televisão em solo brasileiro, na TV Tupi. Sua influência é tão grande que entre os seus fiéis, encontram-se Edir Macedo e Romildo R. Soares, futuros fundadores da Igreja Universal do Reino de Deus. Nos anos 70 e 80, o Brasil recebe grandes astros evangélicos americanos, como Billy Graham, Pat Robertson e Rex Humbard. Esse último com o programa *Alguém Ama Você*, que vai ao ar em 1978 pela TV Tupi e em 1980 pelo SBT, onde a transmissão dura até 1984. Pat Robertson tem uma pequena participação na Record no final dos anos 70, retornando na

década de 90. Mas sua marca histórica está na fundação da *Christian Broadcasting Network* (*CBN*), uma rede de televisão de grande abrangência nos EUA. Possui um programa chamado *Clube 700,* um dos programas religiosos mais antigos ainda em andamento. Segundo informações de seu próprio site, ele atinge uma audiência média de um milhão de telespectadores nos Estados Unidos diariamente, além de ser exibido em 90 países em 50 línguas. Ainda nos anos 80, pode-se destacar Jimmy Swaggart, pastor da *Assembléia de Deus* americana, um televangelista que adquire muita popularidade com seu programa transmitido inicialmente na TV Record e, posteriormente, na Bandeirantes. Sobre a postura na utilização da televisão pelos pastores americanos, Assman (1986, p.16) afirma que os principais aspectos desse fenômeno são a utilização crescente dos meios eletrônicos, centralização na personalidade do pastor e sua autonomia em relação a grupos religiosos tradicionais.

No final da década de 80, o domínio estrangeiro diminui e a produção nacional começa a ter mais espaço, com o surgimento de evangelistas brasileiros na programação religiosa. O maior destaque, nesse contexto, sem dúvida é a *Igreja Universal do Reino de Deus*. Em 1989, cinco anos depois de seu nascimento, o ministério de Edir Macedo compra a Rede Record de televisão, por 45 milhões de dólares, arranjando bastante desentendimento na sociedade televisiva, principalmente com a Rede Globo. Algum tempo depois, a igreja realiza novos investimentos, na ordem de 30 milhões de dólares, na compra de novas emissoras e equipamentos. Com o domínio sobre a emissora de rádio *Rede Aleluia*, que possui 30 emissores que cobrem todo o território nacional, e com emissoras de TV na Europa e nos EUA, a *IURD* se torna o segundo ministério em número de fiéis, atrás apenas da *Assembléia de Deus*, segundo o censo do IBGE de 2000.

Esses são dados e exemplos da fome midiática das igrejas evangélicas, que se mantém até hoje, sempre prontas à renovação junto aos meios, salvo doutrinas mais tradicionais, como a da *Congregação Cristã*, que nunca se dedicou a publicação de livros e revistas, muito menos ao relacionamento com as mídias eletrônicas. Não se levando em conta julgamentos de caráter e objetivos de cada igreja, pode-se tomar como prévia síntese a ideia de Alberto Klein sobre o uso dos meios pelos ministérios evangélicos:

> A crescente presença de programas religiosos no rádio e na televisão pode ser vista como fruto da união do ímpeto missionário cristão com o poder irradiador dos meios eletrônicos. Estes proporcionariam, com menos esforço, a possibilidade de acelerar a ordem de ir e fazer discípulos em todas as nações. Em um mundo midiático, fazer missões deixa de ser uma atividade exclusiva de um corpo que se inscreve em um determinado espaço, em uma determinada cultura, com a finalidade de levar o Evangelho, muitas vezes e espaços hostis, com todos os riscos assumidos. À presença física somam-se agora as possibilidades de ir e fazer discípulos sem o corpo, utilizando-se apenas de suas extensões, através de ondas radiodifusoras. (KLEIN, 2006, p. 144)

2.5.4 EVANGÉLICOS E COMUNICAÇÃO ATUAL

A presença do cristianismo na mídia é cada vez mais constante. As grandes igrejas evangélicas brasileiras, com a fundamental influência americana, sempre buscaram incorporar às suas estratégias de evangelismo e crescimento os meios eletrônicos de comunicação. Com o passar dos anos, emissoras de rádio pentecostais são inauguradas, redes de TV têm cada vez mais espaços comprados pela programação religiosa e verdadeiras “empresas da fé” são estruturadas. O domínio e a capacidade de adaptação dos líderes religiosos sobre os meios são inegáveis.

O censo do IBGE de 2000 projetava que até 2010 o número de evangélicos no Brasil cresceria de 25 milhões para aproximadamente 55 milhões. Segundo pesquisa do economista Marcelo Neri, da Fundação Getúlio Vargas, com base em dados do IBGE, entre 2003 e 2009 os evangélicos passaram de 17,9% para 20,2% do total de brasileiros, atingindo o número de cerca de 40 milhões de pessoas. O Instituto Datafolha, em sua pesquisa sobre a porcentagem das religiões no país constatou que em todos os estados o número de evangélicos pentecostais ocupa o segundo lugar, ficando atrás só dos católicos.

Também se mostra notável a participação dos evangélicos na internet. Como exemplo pode-se destacar a rede social *Facebook*. Segundo ranking das páginas mais engajadas da rede, feito pelo site *All Facebook*, em primeiro e segundo lugar encontram-se *Jesus Daily* e *Dios Es Bueno*. Em quarto aparece *The Bible*, além de *Jesus Christ* em décimo terceiro.

No estado do Espírito Santo, uma pesquisa realizada pela Revista Comunhão recolheu dados interessantes. Dos evangélicos entrevistados, cerca de 58% disseram que usam computador e 50% acessam a internet. De 2010 para 2011, o

uso de emails subiu de 79,75% para 85,96%, a visita a blogs foi de 10,38% para 13,80%, e o acesso aos sites das igrejas cresceu de 21,7% para 34,38%. No que diz respeito às mídias sociais, o *Twitter* teve aumento de 5,57% para 15,25%, e o *Facebook* foi de 4,56% para 26,63%.

Mas os evangélicos querem mais. Se formatos de programas televisivos nunca antes pensados pelas igrejas podem servir para evangelização, eles aceitam o desafio; se a união entre teatro e cinema parece ser um bom caminho para divulgar a palavra de Deus, eles fazem as devidas adaptações; se as mídias sociais se portam como um espaço livre para disseminação de qualquer assunto, eles aproveitam as lacunas.

Sobre isso, Alberto Klein afirma:

> Este fenômeno, que se caracteriza pelo duplo movimento da invasão religiosa na TV e da invasão midiática nas igrejas, revela-nos um possível cruzamento entre as imagens de culto e as imagens da mídia. A experiência religiosa contemporânea assinala em envolvimento religioso através das imagens televisivas, bem como um envolvimento midiático com as novas formas litúrgicas, em um tempo de contaminações mútuas. (KLEIN, 2006, p.143)

2.5.5 BOLA TV: O EVANGELISMO SUTIL

A *Bola de Neve Church* é uma igreja neopentecostal originária de São Paulo, fundada em 1999, sob a liderança do Apóstolo Rinaldo Seixas, conhecido como Rina. Inusitada a começar pelo nome, referente à grande fé de Rinaldo de que a igreja cresceria como uma bola de neve até se tornar uma avalanche, a *Bola de Neve* é popularmente conhecida como “igreja dos surfistas”. Prova disso é o púlpito utilizado pelos pastores: uma prancha de surf. Desse modo, também é responsável por uma comunicação direta e eficaz com os jovens, haja vista os costumes e a aparência de grande parte dos membros: tatuagens, bermudas, sandálias, óculos escuros e skates. Mas o ministério vai além de uma preocupação estética de marketing. Segundo seu site oficial, a igreja já possui mais de 100 templos em 15 estados do Brasil, além de também estar presente em 10 países.

A *Bola de Neve Church* também se posiciona como igreja eletrônica, mesmo que de uma forma mais tímida quando comparada aos grandes empreendimentos da *IURD*, por exemplo. Possui uma web radio, a Bola Radio, que segundo o próprio

site, é a mais ouvida na internet; e uma web TV, a Bola TV. A programação radiofônica apresenta conteúdo de variados formatos, composto por música gospel nos mais diversos estilos, jornalismo que não se prende a notícias do mundo gospel e até um programa dedicado ao futebol. A Bola TV é composta por transmissões de cultos da sede principal da igreja, cobertura de eventos próprios e produz um programa semanal de meia hora de duração que vai ao ar nas madrugadas de domingo na Redetv! Assim como vários ministérios neopentecostais de hoje, a igreja também marca sua presença nas mídias sociais, utilizando o *Twitter* e o *Facebook* como estratégia de evangelismo, além de arquitetar um bom planejamento de divulgação própria entre seus meios. Mas o destaque maior deste capítulo é mostrar, através do programa noturno produzido pela Bola TV, como a mensagem evangélica pode existir na televisão longe da transmissão de cultos.

Todos os domingos à 02h00 da manhã, horário de Brasília, vai ao ar pela Redetv!, o programa *Bola TV*, da *Bola de Neve Church*, com duração de trinta minutos e composto por dois blocos. De formato simples, configurado por um apresentador (sempre um pastor ou líder da igreja) que chama as matérias, o programa desperta novidade em seu conteúdo. Seguindo a estética jovem da igreja, a atração traz esportes radicais, coberturas de viagens a diversos lugares (Havaí, Israel, entre outros), entrevistas com pessoas relativamente famosas do mundo da música e dos esportes e uma mensagem final do apresentador. Numa primeira análise, pode-se ficar confuso sobre os objetivos da igreja, sendo que a pregação do evangelho parece estar de fora do programa. Mas, numa maior observação, percebe-se nesse ponto a inovação da Bola TV. Em todo o programa há um toque evangélico, que propositalmente corre pela periferia das atrações. Desse modo, busca-se o interesse do telespectador primeiramente pelo que se está na tela, e não pela palavra de Deus. Nas entrevistas, os entrevistados falam de pontos chave na mensagem evangélica: relacionamentos, sonhos, família; e acabam citando Deus ou Jesus em algum momento. Assim, se estabelece uma entrevista que pode ser atrativa para qualquer pessoa, não necessariamente evangélica. Na cobertura de eventos de esportes radicais, são valorizados tópicos como o estilo de vida saudável, longe de drogas e bebidas, a busca pela aventura, a alegria de viver, entre outros. Dessa maneira, um surfista não convertido acaba por assistir a um programa de uma igreja evangélica. Percebe-se que a estratégia da *Bola de Neve* é bastante

evangelística, na meta de falar de Jesus Cristo para as pessoas. O arremate desses recursos vem no final do programa, em que o apresentador se dirige a câmera, muitas vezes com a bíblia em mãos, e passa uma mensagem evangélica. Nesse momento, o evangelismo do programa se torna explícito, concluindo o objetivo principal de toda a obra: levar a palavra de Deus ao telespectador.

2.5.6 JEOVÁ NISSI E CONSPIRAÇÃO FILMES: A EXPANSÃO DO TEATRO EVANGÉLICO

A Companhia de Artes Jeová Nissi é a mais conhecida companhia de teatro evangélico do Brasil, sob a direção de Caíque Oliveira. Tem início em Campinas (SP), no ano 2000. Diferente do que já foi relatado aqui, ela não é vinculada a nenhuma igreja, o que já representa certa surpresa, devido ao seu sucesso. Com aproximadamente 10 anos de história, o grupo marca sua presença com apresentações em todos os continentes.

A companhia arquiteta seu sucesso com dramaturgias pesadas, recheadas de conflitos que encaram o público, muitas vezes com os personagens falando diretamente à plateia. Atualmente o conjunto é organizado em seis equipes que apresentam as peças principais *A Senha, As 3 Ferramentas, Canção de Jó e O Jardim do Inimigo*, além de peças secundárias. Os DVDs em vídeo dessas duas últimas receberam o prêmio de Disco de Ouro, na Expocristã ocorrida em setembro de 2011. A gravação de suas peças em DVD já é prática antiga da *Cia Jeová Nissi*, são 9 produtos no total. Mas a recente regravação da peça *O Jardim do Inimigo* merece um destaque especial.

Em maio de 2011, a *Cia de Teatro Jeová Nissi* resolve regravar seu maior sucesso, a peça *O Jardim do Inimigo*, numa edição comemorativa dos 10 anos do espetáculo. Segundo descrição do blog oficial do grupo: “O Jardim do Inimigo leva o espectador a identificar-se com as personagens que vivem em um jardim sinistro, rodeado por murmúrios, ranger de dentes, gritos e perseguições na mente. Com leve pitada de humor, o texto aborda assuntos fortíssimos, porém pouco explorados. Prostituição infantil, relacionamento familiar, respeito, paz, amor e fé são alguns dos temas abordados ao longo da trama”.

O que realmente chama atenção é a magnitude desta junção midiática entre teatro e cinema, conseguida pela contratação de umas das 3 maiores produtoras de audiovisual do país, segundo seu próprio site: a Conspiração Filmes, produtora de grandes sucessos nacionais, como *2 Filhos de Francisco.* Com isso, a obra pronta alcança um patamar de qualidade técnica que nenhuma outra produção de arte evangélica possui.

Seguindo a linha de evangélicos que fazem das novas mídias locais de evangelização, a *Companhia Jeová Nissi* se mobiliza *pelo twitter, facebook e blogs*. E é no canal do grupo no *Youtube*[5] que se coleta a informação de que foi montada uma estrutura de mais de quinhentos mil reais para a gravação do DVD. Fato que confirma os amplos passos vividos pela religião evangélica e sua continuidade eletrônica.

2.5.7 MARCOS BOTELHO: A PITADA EVANGÉLICA DAS CELEBRIDADES DO *YOUTUBE*

Marcos Botelho é um pastor de jovens e adolescentes e missionário do grupo *Missão Jovens da Verdade e da Sepal (Servindo Pastores e Líderes)*. Também é fundador e líder do ministério *JV na Estrada,* que trabalha em congressos e acampamentos com recreação, teatro e preleção. Por último, é fundador do ministério da *Terra dos Palhaços Brasil.*

Desvinculando-se de qualquer ligação com instituições religiosas, Botelho também se destaca na internet. Mantém um site rico em informação, composto por artigos, pregações em áudio, *podcasts*[6], contos, um blog e, é claro, uma mídia que o destaca no cenário jovem atual: um vlog. Utilizando o *Youtube*, Botelho cria o canal *Lu e Tero*[7]. Nele, mantém um formato seriado de vídeos que já se tornou bastante popular na rede, nos quais um personagem desenvolve um discurso, de frente para a câmera, geralmente sem nenhum recurso extra, sobre algum assunto escolhido por ele mesmo. Esse modo de se fazer vídeo para internet já possibilitou a fama de

[5] Disponível em: <http://www.youtube.com/user/ciajeovanissi#p/u/14/7vgh-Wynt_4>

[6] Formatos de armazenamento de conteúdos em áudio digital.

[7] Disponível em:<http://www.youtube.com/user/LUeTERO#p/u/0/D9-Md7Nicqs>

algumas celebridades da web, como *PC*[8] e *Felipe Neto*[9], que foram contratados por emissoras de televisão. Botelho segue na mesma linha dos personagens seculares, mas faz isso com o intuito de pregar a palavra de Deus, sempre de uma forma artística e criativa. Além disso, ele desenvolve três personagens em suas reflexões: ele mesmo, Lu, um palhaço que representa o evangélico liberal, e Tero, um senhor que traz a tona o religioso conservador. Duas personalidades de um mesmo ser, haja vista a união do nome dos dois: *Lutero*. Com esse método, Botelho atingiu até agora aproximadamente 36 mil pessoas com seu vídeo de maior visualização, falando sobre “Namoro”.

Um formato audiovisual seriado ficcional presente e influente no *Youtube* é mais uma prova de como a igreja eletrônica, ou no caso, o evangélico antenado nas possibilidades evangelísticas das mídias eletrônicas sabe se posicionar para garantir o espaço da palavra de Deus à vista de todos.

2.6 OBJETIVO GERAL

A pesquisa tem como objetivo geral a elaboração parcial da bíblia de produção transmídia do seriado de conteúdo evangélico "Todo Dia", de autoria do próprio pesquisador. Por meio desse documento, almeja-se elaborar o modo de desenvolvimento da narrativa através de três mídias: televisão, internet e dispositivo móvel, com um público-alvo composto por adeptos da religião evangélica.

2.6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar uma obra de narrativa transmídia com conteúdo religioso, visando atingir, como público, jovens adeptos do cristianismo evangélico.
- Redigir os roteiros de uma temporada do seriado "Todo Dia", composta por 3 episódios de 5 minutos de duração cada, para veiculação na televisão digital com ferramentas interativas.

[8] VJ da MTV.

[9] Repórter contratado pelo Multishow e pelo Esporte Espetacular, da Rede Globo.

- Escrever a narrativa e as formas de interação do conteúdo do site, correspondente aos 3 roteiros televisivos.
- Redigir a forma de interação do aplicativo para dispositivo móvel, correspondente aos 3 roteiros televisivos.

2.6.2 RESULTADOS ESPERADOS

- Elaboração de roteiros para os episódios com intenção de veiculação na televisão digital, com ferramentas interativas e que remetam os usuários telespectadores para as outras mídias, além de tramas que expressem temáticas verdadeiramente cristãs, com embasamento bíblico.
- Elaboração parcial de uma bíblia de produção transmídia abrangente de todas as mídias que a narrativa do seriado abarcar, capaz de transformar o projeto do seriado em prática no futuro.

2.7 MATERIAL E MÉTODOS

Tendo como objetivo geral a elaboração da bíblia de produção transmídia do seriado em questão, faz-se necessário o uso de uma metodologia qualitativa de caráter exploratório apoiada em pesquisa bibliográfica.

A bíblia de produção transmídia é um documento de texto que reúne as etapas necessárias para a efetivação do produto nas diversas mídias em que será acessível. Tal produto são os roteiros de 3 episódios do programa, possuem o formato audiovisual seriado e sua extensão alcança outras mídias. O modelo de bíblia utilizado é o *How to Write a Transmedia Production Bible*, de Gary Hayes. Nele, o autor trabalha com os tópicos Tratamento, Especificação Funcional, Especificação de Design, Especificação Tecnológica e Negócios e Marketing. Dessa forma, fornece uma ampla explicação sobre todas as áreas que um projeto transmídia abrange. Por motivos de interesse e domínio da pesquisa, os tópicos abordados na elaboração da bíblia do seriado serão Tratamento e Especificação Funcional.

Roteiro e formato são conceitos que também necessitam de referencial teórico para seu desenvolvimento. Assim, a pesquisa bibliográfica alcança os livros

Story, de Robert Mckee, *Manual do Roteiro*, de Syd Field e *Dramaturgia de Televisão*, de Renata Pallotinni.

A elaboração dos roteiros de ficção pede um software específico, o *Celtx*. É um programa livre utilizado para pré-produção de filmes, peças de teatro, quadrinhos, entre outros. Sua vantagem é o padrão já definido para a formatação de roteiros.

Imagem ilustrativa do software de roteiro Celtx.

A composição de um mapa conceitual é importante para o entendimento dos percursos de um projeto de narrativa transmídia. O mapa conceitual se caracteriza pela representação gráfica de vários conceitos distribuídos em diferentes dimensões que se relacionam por ligações explicadas através de frases. Essa estrutura é utilizada no projeto para o desenvolvimento de um guia sobre o funcionamento da experiência transmídia nas plataformas: televisão digital, computador e dispositivo móvel, além dos desdobramentos modelo de interatividade, mídias sociais, site, entre outros. O mapa conceitual de "Todo Dia" é desenvolvido de acordo com o modelo disposto no site *MindMeister*.

Logo do site *MindMeister.*

A pesquisa bibliográfica também é utilizada no que diz respeito ao público-alvo do seriado transmídia, os evangélicos. Assim, livros, artigos, pesquisas e materiais eletrônicos que relacionam comunicação e religião evangélica são base para o desenvolvimento da narrativa focada no perfil dos usuários.

No apêndice do trabalho, encontram-se todos os roteiros elaborados e o mapa conceitual do projeto transmídia.

2.8 JUSTIFICATIVA

Como observa Rodrigo Arnaut e outros autores no artigo *Era Transmídia*, narrativa transmídia é um caminho cada vez mais buscado pelos produtores de conteúdo do mercado audiovisual.

> A abordagem transmídia se mostra cada vez mais atual e interessante por integrar todos os conceitos de produção e distribuição de conteúdos em uma única metodologia e processo de criação, envolvendo qualquer tipo de mídia. (ARNAUT [et al], 2011, p.6)

Diversificar os canais de comunicação de uma história aumenta o engajamento do usuário, distribui e amplia sua experiência da trama, pois também pode aproveitar sua produção de conteúdo, apresenta novas e maiores formas de lucratividade para os criadores e abre espaço para mais modelos de negócios em um mesmo projeto. Sua riqueza também está no fato de que cada mídia acrescenta algo à narrativa e, assim, carrega informações específicas que valorizam o conteúdo total da história.

Um exemplo de narrativa transmídia brasileira de sucesso é o caso da novela "Cheias de Charme", da Rede Globo de Televisão. A emissora lançou um vídeo na internet ficcionalmente produzido por personagens da trama que se passa na televisão. O vídeo obteve milhões de acessos na rede e depois foi inserido na narrativa televisiva de modo decisivo. A descoberta do vídeo por um personagem da

novela foi gerador de conflito para a trama. E além disso, foi lançado um concurso no blog fictício de um personagem, onde os telespectadores puderam mandar vídeos parodiando o primeiro da história. O vencedor fez uma participação na novela. O sucesso da estratégia também se vê na audiência televisiva: os números são bem maiores do que a emissora vinha alcançando em novelas passadas do mesmo horário. Ao aliar televisão, internet e mundo real, a Globo dá um bom exemplo, inclusive de simples execução, de como usar a narrativa transmídia, agregando novos públicos e aumentando a audiência de seu principal meio de comunicação, a TV.

O foco do projeto "Todo Dia" em um nicho específico da audiência também se mostra como um acerto:

> Um produtor transmídia se difere no sentido de visualizar, inicialmente, um engajamento social - através de estratégia em multiplataformas de mídias, visando por seguinte à rentabilidade financeira. Promover o engajamento é transformar o cliente (ou público) em parte da história que está sendo contada, permitindo um real envolvimento das pessoas, direcionando os veículos de comunicação para a criação de um ambiente transmidiático. (ARNAUT, [et al], p.4)

Nuno Bernardo (2011) caminha na mesma direção ao dizer que "transmídia é sobre achar uma audiência, conectar com comunidades existentes e ativar essa audiência". Em seus estudos sobre a participação do público em projetos de narrativa transmídia, Bernardo enumera quatro razões pelas quais a audiência se envolve: humor, na busca de diversão; status, procurando por fama; prêmio, atrás de uma recompensa; e causa, na defesa de alguma ideia, causa. A escolha do público evangélico para o direcionamento do produto atinge um engajamento social ambientado na religião. Desse modo, a razão de envolvimento do público no projeto "Todo Dia" é a causa, pois atrai um perfil de audiência que crê e defende a Bíblia e seus princípios.

Além do caráter inédito do projeto quando se pensa num produto seriado de narrativa transmídia feito para os evangélicos, a segmentação da audiência por esse critério apresenta-se bastante favorável quando se pensa mercadologicamente.

O censo do IBGE de 2000 projetava que até 2010 o número de evangélicos no Brasil cresceria de 25 milhões para aproximadamente 55 milhões. Segundo pesquisa do economista Marcelo Neri, da Fundação Getúlio Vargas, com base em dados do IBGE, entre 2003 e 2009 os evangélicos passaram de 17,9% para 20,2%

do total de brasileiros, atingindo o número de cerca de 40 milhões de pessoas. O Instituto Datafolha, em sua pesquisa sobre a porcentagem das religiões no país constatou que em todos os estados o número de evangélicos pentecostais ocupa o segundo lugar, ficando atrás só dos católicos.

Através de recente pesquisa divulgada, sobre o ano de 2010, o IBGE constatou novos números que mostram o crescimento da religião evangélica no Brasil. O aumento foi de 15,4%, no ano 2000, para 22,2%, em 2010. Dos que se declararam evangélicos, 60,0% eram de origem pentecostal, 18,5% se disseram missionários e 21,8% evangélicos não determinados.

Recentemente, mostra-se notável a participação dos evangélicos na internet. Como exemplo pode-se destacar a rede social *Facebook*. Segundo ranking das páginas mais engajadas da rede, feito pelo site *All Facebook*, em primeiro e segundo lugar encontram-se *Jesus Daily* e *Dios Es Bueno*. Em quarto aparece *The Bible*, além de *Jesus Christ* em décimo terceiro.

No estado do Espírito Santo, uma pesquisa realizada pela Revista Comunhão recolheu dados interessantes. Dos evangélicos entrevistados, cerca de 58% disseram que usam computador e 50% acessam a internet. De 2010 para 2011, o uso de emails subiu de 79,75% para 85,96%, a visita a blogs foi de 10,38% para 13,80%, e o acesso aos sites das igrejas cresceu de 21,7% para 34,38%. No que diz respeito às mídias sociais, o *Twitter* teve aumento de 5,57% para 15,25%, e o *Facebook* foi de 4,56% para 26,63%. A escolha das mídias trabalhadas no projeto também possui justificativa.

Uma das mídias a que se dedica o projeto é o dispositivo móvel. Em "Todo Dia", objetiva-se a elaboração teórica de um aplicativo para o seriado, uma adaptação do conteúdo da série na web (site, redes sociais) para a interface móvel, o qual funciona como um receptor das atividades desenvolvidas pelo protagonista. A ComScore lançou uma pesquisa recente que mostra que quatro em cada cinco minutos de consumo de mídia nos smartphones é feito por meio de aplicativos. E o *Facebook* ocupa o segundo lugar no ranking dos mais acessados. Através da pesquisa *Mobile Modes*, realizada em 2012 pelo Yahoo! Brasil com 750 brasileiros entre 14 e 54 anos que usam a internet pelo menos uma vez por semana, descobriu-se que 65% dos participantes optam por sites que possam ser acessados de

qualquer dispositivo e não se importam com anúncios no conteúdo, desde que possuam uma experiência interativa e de entretenimento.

Outra importante plataforma midiática do projeto é a internet disposta mais precisamente como dispositivos fixos, os computadores. A elaboração teórica do site do programa também é objetivo do projeto, além da participação do protagonista nas redes sociais *Twitter* e *Facebook.* E falar de internet é falar de um mercado em constante crescimento. De acordo com o relatório produzido pelo *Interactive Advertising Bureau* (IAB Brasil), a internet se posiciona em segundo lugar no ranking de veículos com receita publicitária no país. No total, a web conseguiu 11,98% de publicidade do primeiro trimestre de 2012, superando os jornais. A estimativa da IAB é de que a web feche o ano com 13,7% de participação no mercado publicitário. Como o projeto "Todo Dia" objetiva a disponibilização grátis de conteúdo em todas as suas mídias, a participação publicitária online é fundamental, seja qual for o modelo de negócio específico escolhido. Outro estudo realizado pela Comscore mostra o enorme crescimento de visualizações de vídeos online na América Latina. O aumento foi de 74% em 2011, sendo que a região apresenta o maior consumo desse material no mundo. Dessa forma, a disponibilização de conteúdo em vídeo no site do seriado "Todo Dia", inclusive como peça fundamental da narrativa transmídia, também se mostra certa.

Um meio que praticamente dispensa justificativa é a televisão. Um fenômeno que parece crescer a cada dia é o chamado hábito da "segunda tela", no qual o público assiste à televisão enquanto acessa à internet por algum dispositivo. Segundo a pesquisa Social TV, do Ibope Nielsen Online, realizada em 13 regiões metropolitanas e divulgada em junho de 2012, 43% dos internautas assistem à televisão enquanto navegam. Destes, 59% afirmam fazer isso todos os dias. O uso da internet constitui-se por diferentes tarefas. 70% das pessoas dizem que procuram na rede informações sobre o que está sendo mostrado na TV, desses, jovens de 15 a 19 anos são os que mais comentam sobre a televisão na internet. Além disso, outro interessante dado é o de que 80% afirmam ter ligado a televisão ou trocado de canal por causa de alguma mensagem recebida na rede.

Por fim, a elaboração da bíblia de produção transmídia se consolida como um forte documento que dá grande potencial para a realização do seriado no mercado audiovisual.

2.9 RESULTADOS OBTIDOS

Os resultados esperados relatados no começo do projeto eram os seguintes:

- Elaboração de roteiros para os episódios com intenção de veiculação na televisão digital, com ferramentas interativas e que remetam os usuários telespectadores para as outras mídias, além de tramas que expressem temáticas verdadeiramente cristãs, com embasamento bíblico.
- Elaboração parcial de uma bíblia de produção transmídia abrangente de todas as mídias que a narrativa do seriado abarcar, capaz de transformar o projeto do seriado em prática no futuro.

Com a pesquisa finalizada, pode-se dizer que os objetivos foram alcançados e os resultados são completos.

Com relação ao primeiro item, tem-se pronto a sinopse, o argumento, a elaboração dos personagens, e o conjunto de roteiros dos três episódios da narrativa transmídia. Tal conjunto é constituído por roteiros e explicações separados de cada mídia em que a história se passa: televisão digital interativa, internet através de site e mídias sociais, e dispositivos móveis através de aplicativo. Os modos pelos quais a trama se conecta entre as plataformas também estão descritos. Os roteiros de todos os episódios também carregam embasamento bíblico em sua temática, refletindo a preocupação de se comunicar com o público evangélico de forma efetiva.

Sobre o item 2, está completa a elaboração da bíblia de produção transmídia proposta, abordando todo o funcionamento do serviço da primeira temporada do seriado "Todo Dia".

2.10 PRODUÇÃO DO PESQUISADOR

O produto final do trabalho está concluído. A bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia", de autoria do próprio pesquisador, possui sua composição proposta pronta, e os roteiros das mídias dos episódios do seriado estão elaborados.

Como produção científica, tem-se a participação nos seguintes eventos, com a apresentação de trabalhos e artigos publicados em anais:

- II Simpósio Internacional de Televisão Digital. Da Bíblia ao Click: evolução e constância do conteúdo evangélico nas mídias eletrônicas (2011)
- Simpósio LUSOCOM. The Office Convergência Entre Formatos na Criação do Mock-Documentary Seriado (2011)
- XVI Congresso INTERCOM Sudeste. The Office O Mock-Documentary Seriado (2011)

2.11 PARCERIA INSTITUCIONAL

O projeto ainda não possui parceria institucional. O objetivo final compreende a elaboração teórica do produto audiovisual, mas, futuramente, parcerias serão bem-vindas e necessárias para sua efetivação no mercado.

2.12 IMPACTOS

A composição da bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia" possui um objetivo futuro ambicioso, pois trabalha com televisão digital interativa, juntamente com outras mídias, como os modernos aplicativos telefônicos, e foca seu público nos evangélicos. Como a meta acadêmica termina em sua composição teórica, ou seja, a elaboração do roteiro dos episódios e o documento final da bíblia de produção transmídia, baseada num modelo já existente, é complicada a medição atual dos impactos gerados pelo projeto.

Mas, futuramente, são esperados impactos no mercado de trabalho. Almeja-se a produção do seriado no cenário audiovisual transmídia brasileiro. Como esse é um campo recente e pouco preenchido quando se fala em televisão - na publicidade já se notam vários *cases* - não se sabe exatamente como isso se dará. Existem opções como parceria ou venda para uma produtora, *pitchings* de emissoras, aproveitamento de editais de cultura e até parceria com uma igreja.

Cientificamente falando, o projeto possui grande caráter inovador tendo em vista os estudos sobre comunicação e religião brasileiros, pois aproveita o *boom* transmídia em que o mercado audiovisual vive e insere um determinado público religioso como foco de audiência, demonstrando ciente limitação de alcance. Também espera-se uma boa resposta socioeconômica de aproveitamento do seriado em suas diversas mídias, tendo em vista os números (já relatados no desenvolvimento do relatório) de crescimento e participação do público evangélico na comunicação.

2.13 EQUIPE

A equipe é formada pelo pesquisador Túlio Franco da Mata Heitor, pela orientadora Prof. Dra. Letícia Passos Affini, e pelo coorientador Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda.

A participação dos orientadores foi essencial para o desenvolvimento do projeto, desde o apoio ao tema escolhido pelo pesquisador até a grande dedicação ao direcionamento da pesquisa.

2.14 DIFICULDADES

Como o objetivo do projeto é a elaboração de um produto cujo formato é recente, uma bíblia de produção transmídia, há a dificuldade de referencial teórico. Um modelo foi utilizado, o livro *How to Write a Transmedia Production Bible* (HAYES, 2011), mas não foi encontrado nenhum exemplo pronto para comparação. Também não existem ainda padrões da escrita de roteiros de projetos transmídia, o que foi feito pelo pesquisador através do formato de roteiro de ficção e mapa conceitual.

A bíblia transmídia é um documento muito extenso e completo, que permeia várias etapas na produção de um produto de narrativa transmídia, muitas que não correspondem ao domínio do pesquisador, essa foi outra dificuldade, a falta de conhecimento sobre todos os assuntos que a bíblia pede, por isso o produto final é uma parte do modelo escolhido.

No aspecto financeiro, nota-se que o programa não dispõe de bolsas de estudo, o que limita a quantidade de investimento no projeto em questão, até porque não se conseguiu nenhum apoio ou parceria de qualquer outra espécie.

Em relação ao público-alvo do seriado "Todo Dia", os evangélicos, não existem muitas pesquisas acerca das preferências por gêneros e formatos de programas televisivos, o que dificulta a orientação da escrita.

Por fim, a orientadora da pesquisa precisou se afastar e houve uma certa demora para a escolha de um coorientador, o que fez com que o trabalho fosse escrito sem correção por muito tempo.

2.15 COMENTÁRIOS GERAIS E PERSPECTIVAS

Cursar a pós-graduação é um período realmente muito desafiador. As obrigações são muitas e organizar a agenda junto com trabalho e vida pessoal não é fácil. São tarefas das disciplinas cursadas, elaboração de artigos, apresentação de trabalhos, composição do relatório técnico-científico e desenvolvimento do produto de pesquisa. A hierarquização das responsabilidades diante de tantos compromissos não é uma ciência exata. Mas o desenvolvimento do projeto está aqui.

A bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia" se consolida como um importante documento para a produção do programa no mercado audiovisual, e essa é a principal perspectiva. Com a bíblia completa, o desenvolvimento de um bom número de roteiros do seriado nas diversas mídias, e a elaboração de um modelo de negócio, será possível a constituição de parcerias para a realização prática do que por enquanto é teoria.

O crescimento populacional dos evangélicos é grande, e a participação destes na mídia também aumenta a cada dia. As plataformas midiáticas utilizadas no projeto possuem grandes números e diferentes formas de uso pela população. Tais fatores constituem boas expectativas para o sucesso do produto no futuro.

O aproveitamento da interatividade da televisão digital focado em um determinado tipo de público parece um caminho seguro de investimento.

Toda a informação reunida ao longo da dissertação também poderá ser aproveitada em trabalhos futuros sobre narrativa transmídia, seriados audiovisuais e religião evangélica.

A BÍBLIA DE PRODUÇÃO TRANSMÍDIA DO SERIADO "TODO DIA"

3 A BÍBLIA DE PRODUÇÃO TRANSMÍDIA DO SERIADO "TODO DIA"

Aqui se encontra o principal resultado da pesquisa, seu produto, a elaboração da bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia", de autoria do próprio pesquisador. Segundo Gary Hayes:

> A Bíblia de Produção Transmídia é essencialmente um documento que capta a história principal e projeta elementos de propriedade intelectual, regras de engajamento, questões funcionais e técnicas entre múltiplas plataformas, e uma visão geral do plano de negócios e marketing. (HAYES, 2011, p.1)

Resumidamente, a bíblia é um documento que reúne todas as etapas necessárias para a efetivação do produto, com detalhes sobre seu desdobramento em várias mídias desejadas, inclusive a televisão digital. O modelo de bíblia de produção transmídia a ser seguido é o de Gary Hayes (2011), intitulado *How to Write a Transmedia Production Bible*. Esse modelo é muito extenso e apresenta tópicos que não correspondem ao interesse e domínio da pesquisa. Ele possui 5 capítulos, intitulados: Tratamento*;* Especificação Funcional*;* Especificação de Design*;* Especificação Tecnológica; e Negócios e Marketing. O objetivo do trabalho é constituir uma bíblia de produção transmídia preenchida pelos capítulos Tratamento e Especificação Funcional, pilares referentes ao domínio e interesse do pesquisador.

3.1 TRATAMENTO

TAG LINE

Acompanhe e interaja nas situações enfrentadas por Sammuel ao falar de Jesus "Todo Dia" e participe do conteúdo extra na internet e em seu dispositivo móvel.

HISTÓRIA PASSADA E CONTEXTO

Todo Dia é um produto audiovisual de narrativa seriada que trabalha a religião evangélica em sua trama:

"Sammuel, jovem evangélico de 18 anos, nascido e criado em uma pequena cidade do interior de São Paulo, acaba de passar no vestibular para Jornalismo, em Bauru. Costumeiramente, Sammuel frequenta todo domingo a Igreja Pentecostal

Renascimento em Cristo, desde criança. Mas isso nunca foi motivo para que tivesse uma vida diferente da dos demais. Já quebrou vidro do vizinho e fugiu, já fez espetáculo no Super Nintendo, provou cerveja com cara de nojo aos 13 anos, deu o primeiro beijo com 14, aos 15, com a ajuda de uma revista, descobriu o prazer de seu próprio corpo, passou o baseado de uma mão para outra na rodinha e bateu muito a cabeça no show do CPM 22. Ale e Bia, seus melhores amigos, presenciaram algumas situações. Em meio a tudo isso, Sammuel continuava a frequentar a igreja todo domingo, por influência da mãe. Com o tempo, essa prática se torna mais mecânica do que significativa.

Apesar de crer na vida de Jesus e saber da necessidade de "reconhecer a Cristo como salvador para obtenção da vida eterna", Sammuel sempre foi frio em relação a isso e nunca falou muito sobre o assunto. O comodismo, a preguiça, a vergonha e principalmente o medo da reação de seus amigos nunca o deixaram pregar o que acreditava. Ele conhece e crê na passagem bíblica contida em Romanos 10:9: “Se com a tua boca confessares ao Senhor Jesus e, em teu coração creres que Deus o ressuscitou dentre os mortos, serás salvo.” Sammuel já aceitou Jesus como seu Senhor e confia que sua salvação está garantida, mas a frieza com que conduz seu relacionamento com Deus o impede de levar essa mensagem a outras pessoas. Samuel é um convencido, e não um convertido. Desse modo, Deus sempre ficou em segundo plano em seus objetivos, era pra quando sobrasse um tempinho na semana. Se Deus estava em segundo plano, outras coisas também estavam, como sua família.

O pai de Sammuel nunca foi muito presente em sua vida. Apesar de não serem brigados, não mantinham muito papo. Se o pai não estava preocupado com as descobertas do filho na vida, Sammuel também não corria atrás de compartilhar seus sentimentos. Apesar de anos de insistência da mãe, seu pai não se sentia a vontade na igreja e não acreditava em nada do que o pastor dizia. O fato de seu carro ser pior do que o do líder de uma simples igrejinha só aumentava a certeza que sempre teve: pastor só quer saber de dinheiro.

Mesmo sem pegar uma bíblia para ler a anos, a cada culto Sammuel sente o mesmo incômodo: sabe que precisa falar da salvação em Cristo para seu pai, mas a iniciativa nunca vem. Ele sempre deixa pra depois; até que um dia esse depois acaba.

O culto de domingo estava acabando. O último louvor estava sendo ministrado. Sammuel olhava em volta e admirava as pessoas de olhos fechados, adorando a Deus com grande emoção. Em seu coração, o incômodo de sempre. Mas tudo ao redor lhe parecia indiferente. Ele abaixa a cabeça, fecha os olhos e suspira: “eu queria te sentir”. Quando levanta os olhos, enxerga um pequeno ramo de trigo brotando no púlpito do pastor. Fica assustado, olha ao redor e repara que ninguém havia percebido o vegetal. Ele chama sua mãe e aponta para o altar. Ela não entende e fecha os olhos de novo, irritada por ter sido interrompida durante o louvor. Sammuel sente um peso enorme nas costas e suas pernas não aguentam: ele cai de joelhos no chão. Quando consegue levantar a cabeça, vê o trigo brotando por todos os lados da igreja. Profundamente apavorado, ele começa a chorar e chama pelas pessoas ao redor, que não o escutam. Uma voz entra em sua cabeça: “Eu só estava esperando pelo convite. Sou esse seu incômodo, que só eu conheço. Minha seara é grande, assim como esse trigo. Mas eu te chamei entre os ceifeiros. Te escolhi porque é forte. Agora você já me sentiu.” Um grande brilho bate em seus olhos. Por um segundo ele apaga. Quando acorda está em pé no seu lugar, e a igreja está exatamente igual ao começo do culto, sem nenhum sinal de trigo. O pastor faz a última oração e o culto acaba. Sammuel conta tudo à sua mãe que, profundamente emocionada, acompanha o filho com pressa de volta a casa, para ter uma conversa séria e necessária com seu pai. Chegando próximo ao local, eles avistam as luzes da sirene de um carro policial. Alguns vizinhos observam o ocorrido. Os pais do Alê e da Bia esperam angustiados por Sammuel e sua mãe. Ambos assustados recebem a notícia de que sofreram uma tentativa de assalto. Ao perguntar por seu pai, Sammuel ouve o pior: ele reagiu ao bandido e morreu baleado no peito. A mãe de Sammuel cai e chora desesperada. O jovem fica atônito e seu coração é invadido por um arrependimento feroz: seu pai se foi sem ouvir sobre Jesus de seus lábios. Apesar de grande tristeza, ele tenta consolar sua mãe.

Depois de 3 semanas, passadas praticamente dentro do quarto, Sammuel precisa ir para a faculdade, é chegada a data da matrícula. A vontade é de ficar em casa. Sua mãe ainda está muito triste, apesar do apoio de todos. Ao procurar por um chinelo embaixo da cama, Sammuel encontra a calça que estava usando no dia da morte de seu pai. Sua tristeza volta e ele solta a calça no chão. Ao cair, uma coisa pequena e estranha sai do bolso. Sammuel a pega e percebe que é um ramo de

trigo. Imediatamente suas lembranças retornam e seu coração bate acelerado. Aquelas palavras voltam a sua cabeça: “agora você já me sentiu, te chamei porque é forte”. Samuel sabe o que precisa fazer.

Ele corre até sua mãe e mostra o trigo. Ele sabe que a seara é grande. Não pode mais ficar em seu quarto, esperando por nada. Decide ir a faculdade. E junto com isso, decide não sentir nunca mais o arrependimento que sentiu no dia da morte de seu pai. Uma tarefa difícil e corajosa vem à sua cabeça: resolve falar de Jesus para pelo menos uma pessoa, todos os dias, não importando lugar, momento ou situação."

SINOPSE

Aqui apresenta-se a sinopse da primeira temporada do seriado "Todo Dia". A narrativa acontece em 3 diferentes plataformas: televisão digital, internet e aplicativo para dispositivo móvel. O funcionamento e as ligações entre elas são explicadas em tópicos posteriores na bíblia de produção transmídia. A primeira temporada do seriado é composta por três episódios.

- 1º Episódio - E Se Tiver Que Beber?

No primeiro dia de aula da faculdade em Bauru, os veteranos de Sammuel organizam um trote com todos os calouros, são brincadeiras cheias de sujeira, tinta, farinha, bexigas d'água, entre outros objetos. No trote, Sammuel tem a oportunidade de conhecer Jéssica, uma aluna de sua sala. Marcelo, o veterano que comanda a bagunça, não gosta da conversa entre os dois e arremessa uma bexiga d'água em Sammuel, demonstrando inimizade.

A brincadeira muda e Marcelo ordena um novo jogo, onde todos os calouros terão que beber tequila, numa disputa entre duas equipes. Ao olhar para a garrafa, Sammuel tem uma lembrança ruim sobre um evento no passado que envolveu a bebida. O *flashback* diz respeito a uma festa que Sammuel foi junto com seu amigo de infância, Alê, em sua cidade natal. Na ocasião, Alê incentivou Sammuel a beber tequila, pela primeira vez na vida, para que tomasse coragem de conversar com Nati, uma garota de quem ele gostava. Sammuel acabou abusando na bebida e passou a mão no corpo da garota de forma inapropriada. Nati ficou furiosa e Sammuel e Alê foram embora da festa constrangidos.

De volta da lembrança, quando começa a nova brincadeira no trote, Sammuel se nega a beber e sua equipe perde por sua causa. Todos ficam desapontados e Marcelo o xinga. A equipe de Jéssica é vitoriosa e ela vem perguntar porque Sammuel não quis beber. Ele começa a explicar sobre domínio próprio e fala sobre Paulo na Bíblia. Jéssica não entende nada e diz que precisa sair para vomitar, mas que ficou interessada no assunto. Observando-a indo embora, Sammuel escreve algo em seu celular e fica olhando para a garrafa vazia de tequila no chão, pensativo.

- 2º Episódio - "E Se Ela Der Mole?”

Deitado em sua cama, Sammuel conversa por celular com sua amiga de infância, Bia. Ele comenta que está pensando em ir na festa que vai ter no mesmo dia a noite. Bia pergunta se ele vai, Sammuel diz que não sabe. Ela pergunta se Jéssica estará na festa, Sammuel desconversa e Bia orienta-o para seguir seu coração. Sammuel exclama que o coração é enganoso. Bia não entende e eles finalizam a ligação. Sammuel fica pensando olhando para o teto e escreve algo em seu celular.

Sammuel decide ir à festa. Lá, em meio a música alta e multidão, ele procura por alguém para poder falar de Jesus e fica de olho para ver se Jéssica está presente. Sammuel avista uma menina muito bêbada chorando com um copo na mão e decide averiguar qual é o problema. Ela explica que viu o namorado beijando outra garota, Sammuel tenta consolá-la dizendo que Jesus a ama, mas ela não consegue escutar. Quando Sammuel se prepara para gritar, alguém chuta a tomada da caixa de som e todos da festa escutam sua voz dizendo bem alto "Jesus te ama!". Todos riem e Sammuel fica super constrangido. Um homem na festa se surpreende e começa a observá-lo. A menina se joga nos braços de Sammuel chorando, dizendo que seu namorado não a ama.

Nesse momento, surge Jéssica com uma roupa sensual. Os olhos de Sammuel percorrem todo o seu corpo. O homem que observa-o dá risada de sua reação. Jéssica brinca com Sammuel, dizendo que ele está se aproveitando da menina. Ele nega, dizendo que é um mal entendido. Jéssica diz que está feliz em vê-lo, Sammuel fica contente.

Quando vão continuar a conversa, começa a tocar uma música funk e Jéssica o arrasta para dançar. Ela dança de forma muito sensual e ele não consegue tirar os olhos de seu corpo. Na sua lembrança, vem a frase que disse mais cedo na conversa com Bia: "o coração é enganoso". Ele olha em volta e começa a se perguntar o que está fazendo ali. Decide ir embora. Avisa Jéssica, ela não consegue escutar. Sammuel lhe dá as costas e vai embora. Jéssica fica sem entender nada. O homem que observa Sammuel exclama a frase: "com esse aí dá pra trabalhar".

- 3º Episódio - "Pra Que Discutir?"

O celular de Sammuel desperta e ele acorda em sua cama. Enxerga um bilhete no chão perto da porta. Sammuel lê o papel intrigado e anota o conteúdo no celular. Percebe que está atrasado para a aula e sai correndo.

Na faculdade, a professora de ética ministra uma aula sobre filosofia, falando do conceito de "verdade". Sammuel chega atrasado. Após explicar o conteúdo, a professora pergunta se alguém tem uma concepção do que é a verdade. Sammuel levanta a mão e começa sua resposta falando da Bíblia. A professora logo revira os olhos e o resto da sala faz barulhos de insatisfação. A professora diz que a verdade descrita na Bíblia não apresenta possibilidade de prova, Sammuel discorda e a discussão fica exaltada.

A professora decide encerrar a aula, concluindo que a verdade é instável e sempre gera discussões fervorosas. Todos começam a se levantar. Sammuel vai chamar Jéssica para almoçar, mas ela logo o interrompe questionando o porquê daquela discussão e traz à tona o assunto dele ter ido embora da festa sem explicação. Jéssica diz que gostava de Sammuel, mas que agora ele parece muito estranho. Ela sai e ele observa-a se afastar, o resto da sala também o ignora. Seu celular toca, é um lembrete do conteúdo do bilhete que havia anotado mais cedo. Sammuel tira o celular e o bilhete do bolso, a mensagem diz: "Tem mais doido igual você. Av. X, nº Y."

Sammuel vai até o local indicado. Quem abre a porta é Jorge, o homem que o observava na festa. Jorge diz que sabia que Sammuel viria. Sammuel começa a discutir com o homem, indignado com o bilhete. Questiona sobre o conteúdo do recado, pergunta como ele conseguiu entrar no prédio dele e diz que poderia ter chamado a polícia. Jorge pede para Sammuel se acalmar. Ele se surpreende e

pergunta como ele sabe seu nome. Jorge explica que tem um aluno que mora no mesmo prédio de Sammuel, e que ele lhe disse seu nome. Sammuel pergunta se o local que estão é uma escola. Jorge o convida para entrar para entender o que é. Desconfiado, Sammuel aceita entrar.

Após subir uma escadaria, Sammuel enxerga vários grupos de jovens num salão. Alguns dançam, outros bricam com fantoches, outros andam de skate. Jorge lhe diz que teve razão ao afirmar que havia mais doidos iguais a ele. Sammuel avista o nome "Jesus" pixado em diferentes tons nas paredes do local. Ele percebe que é uma igreja, e uma igreja muito diferente. Sammuel pergunta a Jorge como ele sabe de sua fé. Jorge explica que estava na festa e ouviu Sammuel gritando "Jesus te ama!". Sammuel fica envergonhado. Jorge diz que aquilo foi demais e que resolveu chamá-lo pra conhecer o pessoal da igreja. Ele apresenta Sammuel para todos e lhe diz que ele não está sozinho, existem mais ceifeiros. Sammuel observa tudo sorrindo.

"Todo Dia" é um seriado, e sua principal mídia de desenvolvimento é a televisão digital, onde o usuário encontra um primeiro nível de interatividade. Seu conteúdo se estende para a internet em site próprio e no perfil do protagonista nas mídias sociais. Além disso, há o aplicativo da série para dispositivos móveis.

PONTOS DE ENTRADA

Para melhor compreensão do funcionamento do projeto, eis uma lista dividida em fases de seu lançamento com destaque para pontos de entrada e elementos importantes do arco de sua narrativa.

1- Criação do perfil do protagonista e outros personagens

Será criado o perfil de Sammuel e alguns personagens no *facebook* e no *twitter*. Eles desenvolverão suas vidas *online* antes do lançamento do produto audiovisual em si. Nessa fase, Sammuel compartilhará seus objetivos de vida, que refletirão os objetivos na trama.

2- Criação do site e lançamento de trailer

Após um período de contato social nas mídias, será criado o site do produto "Todo Dia", que trará como inauguração principal um vídeo *teaser* com hospedagem no *youtube*. O vídeo contará em formato de *trailer* um breve contexto histórico do protagonista e indicará seu objetivo na série. Além disso o site contará com:

- Um mural onde os usuários poderão compartilhar palavras e testemunhos sobre o tema ou passagem bíblica do episódio exibido na televisão
- Um espaço de explicação mais detalhado acerca do tema bíblico trabalhado no episódio exibido na televisão
- Um espaço de vídeos, que contará com os episódios exibidos na televisão (após a exibição), além de episódios com tramas paralelas ao da narrativa televisiva
- Um espaço de enquetes e sugestões para o seriado
- Um espaço similar a um blog, onde o protagonista expressará suas reflexões escritas

3- Exibição na televisão digital

Com a data marcada no vídeo *trailer*, o seriado estreará na televisão digital, com utilização de interatividade. Através de arte gráfica, surgirá um ícone na tela que indica a opção de interatividade. Um exemplo são perguntas sobre o que está acontecendo na narrativa. Durante uma conversa do protagonista poderá aparecer a pergunta "Qual o endereço da passagem bíblica que Sammuel está se baseando?" Através do controle remoto, o usuário poderá responder a pergunta de múltipla escolha e receber uma indicação de acerto ou erro. Através de arte gráfica, cada episódio televisivo também carregará os endereços do seriado na internet e nas mídias. Dessa forma, o usuário é enviado de volta ao site.

4- Conteúdo extra participativo do site

No site, o usuário poderá conferir o que já foi explicado no item 2. Além disso, encontrará informações que o levam para o aplicativo para dispositivos móveis.

5- Aplicativo para dispositivos móveis

O aplicativo da série funciona como um receptor de arquivos da vida do protagonista Sammuel. Ao baixar o aplicativo gratuito, o usuário de dispositivo móvel

receberá fotos, vídeos, arquivos de áudio e texto do programa periodicamente. Os arquivos recebidos servirão de pistas e atração para os próximos episódios da TV. O aplicativo possuirá a opção de compartilhamento dos arquivos entre amigos que possuam-no e através das mídias sociais.

CARACTERIZAÇÃO E ATITUDE

Sammuel: É o protagonista da história, um jovem evangélico de 18 anos, nascido e criado num pequena cidade do interior de São Paulo, que acaba de passar no vestibular para Jornalismo, em Bauru. Sammuel tem o objetivo de falar da salvação em Jesus Cristo para pelo menos uma pessoa todo os dias da sua vida.

Alê: Melhor amigo de Sammuel, desde a infância. Sempre esteve disposto a ajudar seu amigo no que precisasse. Com Sammuel em Bauru, Alê se torna um ponto seguro na cidade natal, um conselheiro de plantão pelo telefone ou internet.

Bia: Melhor amiga de Sammuel, também desde criança. Juntamente com Alê, os três formavam um trio inseparável na infância. Bia é o ponto de vista feminino na vida de Sammuel, em quem ele busca conselho em assuntos que Alê não domina.

Jorge: Líder dos jovens da igreja que Sammuel conhece em Bauru. Sempre disposto a ajudar. Fonte de conselhos e orientações para o jovem, quando esse solicitar.

Jéssica: Colega de sala que Sammuel conhece na faculdade. A amizade entre os dois é imediata, embora ele esteja confuso sobre seus verdadeiros sentimentos para com ela.

Marcelo: Estudante veterano do curso de Sammuel. Há uma inimizade entre os dois e Marcelo é uma grande fonte de conflitos, um antagonista para a história.

Para melhor definição dos personagem Sammuel, ele foi submetido a uma entrevista baseada no livro *O Roteirista Profissional*, de Marcos Rey:

1-Onde você nasceu?

Numa cidade pequena, no interior de SP.

2-Você é natural da cidade onde a história se desenvolve?

Não. A história se desenvolve na cidade onde curso faculdade, Bauru. Mudei-me para lá.

3-Veio para ficar ou está só de passagem?

Vim para ficar.

4-A que raça pertence?

Sou latino.

5-Qual é a sua profissão?

Por enquanto, sou apenas estudante. Mas preciso conseguir um emprego em Bauru para conseguir bancar minha vida.

6-Gosta dela ou lhe foi imposta?

Gosto dela. Estudei para passar no vestibular o qual estou cursando.

7-Qual é seu grau de escolaridade?

Estou cursando o ensino superior.

9-Tem religião? Qual? Professa-a?

Tenho, sou evangélico. Atualmente, passei por uma grande experiência que transformou meu caráter e minha forma de ver o mundo. Desse modo, professo-a, e é o que mais pretendo fazer na faculdade, espalhar o que creio todos os dias.

10-Como é seu temperamento? Calmo ou agitado?

Sou calmo, muito observador.

11-Dá-se bem com a família?

Sou filho único. Sempre me dei bem com minha mãe, mas não tinha muito contato com meu pai. Minha mãe sempre me levou à igreja e tínhamos certa liberdade para conversas. Nunca briguei com meu pai, mas éramos meio sem assunto, não nos entendíamos muito bem, não falávamos a mesma língua. Ele morreu recentemente.

12-Como foram sua infância e juventude?

Minha infância foi boa. Passei por todas as fases que uma criança passa. Já quebrei vidro do vizinho e fugi, já fiz espetáculo no Super Nintendo, provei cerveja com cara de nojo aos 13 anos, dei o primeiro beijo com 14, aos 15, com a ajuda de uma revista, descobri o prazer de meu próprio corpo, passei o baseado de uma mão para outra na rodinha e bati muito a cabeça no show do CPM 22. Alê e Bia, meus

melhores amigos, presenciaram algumas situações. Nunca passei necessidades e fui conhecendo as coisas aos poucos. A música sempre me envolveu em várias situações e o rock sempre foi minha paixão. Na escola minhas notas não passavam muito da média, mas tinha um grande aproveitamento nas matérias sobre língua portuguesa, sempre gostei muito de ler e escrever. Também trabalhei quando jovem, fui ajudante de tudo: açougue, locadora, cobrador de ônibus, etc. Enfim, passei por muitas coisas na curta duração de minha vida, mas aprendi com todas, aprendi a me virar. Uma coisa que poucos sabem sobre mim é que sempre escrevi muito, sempre botei minhas ideias e pensamentos no papel. Sempre andei com um bloco e uma caneta no bolso para anotar tudo que me viesse à mente. Hoje tenho um *smartphone* que ganhei da minha madrinha no último natal. Escrevo tudo nele, além de levar a Bíblia dentro também.

13- Já viveu um grande amor? Marcou sua vida?

Já fiquei com algumas meninas, já levei uns foras, já dei alguns. Mas nada que me marcasse de verdade. Quem sabe nessa próxima fase da minha vida, a faculdade, esse grande amor aconteça.

14-Tem algum ideal político?

Não tenho posicionamento quanto a isso. Mas quando vem em discussão, procuro me referenciar na Bíblia.

15-O que pretende da vida a curto, médio e longo prazo?

A curto-prazo pretendo organizar minha vida. Depois de sofrer a morte de meu pai, consegui me libertar da depressão e resolvi enfrentar a faculdade. Quero me dedicar aos estudos, viver novas experiências, entender o que aconteceu recentemente comigo. Passei por uma grande experiência com Cristo e quero fazer isso valer para minha vida. Recebi um chamado de evangelizar uma pessoa por dia, todos os dias, e quero cumpri-lo. Não sei o que me aguarda pela frente, tudo é novo: cidade, amigos, estudos, meninas. Na cidade que vou morar, sei da necessidade de encontrar uma igreja para buscar apoio, também pretendo fazer isso. Quando me inscrevi em jornalismo, pretendia levar minhas ideias a algo maior, a mais pessoas. Nunca soube muito bem como, mas sempre cri que essa seria a profissão certa para me transferir do meu pequeno bloco para páginas maiores.

16-Tem muito amigos ou é taciturno?

Conhecidos nunca me faltaram. Não pertenço a uma grande cidade, por isso a maioria sabe quem sou, e também conheço a maioria. Mas amigos de verdade são poucos. Meus vizinhos, o Alê e a Bia, viveram as mesmas coisas que eu, passaram por todas as aventuras juntos de mim, são meus melhores amigos. Não sei como as coisas serão com relação a isso na faculdade. Não sei que amizades farei e quais conseguirei manter.

17-Possui cacoetes?

Não.

18-Costuma repetir certas palavras?

Algumas ideias permanecem fixas na minha mente. O que costumo repetir é uma expressão engraçada, principalmente quando oro: “Tamo junto, Jesus!”

19-Gosta de vestir-se bem ou é desleixado?

Procuro estar sempre confortável comigo mesmo. Isso quer dizer que gosto de me vestir bem. Só que não tenho frescura, uso o que tiver, ou me visto no tempo que precisar, etc.

20-Do que mais gosta ou o que mais odeia?

Eu gosto de pensar, gosto de refletir sobre tudo o que me acontece. E na maioria das vezes coloco essas reflexões no papel. Ultimamente tenho pensado muito em Deus e ligo todos os meus pensamentos a Ele. Fora isso, também gosto de um bom papo, de pessoas que sabem conversar bem, que tem histórias pra contar, gosto de aprender com os outros, sou curioso e adoro descobrir. Eu odeio egoísmo, odeio sentir-me pensando só em mim e odeio ver isso nos outros.

21-Aceita um drinque? Ah, não bebe. E Fuma?

Nunca fui de beber muito, mas nunca fui totalmente contrário a isso. Atualmente tento definir minhas opiniões. O cigarro é um nojo, não tenho vontade de experimentar. A bebida ainda está presente no meu cardápio, embora odeie me sentir dependente dela.

22-Qual sua altura e peso?

Tenho um corpo normal. Peso e altura medianos. Peso 70 quilos, com 1m80.

23-Pratica esportes? Quais?

Não sou muito esportista. Só me exercito quando sou convidado. Jogo bola com os amigos bem de vez em quando.

24-Já viajou muito ou pretende?

Nunca viajei pra muito longe. Meu conhecimento de lugares distantes se dá pela internet. Minha cidade foi onde passei a maior parte da minha vida. Pretendo viajar bastante. Como a maioria dos jovens da minha época, quero conhecer o mundo e ver o que ele tem pra oferecer, mas também quero oferecer ao mundo o que eu tenho.

25-Como é que anda de dinheiro?

Nos apertos. Minha família nunca foi rica. Com a morte do meu pai as coisas ficaram mais difíceis. Minha mãe está trabalhando vendendo doces e com costura, pra poder me ajudar com as despesas da faculdade. Estou economizando o máximo que posso e pretendo trabalhar.

26-Faça uma confissão.

Estou com medo, muito medo. Medo de não conseguir cumprir o que quero fazer, medo da reação das pessoas, medo de não ver resultados, medo.

Uma referência estética, a qual o seriado *Todo Dia* pode ser atribuído, é a novela *Malhação*, exibida pela Rede Globo.

ROTEIROS

Há uma temporada do seriado desenvolvida, composta de 3 roteiros de episódios escritos para a televisão, além dos roteiros dos episódios dispostos no site do programa e de orientações sobre o conteúdo do aplicativo para dispositivos móveis.

Todos eles foram desenvolvidos dentro da plataforma de escrita de roteiros Celtx e organizados por abas, de acordo com a mídia que cada roteiro visa. No apêndice do trabalho, encontra-se o desenvolvimento do texto integral dos roteiros do Episódio 01: "E Se Tiver Que Beber?"; do Episódio 02: "E Se Ela Der Mole?"; e do Episódio 03: "Pra Que Discutir?".

CENÁRIOS CENTRADOS NO USUÁRIO

Essa seção projeta a utilização das plataformas da narrativa transmídia por um usuário integrante do público-alvo do seriado. Desse modo, simula sua rota cronológica de utilização dos serviços, destacando seu estilo de vida e a relevância

do projeto no seu dia. Define seus pontos de entrada no serviço e elementos que vão motivá-lo e chamá-lo para a ação.

1- Primeiro contato - Televisão: Tendo o episódio do seriado na televisão como primeiro contato, o usuário habitua-se com o período de transmissão e tem acesso ao conteúdo e formato do programa. O episódio também disponibiliza a opção de interatividade através do controle remoto, com um jogo de perguntas e respostas; e informações gráficas que remetem o usuário ao site do seriado na web. O episódio também mostra o protagonista utilizando um celular para registro de suas atividades através de fotos, vídeos e documentos de texto. Essas informações também são direcionadas ao perfil fictício do protagonista no *facebook* e *twitter*, e algumas vão para o aplicativo de dispositivo móvel. Desse modo, o usuário que assiste ao programa na televisão pode continuar usufruindo de conteúdo no site do programa, nas redes sociais e através de um aplicativo em seu dispositivo móvel. No site, o usuário pode conferir conteúdo em vídeo (que conversa com a narrativa na TV) e há maiores informações sobre o tema de fundo exposto durante o episódio televisivo, com possibilidade de comentários dos leitores. Algumas informações recebidas por aplicativo no dispositivo móvel também servem para atração para o episódio televisivo e mantém o usuário integrado na trama.

2- Primeiro contato - Site: Acessando o seriado pela primeira vez através do site na web, o usuário tem contato com o programa por diferentes formatos de comunicação. Na aba de vídeo, há disponível conteúdo que conversa (complementa um gancho, um *flashback*, etc) com a narrativa que ocorreu no episódio televisivo. Em documentos de foto e texto, o tema de fundo tratado na TV (alcoolismo, por exemplo) é trabalhado em maior dimensão e sua discussão se estende para os usuários. O site também reúne todas as informações referentes à série. Portanto, dessa plataforma o usuário pode deslocar-se tanto para a televisão, quanto baixar o aplicativo para seu dispositivo móvel. Na televisão, o usuário tem acesso à interatividade por controle remoto que, além de um jogo de perguntas e respostas, também direciona-o de volta para o site. O conteúdo da série, através da utilização do celular pelo protagonista, explica sobre o funcionamento do aplicativo para dispositivo móvel.

3- Primeiro contato - Aplicativo: O conhecimento da série tendo como primeiro contato o aplicativo não é esperado, mas se for o caso, o usuário primeiramente recebe uma explicação sobre o funcionamento do serviço em seu dispositivo móvel, com a sinopse do seriado e informação sobre horários e locais de exibição, tanto na internet quanto na TV. Após as necessárias informações iniciais, o aplicativo adquire seu funcionamento efetivo. Através dele, o usuário recebe conteúdo fictício das ações do personagem Sammuel, que possui um celular na trama, por onde faz diversos registros. Ou seja, uma foto tirada pelo protagonista durante um episódio é direcionada para o usuário que possui o aplicativo; da mesma forma pode acontecer com um documento de texto ou um vídeo. Essas ações podem ser usadas como ganchos de novos episódios e para atrair o usuário para outras mídias. Desse modo, uma foto inédita da vida de Sammuel compartilhada para o aplicativo durante a semana pode servir de atração para o episódio exibido na televisão. O aplicativo também possui as funções de compartilhamento de seu conteúdo nas mídias sociais, entre os usuários dele e no site do seriado. De volta ao site, o usuário tem as informações necessárias para acompanhar o programa também na televisão.

3.2 ESPECIFICAÇÃO FUNCIONAL

FORMATOS MULTIPLATAFORMA

Abaixo, uma lista dos formatos trabalhados no projeto de narrativa transmídia "Todo Dia":

- Série: formato audiovisual de ficção contado em episódios que têm unidade relativa suficiente para que possam ser vistos de forma independente. Com personagens fixos, e um objetivo claro vivido pelo protagonista. A série será exibida na televisão digital.

- Site: o seriado possui um site oficial, também utilizado para o desenvolvimento da narrativa e a participação do público.

- Webisode: conteúdo ficcional de áudio e vídeo. Parte da narrativa do seriado pertencente ao site do programa.

- Game: jogo de perguntas e respostas presente na narrativa do seriado na televisão e utilizado através de interatividade pelo controle remoto.

- Social media storytelling: utilização de mídias sociais para integrar narrativa ficcional e factual. No seriado, o protagonista possui perfil no *Twitter* e *Facebook*, suas ações dentro e fora dos episódios televisivos também estão inseridas na narrativa.

- Aplicativo para dispositivo móvel: serviço oficial do seriado que recebe informações da vida do protagonista dentro e fora dos episódios televisivos e com opções de compartilhamento.

REGRAS DE ENGAJAMENTO, PLATAFORMAS E CANAIS

Seção que trata da usabilidade das interfaces do serviço da perspectiva de um usuário. Ela descreve um quadro da experiência de uma pessoa utilizando o serviço, relatando seus confrontos, ofertas e desafios.

Como já foi descrito, a narrativa do seriado caminha por 3 plataformas: televisão digital, internet fixa e dispositivo móvel. Cada acesso a plataforma carrega um conjunto de informações e requisitos:

1- Internet

- Site do programa: Para utilizar o site do programa, de maneira geral, o usuário tem opções de acesso gratuito e uma opção de acesso condicionado a autorização. Confira a lista abaixo:

- Aba de conhecimento da sinopse do seriado, horários de exibição na TV, informações sobre plataformas de acesso à narrativa: acesso livre.
- Aba de estudo sobre o tema trabalhado no programa da TV: acesso livre.
- Aba do Mural de Testemunhos (postagem de comentários e testemunhos acerca dos temas trabalhados no seriado): acesso livre.
- Aba de contato através de email: acesso livre.
- Aba de visualização de vídeos: acesso condicionado a uma publicação no *Facebook* do usuário sobre a visualização do material. Para a utilização desse setor, o usuário necessariamente precisa ter uma conta no *Facebook*.

- *Facebook*:

- Página do seriado: o acesso às informações da *page* do programa só necessita de um "curtir".

- Perfil do protagonista: é necessário fazer uma solicitação de amizade ao perfil de Sammuel para ter acesso às suas atualizações. Seu perfil não possui todas, algumas novidades só são conseguidas pelo acesso ao aplicativo para dispositivo móvel do seriado.

- *Twitter:*

- Perfil do protagonista: o acesso aos *tweets* do protagonista só necessita de um "*follow".*

2- Dispositivo Móvel:

Para ter acesso a informações sobre a série e, principalmente, sobre a vida de Sammuel tanto durante os episódios televisivos, como em dias e horários em que o programa não está no ar, o usuário deve baixar o aplicativo da série "Todo Dia". Seu download é gratuito. Como já foi explicado, o aplicativo funciona como um receptor de arquivos da vida de Sammuel, como fotos, textos e vídeos. Com o recebimento de uma informação, o aplicativo possui a função de compartilhamento através dos serviços de email, *Facebook* e *Twitter*.

3- Televisão Digital

A veiculação do programa ainda não possui definição de televisão aberta ou fechada. Então não é possível afirmar se esse serviço é gratuito ou não. Mas, a hipótese mais aceita é que a atração se enquadre melhor num serviço de televisão fechado. Durante a exibição do seriado, sempre aparece, pelo menos uma vez, um símbolo gráfico que convida à interatividade através do controle remoto. Se o usuário possuir um aparelho de televisão com o recurso interativo, poderá clicar no símbolo e participar de um jogo simples de pergunta e resposta que demonstra a resposta certa e convida o usuário a continuar sua participação no site do programa.

SERVIÇO CONSTRUÍDO POR VISÃO GLOBAL

Seção que especifica as funções das plataformas, através de um parágrafo para cada, e apresenta uma tabela dos serviços utilizados por cada mídia.

1- Internet

- Site:
  - conhecimento de informações do programa
  - estudo da temática dos episódios
  - Mural de Testemunhos
  - Contato
  - Vídeos
- *Facebook*:
  - *Page* do programa
  - Perfil do protagonista
- *Twitter*:
  - Perfil do protagonista

2- Dispositivo Móvel - Aplicativo do Seriado

- Download gratuito
- Sujeição a anúncios
- Recepção de informações do protagonista
- Compartilhamento de informações
- Acesso ao *Facebook*
- Acesso ao site

3- Televisão Digital

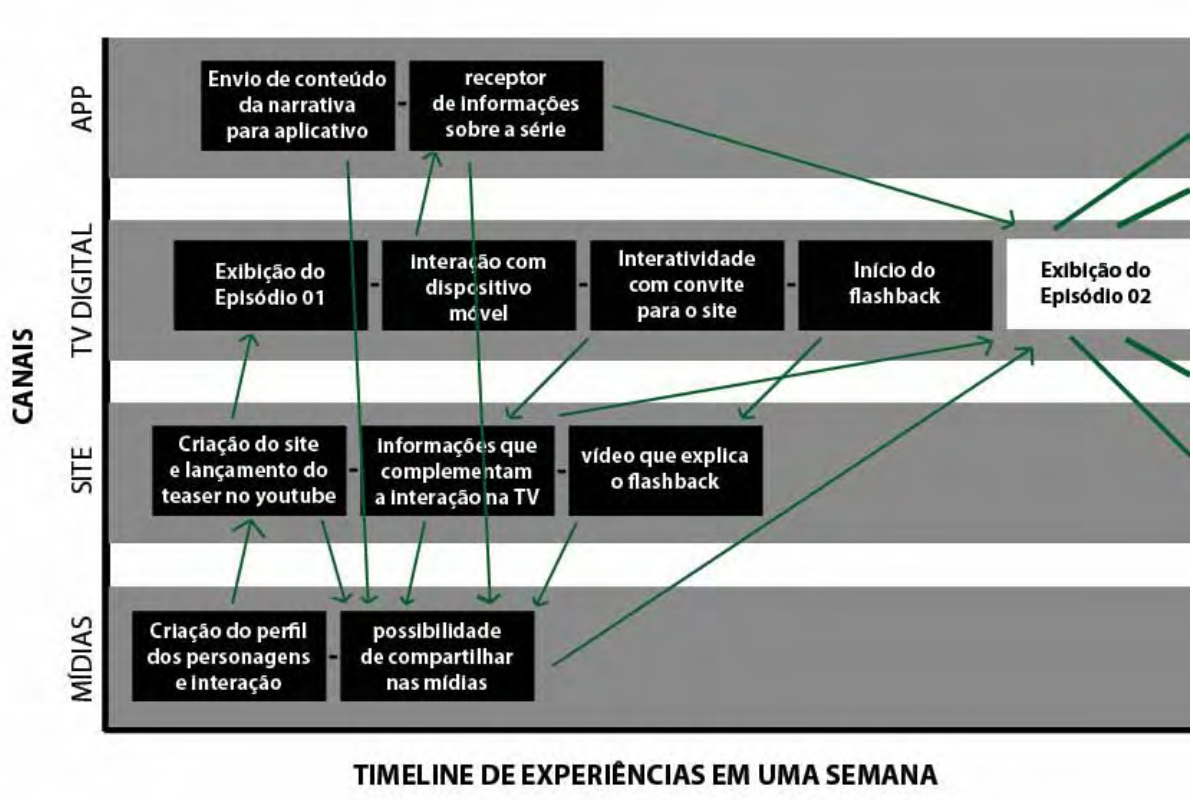
- Visualização do episódio
- Interatividade opcional por controle remoto
- *Feedback* interativo automático

Diagrama de serviços

Internet			**Dispositivo Móvel**	**TV Digital**
Website	*Facebook*	*Twitter*	Download	Visualização
Serviço de comentários	Solicitação de amizade	"*Follow*"	Visualização de anúncios	Interatividade por controle remoto
Player de vídeo (Vimeo)	"Curtir"	Envio de mensagem direcionada e/ou privada	Recepção de informações	
Links com mídias sociais	Envio de mensagens e bate-papo	Serviço de "*retweet*"	Compartilhamento de informações recebidas	
			Link de acesso às mídias sociais	

JORNADA DO USUÁRIO

A jornada do usuário é um diagrama, composto por notas, que explica a caminhada de um usuário através dos canais do serviço. Com o tempo mapeado no eixo X e as plataformas traçadas no eixo Y, fornece uma ideia clara das dependências e pontes entre cada componente.



EVENTOS CHAVE E *TIMELINES*

Descrição narrativa dos elementos descritos na jornada do usuário, com explicação dos gatilhos que levam o usuário de etapa a etapa do serviço. Essa seção vai exemplificar o caminho percorrido pelo usuário nos três episódios da primeira temporada da série, funcionando como uma ampliação mais detalhada da seção "Pontos de Entrada".

1- Criação do perfil do protagonista e outros personagens

Será criado o perfil de Sammuel e alguns personagens no *Facebook* e no *Twitter*. Eles desenvolverão suas vidas *online* antes do lançamento do produto audiovisual em si. Nessa fase, Sammuel compartilhará seus objetivos de vida, que refletirão os objetivos na trama. Assim como qualquer perfil, as informações postadas apresentam possibilidade de compartilhamento, o que aumenta o alcance de audiência e a sensação de realidade da narrativa.

2- Criação do site e lançamento de teaser

Após um período de contato social nas mídias, será criado o site do produto "Todo Dia", que trará como inauguração principal um vídeo *teaser* com hospedagem no *Youtube*. O vídeo contará em formato de *trailer* um breve contexto histórico do protagonista e indicará seu objetivo na série. Além disso o site contará com:

- Um mural onde os usuários poderão compartilhar palavras e testemunhos sobre o tema ou passagem bíblica do episódio exibido na televisão
- Um espaço de explicação mais detalhado acerca do tema bíblico trabalhado no episódio exibido na televisão
- Um espaço de vídeos, que contará com os episódios exibidos na televisão (após a exibição), além de episódios com tramas paralelas ao da narrativa televisiva
- Um espaço de enquetes e sugestões para o seriado
- Um espaço similar a um blog, onde o protagonista expressará suas reflexões escritas

O conteúdo do site, logicamente, também apresentará possibilidade de compartilhamento nas mídias sociais, inclusive através do perfil dos personagens do seriado.

3- Exibição na televisão digital

Com a data marcada no vídeo *teaser*, o seriado estreará na televisão digital, com utilização de interatividade. Através de arte gráfica, surgirá um ícone na tela que indica a opção de interatividade. Um exemplo são perguntas sobre o que está acontecendo na narrativa. Durante uma conversa do protagonista poderá aparecer a pergunta "Qual o endereço da passagem bíblica que Sammuel está se baseando?" Através do controle remoto, o usuário poderá responder a pergunta de múltipla escolha e receber uma indicação de acerto ou erro. Através de arte gráfica, cada episódio televisivo também carregará os endereços do seriado na internet e nas mídias. Dessa forma, o usuário é enviado de volta ao site.

4- Conteúdo extra participativo do site

No site, o usuário poderá conferir o que já foi explicado no item 2. Além disso, encontrará informações que o levam para o aplicativo para dispositivos móveis.

5- Aplicativo para dispositivos móveis

O aplicativo da série funciona como um receptor de arquivos da vida do protagonista Sammuel. Ao baixar o aplicativo gratuito, o usuário de dispositivo móvel receberá fotos, vídeos, arquivos de áudio e texto do programa periodicamente. Os arquivos recebidos servirão de pistas e atração para os próximos episódios da TV. O aplicativo possuirá a opção de compartilhamento dos arquivos entre amigos que possuam-no e através das mídias sociais.

6- Episódio 01 - "E Se Tiver Que Beber?"

A trama do primeiro episódio na televisão digital tem como principal conflito o contato com a bebida alcoólica e apresenta como base bíblica o texto do livro de Gálatas, capítulo 5.

- Durante o programa, o protagonista tem uma rápida lembrança de uma experiência ruim que teve com álcool numa festa.
- Um dia após a exibição do programa, um vídeo que explica todo o *flashback* de Sammuel é postado no site do seriado.
- Ainda durante a exibição do episódio na TV, há o surgimento de um símbolo gráfico na tela, que permite a interatividade do usuário através de controle remoto. Ao clicar no símbolo, aparece uma pergunta relacionada à conversa do protagonista na narrativa, com opção de múltipla escolha.
- Quando o usuário escolhe sua alternativa, o serviço exibe a resposta correta e convida-o a saber mais sobre o assunto no site do programa.
- No site, além da aba de vídeos com o *flashback*, todos os espaços descritos no item 2 apresentam estudos e discussões sobre bebida alcoólica e juventude, e sobre o contexto bíblico tratado no episódio na TV.
- No final do episódio televisivo, Sammuel digita uma frase em seu celular. Essa ação inaugura a terceira plataforma do seriado, o dispositivo móvel. O usuário que possuir o aplicativo da série em seu *smartphone*, receberá a frase que Sammuel escreveu no celular. Ela sugere um possível envolvimento amoroso do protagonista com Jéssica.
- Durante o tempo anterior à exibição do episódio 2 na televisão digital, a interação com o usuário acontece por meio das mídias sociais e pelo site do programa.

7- Episódio 02 - "E Se Ela Der Mole?"

A trama do segundo episódio na televisão digital tem como principal conflito a tentação sexual e apresenta como base bíblica o texto do livro de Mateus, capítulo 5.

- Durante a exibição do episódio na TV, logo no começo, Sammuel escreve em seu celular. A frase é disponibilizada nos *smartphones* de quem possui o aplicativo do seriado.
- Ainda durante a exibição do episódio na TV, há o surgimento do símbolo gráfico na tela, que permite a interatividade do usuário através de controle remoto. Ao clicar no símbolo, aparece uma pergunta relacionada à conversa do protagonista na narrativa, com opção de múltipla escolha.
- Quando o usuário escolhe sua alternativa, o serviço exibe a resposta correta e convida-o a saber mais sobre o assunto no site do programa.
- No site, todos os espaços descritos no item 2 apresentam estudos e discussões sobre tentação sexual, e sobre o contexto bíblico tratado no episódio na TV.
- No final do episódio televisivo, o vulto de um personagem aparece. Um dia após a exibição, é postado um vídeo no site que mostra a narrativa sob a perspectiva do personagem do vulto; nesse vídeo seu rosto é revelado.
- Durante o tempo anterior à exibição do episódio 3 na televisão digital, a interação com o usuário acontece por meio das mídias sociais e pelo site do programa.

8- Episódio 03 - "Pra Que Discutir?"

A trama do terceiro episódio na televisão digital tem como principal conflito a solidão e apresenta como base bíblica o texto do primeiro livro de Coríntios, capítulo 3.

- Um dia antes do episódio ir ao ar na televisão digital, os usuários recebem, no aplicativo da série, uma frase, de caráter enigmático, escrita por Sammuel em seu celular, juntamente com uma foto de um local. Isso funciona como um gancho para a televisão.
- Na exibição do episódio na televisão, novamente surge o símbolo gráfico na tela que permite interação por controle remoto. Ao clicar no símbolo, aparece

uma pergunta relacionada à conversa do protagonista na narrativa, com opção de múltipla escolha.

- Quando o usuário escolhe sua alternativa, o serviço exibe a resposta correta e convida-o a saber mais sobre o assunto no site do programa.
- No site, todos os espaços descritos no item 2 apresentam estudos e discussões sobre a solidão, e sobre o contexto bíblico tratado no episódio na TV.
- No final do episódio televisivo, o usuário entende que a frase que recebeu no dispositivo móvel é a mesma de um bilhete que Sammuel recebe no começo do episódio. O protagonista também se encontra com Jorge, o mesmo homem que aparece no último vídeo postado no site.
- Um dia após a exibição do seriado na TV, é postado um vídeo no site que explica quem é Jorge e qual local é esse onde ele se encontra com Sammuel. Esse vídeo encerra a primeira temporada do seriado e funciona como um gancho para a próxima.

Aqui se encerra o produto objetivado pelo trabalho, a elaboração dos dois primeiros capítulos da bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia", de autoria do próprio pesquisador.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

ARNAUT, Rodrigo Dias, et al. Era transmídia*. Revista Geminis*, São Carlos, v. 2, p. 259-275, 2011.

ASSMAN, Hugo. *A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1986.

Bíblia de Estudos NVI. Organizado por Kenneth Barker. São Paulo: Editora Vida, 2003.

BOTELHO, M. O Marcos Botelho. Disponível em: <http://ultimato.com.br/sites/marcosbotelho/sobre/marcos-botelho-do-jv/> Acesso em: 16 ou 2011.

CACP: Centro Apologético Cristão de Pesquisas. Disponível em: <http://www.cacp.org.br> Acesso em: 18 out. 2011

CAMPOS, S, L. Evangélicos e mídia no Brasil: uma história de acertos e desacertos. *Revista de Estudos da Religião*, Petrópolis, p.1-26. 2008.

CHAGAS, F. Globo faz ação transmídia durante a novela "Cheias de Charme". *DJ Fernando Chagas*. Rondônia. Disponível em: < http://www.djfernandochagas.com/2012/05/globo-faz-acao-transmidia-durante.html> Acesso em: 10 jul. 2012.

CUNHA, M. Religiosidade midiática em tempos de cultura "gospel". *Tempo e presença digital.* São Paulo. Disponível em: < http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=303&cod_boletim=16&tipo=Artigo> Acesso em: 05 jun. 2011.

DENA, C. *Transmedia practice*: theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments. 2009. 374 f. Tese (Doutorado em Filosofia) - School of Letters, Art and Media, University of Sydney, Australia. 2009.

FÉLIX, L. Cheias de Charme é marco do transmídia no Brasil. *Território de ideias.* São Paulo. Disponível em: < http://territoriodeideias.blogspot.com.br/2012/06/cheias-de-charme-e-marco-do-transmidia.html> Acesso em: 22 jun. 2012.

FELTRIN, R. RedeTV! é campeã de venda de horário a igrejas; SBT ainda resiste. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 21 jul. 2011. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/946775-redetv-e-campea-de-venda-de-horario-a-igrejas-sbt-ainda-resiste.shtml> Acesso em:15 out. 2011.

GIOVAGNOLI, M. *Transmedia Storytelling:* imagery, shapes and techniques. ETC Press, 2011.

GOMES, L. *A religião na TV*: a comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus na Rede Record. 2006. 119 fs. (Dissertação de Mestrado – Área de concentração

Comunicação Midiática). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP de Bauru, 2006.

HAYES, G. *How to write a transmedia production bible:* a template for multi-platform producers. Austrália: Screen Australia, 2011.

GOSCIOLA, V. *Narrativa Transmídia*: a presença de sistemas de narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação. IV Encontro Nacional de Hipertexto e Tecnologias Educacionais. Sorocaba: Universidade de Sorocaba, 26-27, set. 2011.

HOLANDA, B. A. Significado de evangélico. *Dicionário do Aurélio*. Disponível em: <http://www.dicionariodoaurelio.com/Evangelico> Acesso em: 15 out. 2011.

HOPKINS, J. How are smartphones being used? *Hubspot Blog*. Disponível em: < http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/25688/7-Awesome-New-Mobile-Marketing-Infographics.aspx> Acesso em: 15 jun. 2012.

IBOPE. No Brasil, 43% dos internautas assistem à TV enquanto navegam. *Ibope Nielsen Online.* São Paulo. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa_leitura&nivel=null&docid=66A43BC611E674AB83257A2800683047> Acesso em: 30 jun. 2012.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2006.

JORNAL DO BRASIL. Censo 2010: cai número de católicos e aumenta o de evangélicos e espíritas. Jornal do Brasil. São Paulo. Disponível em: < http://www.jb.com.br/pais/noticias/2012/06/29/censo-2010-cai-numero-de-catolicos-e-aumenta-o-de-evangelicos-e-espiritas/> Acesso em: 10 jul. 2012.

KLEIN, A. *Imagens de culto e imagens de mídia*: interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LONG, G. *Transmedia Storytelling:* business, aesthetics and production at the Jim Henson Company. 2007. 185 f. Tese (Mestrado em Ciência de Estudos Comparativos de Mídia) - Massachusetts Institute of Technology. 2007.

MARIANO, R. Análise: em marcha, a transformação da demografia religiosa no país. *Folha de São Paulo.* São Paulo. Disponível em: < http://www1.folha.uol.com.br/poder/1113085-analise-em-marcha-a-transformacao-da-demografia-religiosa-do-pais.shtml> Acesso em: 01 jul .2012.

MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. *Instituto de Estudos Avançados*. vol. 18, n 52, dez. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142004000300010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 17 out. 2011.

MCKEE, R. *Story:* substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Tradução de Chico Marés. Curitiba: Arte e Letra, 2006.

MELO, A. Entenda como e para que os smartphones estão sendo usados. *TechTudo.* São Paulo. Disponível em: < http://www.techtudo.com.br/infograficos/noticia/2012/06/entenda-como-e-para-que-usuarios-tem-usado-seus-smartphones.html> Acesso em: 20 jun. 2012.
MENDONÇA, Antônio Gouvêa; VELASQUES FILHO, Prócoro. *Introdução ao protestantismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1990.

MENDONÇA, Maurílio. Fé virtual: evangélicos na rede - pesquisa mostra crescimento do uso das redes sociais. *GazetaOnline.* Disponível em: < http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2011/10/noticias/a_gazeta/dia_a_dia/979843-fe-virtual-evangelicos-na-rede.html>. Acesso em: 04 mai. 2012.

OLHAR DIGITAL. Internet se torna o segundo maior investimento publicitário do Brasil. *Digital News.* Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital_news/noticias/internet-se-torna-o-segundo-maior-investimento-publicitario-do-brasil> Acesso em: 20 jun. 2012.

OLIVEIRA, C. O Jardim do Inimigo segue com nova roupagem pelos palcos de MG. *Ministério Jeová Nissi.* 22 set. 2011. Disponível em: <http://artenissi.wordpress.com/2011/09/22/o-jardim-do-inimigo-segue-com-nova-roupagem-pelos-palcos-de-mg/> Acesso em: 17 out 2011.

OLIVEIRA, C. Ouça. *Ministério Jeová Nissi*. Disponível em: <http://www.cianissi.com/ouca.html> Acesso em: 16 out 2011.

PALLOTTINI, R. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Moderna, 1998.

PAULA, R. Pesquisa revela hábitos dos brasileiros na internet móvel. *Mídias Sociais.* São Paulo. Disponível em: <http://www.midiassociais.net/2012/06/pesquisa-revela-habitos-dos-brasileiros-na-internet-movel/2012/> Acesso em: 02 jul. 2012.

PINHEIRO, Márcia L. 'Negro não entra na igreja: espia da banda de fora' – protestantismo e escravidão no Brasil Império. Resenha ed. n. 14, 2000. *Comunidade Virtual de Antropologia*. Disponível em http://www.antropologia.com.br/res/res14.htm, 2000. Acesso em 14 out. 2011.

PRATTEN, R. *Getting started in transmedia storytelling:* a practical guide for beginners. Estados Unidos, 2011.

REDAÇÃO. Um copo sem fundo. *Jornal Mundo Gospel.* Disponível em: < http://www.jornalmundogospel.com/2011/11/um-copo-sem-fundo/>. Acesso em: 02 mai. 2012.

REDAÇÃO CREIO. Evangélicos continuam a crescer. *Creio.* Disponível em: < http://www.creio.com.br/2008/noticias01.asp?noticia=15045> Acesso em: 02 mai. 2012.

REDAÇÃO CREIO. Fórum Expocristã - o Brasil de 2020 com + de 100 milhões de evangélicos - P1. *Creio.* Disponível em: < http://www.creio.com.br/2008/tv01.asp?numero=676> Acesso em: 03 mai. 2012.

REY, M. *O roteirista profissional*. São Paulo: Ática, 2009.

SÁ, S. Como se comportam 80 milhões de brasileiros na internet. *Mundo do Marketing.* São Paulo. Disponível em: <http://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/pesquisa/23809/como-se-comportam-80-milhoes-de-brasileiros-na-internet.html> Acesso em 30 mai. 2012.

SEIXAS, R. Quem somos. *Portal Bola de Neve Church.* São Paulo. Disponível em: < http://www.boladeneve.com/quemsomos> Acesso em: 16 out. 2011.

SEPAL. Visão geral da missão no Brasil. *Sepal Pesquisas.* Disponível em: < http://www.pesquisas.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=202&Itemid=351&lang=br> Acesso em: 03 mai. 2012.

SMITH, A. *Transmedia storytelling in television 2.0:* strategies for developing television narratives across media platforms. 2009. 113 f. Tese. Film and Media Culture Department, Middlebury College, Vermont. 2009.

THOMÉ, A. Igreja Eletrônica: propagação da fé na cultura midiática brasileira. In: ECLESIOCOM. 2011. Anais eletrônicos. Disponível em: < http://www2.metodista.br/unesco/1_Eclesiocom%202011/Arquivos/Trabalhos/18.Igreja%20eletr%C3%B4nica_Adriana%20thome.pdf> Acesso em: 10 mai. 2011.

VELAZQUEZ, A. 5 anos - o ciclo de mudanças a internet e no mundo digital. *Augusto´s posterous.* Disponível em: <http://augustovelazquez.posterous.com/5-anos-o-ciclo-de-mudancas-da-internet-e-no-m> Acesso em: 10 jun. 2012

APÊNDICES

APÊNDICES

Os apêndices do trabalho correspondem aos roteiros dos três episódios do seriado e ao mapa conceitual produzido para a comunicação transmídia da série, mostrando as formas de contato entre as mídias utilizadas na narrativa.

APÊNDICE 01

Roteiros do seriado "Todo Dia" em suas diversas mídias.

Roteiro Televisão Digital

Todo Dia: Episódio 1 - E Se Tiver Que Beber?

Por

Túlio Heitor

EXT. CAMPUS DA FACULDADE - DIA

FADE IN

Vários universitários reunidos carregam CAIXAS DE OVOS, POTES DE TINTA, BEXIGAS, BALDES CHEIOS DE ÁGUA, SACOS DE FARINHA e CHAPÉUS PERSONALIZADOS COM FORMATO DE MICROFONE. Uma MÚSICA muito alta sai de uma caminhonete com enormes caixas de som. Um pequeno grupo de jovens, os calouros, com o corpo todo pintado e sujo veste os chapéus personalizados, SAMMUEL é um deles. Eles andam agachados de mãos dadas com um dos braços passando no meio das pernas. Um grupo maior pinta e joga ovos e farinha nos outros. MARCELO, um rapaz alto de cabelo comprido, usa um MEGAFONE.

MARCELO
É isso aí! Andando mais rápido agora, vai lá.

SAMMUEL tenta desviar de FEZES DE CACHORRO no chão e bate a cabeça em JÉSSICA, a menina à sua frente.

JÉSSICA
Hey!

SAMMUEL
Desculpa! Tinha cocô de cachorro no chão, fui desviar e perdi o ritmo.

JÉSSICA
Eca! Você pisou?

SAMMUEL
Quase, deu tempo de pular. Mas já tinha uma marca de tênis nela.

JÉSSICA
Ai, será que fui eu? Pior que agora não dá pra olhar.

SAMMUEL
Levanta o pé que eu vejo pra...

Uma BEXIGA D´ÁGUA atinge o ombro de Sammuel. Marcelo segura outra bexiga na mão. Os outros dão risada.

MARCELO
Não pode paquerar bixão! Deixa pros veteranos primeiro.

SAMMUEL
Não, eu não tava fazendo nada, só...

Marcelo joga outra bexiga e acerta a perna de Sammuel.

MARCELO
Toma mais essa por me responder.

Uma menina se aproxima de Marcelo.

MENINA
Acho que chega né, vamos fazer outra coisa.

MARCELO
Beleza.

Ele pega o megafone de novo.

MARCELO
Parou! Podem levantar.

Os jovens se esticam aliviados.

MARCELO
Tá na hora da "maratoma".

Jéssica e Sammuel se olham desconfiados.

EXT. CAMPUS DA FACULDADE - DIA/MAIS TARDE

Dois grupos de 7 calouros cada se formam em cima de uma LONA estendida no chão. Eles se deitam de costas um ao lado do outro, formando duas fileiras paralelas. SAMMUEL é o último de sua fileira e JÉSSICA também ocupa o último lugar da outra fileira.

MARCELO
Quando eu falar "já" o primeiro da fila vai rolar em cima dos outros até o final. E assim vai até o último. O grupo que completar todos primeiro vence. Só que antes de rolar...

Uma menina se aproxima de Marcelo com uma GARRAFA DE TEQUILA. Ele pega a garrafa.

MARCELO
...todo mundo vai virar uma dose dessa belezinha aqui.

Sammuel olha para a garrafa.

FLASHBACK - INT. CASA DE PAULINHO/SALA - NOITE

POV DE SAMMUEL

Tentando abrir os olhos, SAMMUEL percebe que todos na festa olham para ele. NATI o encara furiosa.

NATI
Por que vc fez isso?!!!

SAMMUEL
Ah..aahh...ah..

NATI
Idiota!

Ela o empurra e SAI furiosa.

FIM DO FLASHBACK

EXT. CAMPUS DA FACULDADE - DIA/MAIS TARDE

MARCELO
Já!

SAMMUEL se assusta. No começo das duas fileiras os calouros passam a garrafa de boca em boca e começam a rolar por cima dos outros. Logo duas meninas passam por cima de Sammuel. Os veteranos festejam alucinados.

VETERANOS
Vai! Isso ae! Bebe mais, uhuuuul!

Alguns jogam FARINHA nos calouros enquanto o percurso acontece. A fileira de Sammuel toma a dianteira por 2 pessoas de diferença. Um garoto rola por cima de Sammuel, é a vez dele.

MARCELO
Agora é o bixão paquerador! Quero ver.

Marcelo entrega a garrafa para Sammuel. Ele a segura e fica pensativo.

VETERANOS
Vaaaaiii bixoooo!!!

O grupo de Sammuel se desespera.

GRUPO DE SAMMUEL
A gente tá ganhando! Só falta você, bebe logo essa porra!

Do outro lado, a fileira de Jéssica se aproxima da vitória.

SAMMUEL
Eu não bebo.

MARCELO
Que?!

Jéssica acaba de rolar e seu grupo festeja a vitória.

GRUPO DE JÉSSICA
Aeeeee!!!

SAMMUEL
Foi mal, galera.

Todos ficam irritados com Sammuel. Marcelo coloca o megafone em seu rosto.

MARCELO
Manezão!

Ele toma a garrafa de Sammuel com força e SAI. O resto do pessoal também começar a sair. Jéssica observa Sammuel, intrigada.

JÉSSICA
Por que você não bebeu?

Ele se levanta e começa a caminhar. Ela o acompanha.

SAMMUEL
Eu tenho um probleminha com domínio próprio.

JÉSSICA
Oi?

SAMMUEL
Domínio próprio. É uma virtude de quem anda com Deus, uma parte do fruto do Espírito. A bebida tira isso da gente, ainda mais a tequila.

NA TELA, SURGE UM SÍMBOLO DE INTERATIVIDADE.

Jéssica se espanta.

JÉSSICA
Oi?! Que espírito?! Do que você tá falando? Tem certeza que não bebeu nem um pouco daquela garrafa?

SAMMUEL
Não. É o seguinte. Paulo fala que quando a gente anda guiado pelo Espírito a gente produz um fruto com algumas características boas, e uma delas é o domínio próprio. Bêbado ninguém consegue se controlar e aí...

JÉSSICA
Pera pera pera. Eu to vendo que esse seu papo é muito sério e minha cabecinha não vai entender nada depois de ter virado uma dose de tequila e rolado por cima de 6 pessoas com veteranos enlouquecidos gritando na minha cabeça.

Sammuel dá risada.

JÉSSICA
Eu não sei quem é Paulo. Mas se você quiser me apresentar, me adiciona lá no Face que a gente continua essa conversa depois. Agora dá licença que eu preciso visitar uma privada.

Jéssica SAI correndo e tropeçando. Sammuel fica a observando de longe. Ele retira seu CELULAR do bolso e anota algo. Não muito distante dali, Marcelo e um grupo de veteranos o observa.

MARCELO
Esse aí ainda vai penar muito na minha mão.

Eles se viram e SAEM.

Sammuel começa a andar e enxerga uma GARRAFA DE TEQUILA vazia no chão. Ele a observa pensativo.

FIM

TODO DIA: EPISÓDIO 01: E SE TIVER QUE BEBER?
(ROTEIRO - INTERATIVIDADE)

SAMMUEL
Domínio próprio. É uma virtude de quem anda com Deus, uma parte do fruto do Espírito. A bebida tira isso da gente, ainda mais a tequila.

NA TELA, SURGE UM SÍMBOLO DE INTERATIVIDADE.

O símbolo dá a opção do click com o controle remoto da televisão. Ao clicar, surge uma pergunta na tela.
"Em que passagem da Bíblia Sammuel está se baseando?"
a) Filipenses 3
b) Gálatas 5
c) 1 Coríntios 4

Ao clicar numa das respostas, a alternativa correta aparece, junto com uma pequena explicação sobre a passagem e um convite para conhecer mais sobre o assunto no site do programa.

Roteiro Site

Todo Dia: Episódio 01 - E Se Tiver Que Beber?

Por

Túlio Heitor

FLASH BACK

INT. CASA DE SAMMUEL/QUARTO - NOITE

FADE IN

SAMMUEL e ALÊ, jovens de 15 anos, se arrumam em frente ao espelho.

ALÊ
Passa mais gel aí Sammuel, isso, tá bunitinho!

Alê bagunça o cabelo de Sammuel.

SAMMUEL
Ah cara! Tá bagunçando tudo!

Sammuel empurra Alê na cama e volta a pentear o cabelo.

ALÊ
Não sei pra que tanta arrumação, não pega ninguém mesmo!

SAMMUEL
Num enche vai Alê! E além do mais, você não sabe o que pode acontecer hoje.

Alê dá um pulo da cama até Sammuel.

ALÊ
Por que!? Quem vai tá lá que eu não tô sabendo?

SAMMUEL
Talvez a Nati apareça por lá.

ALÊ
Uuuuuui, a Naaati.

Alê tenta bagunçar Sammuel de novo, mas ele o empurra para a cama de volta e continua se arrumando.

ALÊ
Mas e ae, vai falar o que pra ela?

SAMMUEL
Não sei.

ALÊ
Vai amarelar é?

SAMMUEL
Não cara, só não pensei ainda.

ALÊ
Sei. Bom, eu tenho uma coisa que pode te ajudar.

SAMMUEL
Haha, vc? O que?

ALÊ
Á-L-C-O-O-L. Álcool, conhece?

Sammuel pára de se arrumar e olha sério para Alê.

SAMMUEL
Ah cara, sei não, não sou de beber muito.

ALÊ
Por isso que nunca pegou ninguém.

Sammuel fica sem graça e senta ao lado de Alê na cama.

SAMMUEL
E como isso pode me ajudar?

ALÊ
Bom, o que você acha que te falta pra chegar numa menina?

SAMMUEL
Hummmm....coragem.

ALÊ
É exatamente o pote de ouro da bebida. Ela te dá a coragem que você precisa pra fazer o que já queria fazer há muito tempo.

Sammuel fica pensativo.

SAMMUEL
E vai ter bebida nessa festa?

ALÊ
Opa, é o que mais vai ter...

Uma BATIDA NA PORTA interrompe o papo. SANDRA, a mãe de Sammuel, abre a porta. Ela carrega uma BÍBLIA de baixo do braço.

SANDRA
Oi Alê, tudo bem?

ALÊ
Oi tia Sandra, tudo certo.

SANDRA
Vocês vão aonde?

SAMMUEL
Vamo numa festa na casa do Paulinho, mãe, aquele da escola.

SANDRA
Sei...a mãe dele tá sabendo disso?

Sammuel e Alê se olham.

SAMMUEL
Tá...tá sim.

SANDRA
Sei...Oh, não quero que você volte tarde, amanhã tem culto dominical cedinho e quero que você vá comigo.

SAMMUEL
Tá bom.

ALÊ
Vamo então?

Eles se levantam. Sandra dá um beijo na testa dos dois.

SANDRA
Vão com Deus. Que Ele os proteja.

SAMMUEL
Amém.

INT. CASA DE PAULINHO/SALA - NOITE

Muitas pessoas dançam. Alguns casais se beijam. Um som toca MÚSICA ELETRÔNICA bem alto. SAMMUEL e ALÊ conversam em pé num canto. NATI aparece por trás.

NATI
Oi Alê.

ALÊ
Oi Nati!

Ela olha Sammuel e solta um grande sorriso.

NATI
Oi Sammu! Tudo joia!?

Ela se estica para dar um beijo em seu rosto. Ele, todo desengonçado, dá um abraço todo estranho e errado.

SAMMUEL
Oi, Nati. Alê, vamo ali pegar um negócio.

Eles saem em direção ao balcão do outro lado da sala e a deixam sozinha.

ALÊ
O loco velho, é assim que você gosta dela?

SAMMUEL
Ah cara, me dá um nervoso toda vez que ela aparece. Num sei explicar.

ALÊ
Bom, tá na hora do remedinho.

Alê pega uma GARRAFA DE TEQUILA E UM COPO PEQUENO atrás do balcão.

SAMMUEL
Num sei cara, será? Eu nem sei tomar isso. Aliás, que que é isso?

ALÊ
T-E-Q-U-I-L-A. Tequila, a pólvora mexicana que vai dar a coragem que você precisa.

SAMMUEL
Num sei cara, a Nati nunca me viu bebendo, que que ela vai pensar?

ALÊ
Sammu, presta atenção. Toda mulher gosta de cara com atitude. Pelo que eu sei, a Nati é mulher, certo? Você não tem coragem natural. Eu tô te dando uns goles de coragem grátis aqui, rapaz! O que você tem a perder?

Alê enche um copo. Sammuel fita-o pensativo. Toma da mão de Alê e bebe tudo. Ele tosse com força.

SAMMUEL
Calma, cara! O negócio é ardido.
Vai devagar, de pouco em pouco.

Alê enche mais um copo e Sammuel bebe de novo, agora mais devagar.

INT. CASA DE PAULINHO/SALA - NOITE/MAIS TARDE

Muitas pessoas dançam. Outras bebem e jogam cartas no sofá. Alguns casais se beijam. SAMMUEL e ALÊ dançam, com os cabelos todos bagunçados, segurando a GARRAFA DE TEQUILA. Sammuel enxerga Nati dançando de costas.

SAMMUEL
É agora.

Ele observa Nati. Em sua mente, voltam LEMBRANÇAS.

LEMBRANÇA - INT. CASA DE SAMMUEL/QUARTO - NOITE

ALÊ na cama. SAMMUEL arruma o cabelo.

ALÊ
Não sei pra que tanta arrumação,
não pega ninguém mesmo.

LEMBRANÇA - INT. CASA DE PAULINHO/SALA - NOITE

ALÊ e SAMMUEL conversam. NATI aparece por trás, com um grande sorriso.

NATI
Oi Sammu! Tudo joia?

Alê e Sammuel conversam no balcão.

ALÊ
Toda mulher gosta de cara com
atitude. O que você tem a perder?
Tequila, a pólvora mexicana que vai
dar a coragem que você precisa.

LEMBRANÇA - INT. CASA DE SAMMUEL/QUARTO - NOITE

ALÊ e SAMMUEL na cama.

ALÊ
Bom, o que você acha que te falta pra chegar numa menina? Coragem.

SANDRA
Amanhã tem culto dominical cedinho e quero que você vá comigo. Que Ele os proteja.

LEMBRANÇA - INT. CASA DE PAULINHO/SALA - NOITE

Alê e Sammuel conversam no balcão.

ALÊ
Mulher gosta de cara com atitude.

FIM DA LEMBRANÇA

INT. CASA DE PAULINHO/SALA - NOITE

SAMMUEL toma mais uma dose de tequila e caminha em direção a Nati.

POV DE SAMMUEL

Nati dança de forma muito sensual. Seu corpo é muito atraente. A mão de Sammuel desliza por sua bunda. Ela se vira surpresa.

NATI
AAAAAAAAAHHHHHHH. Que isso!!!

Sammuel se assusta, escorrega numa LATA DE CERVEJA no chão e cai. Bate a cabeça no chão. Tentando abrir os olhos, SAMMUEL percebe que todos na festa olham para ele. NATI o encara furiosa.

NATI
Por que vc fez isso?!!!

SAMMUEL
Ah..aahh...ah..

NATI
Idiota!

Ela o empurra e SAI furiosa.

VOLTA À CENA

Alê chega correndo até Sammuel no chão e o arrasta para um canto.

ALÊ
Que que vc fez, cara?

Sammuel tenta manter a cabeça em pé e conversa com bastante dificuldade.

SAMMUEL
Não consegui me controlar, foi automático. Acho que bebi muita coragem.

ALÊ
Não coloca a culpa nela não. Já te falei que o álcool só te ajuda a fazer o que você já queria.

SAMMUEL
Não sei cara. O que eu sei é que agora eu quero ir embora. Amanhã tem culto ainda por cima.

Alê o ajuda a andar até a saída da casa.

ALÊ
Não sei pra que você vai nisso.

SAMMUEL
Pra fala a verdade cara, nem eu sei.

Eles SAEM da casa.

FIM.

TODO DIA: EPISÓDIO 01: E SE TIVER QUE BEBER?
(ROTEIRO - APLICATIVO PARA DISPOSITIVO MÓVEL)

SAMMUEL

O aplicativo da série funciona como um receptor de arquivos da vida do protagonista Sammuel. Ao baixar o aplicativo gratuito, o usuário de dispositivo móvel receberá fotos, vídeos, arquivos de áudio e texto do programa periodicamente. Os arquivos recebidos servirão de pistas e atração para os próximos episódios da TV.

"Jéssica SAI correndo e tropeçando. Sammuel fica a observando de longe. Ele retira seu CELULAR do bolso e anota algo. Não muito distante dali, Marcelo e um grupo de veteranos o observa."

Durante a exibição desse primeiro episódio, o público que tem o aplicativo do seriado em seu dispositivo móvel receberá a seguinte mensagem:

"Será que essa é minha Rebeca?"

O aplicativo possuirá a opção de compartilhamento dos arquivos entre amigos que possuam-no e através das mídias sociais.

Roteiro Televisão Digital

Todo Dia: Episódio 02 - E Se Ela Der Mole?

Por Túlio Heitor

INT. AP DE SAMMUEL/QUARTO - DIA

SAMMUEL fala no CELULAR deitado na cama. Seu quarto é simples, poucos móveis: cama, cortina, tapete, guarda-roupa e mesa com notebook.

SAMMUEL
Nem tive aula essa semana, só trote. E hoje tem festa.

INT. ACADEMIA DE GINÁSTICA - DIA

BIA anda na esteira. Sua fala é ofegante. Conversa através de fone de ouvido.

BIA
Você vai?

AP DE SAMMUEL

SAMMUEL
Não sei.

ACADEMIA

BIA
Por que? Ela vai, não vai?

AP DE SAMMUEL

SAMMUEL
Como você sabe?

ACADEMIA

BIA
Hunf. Qual seu medo? Segue seu coração.

AP DE SAMMUEL

SAMMUEL
O coração é enganoso.

ACADEMIA

BIA
Oi?

AP DE SAMMUEL

SAMMUEL
Nada. Vo vê o que faço.

ACADEMIA

BIA
Tá bom.

Bia desliga a esteira.

AP DE SAMMUEL

Sammuel desliga. Olha para o teto por alguns segundos escreve em seu CELULAR.

INT. FESTA - NOITE

A festa é grande, muitas pessoas bebem, dançam e conversam em um grande salão. Uma imensa FAIXA estendida na parede tem o texto: "BEM-VINDA BIXARADA". SAMMUEL anda de um lado para outro procurando alguma coisa.

SAMMUEL
Como vou falar de Deus pra alguém aqui?...Será que ela veio?

Ele enxerga uma MENINA chorando em um canto. Vai até lá. Muito bêbada, quase não consegue segurar o COPO em sua mão e se apoia na parede.

SAMMUEL
Oi.

MENINA
Quê?!

Eles conversam gritando, o SOM é alto.

SAMMUEL
Como você chama?

MENINA
Eu vi ele beijando uma
bixeeeeeeeeete. Ahhhhhhhhhh.

Ela chora muito. Sammuel olha pros lados e percebe que estão sozinhos.

SAMMUEL
Não fica assim. Jesus te ama.

MENINA
Ooooiiii?!

Ele se prepara para gritar. Um PÉ chuta a TOMADA DA CAIXA DE SOM, sem querer.

SAMMUEL
JESUS TE AMA!!!

Todos da festa escutam e olham pra Sammuel dando risada. Ele fica super envergonhado. A menina olha-o surpresa. Ela se joga em seus braços.

MENINA
Mas meu namorado nãããããõooo!! Ahhhhhh.

NA TELA SURGE UM SÍMBOLO DE INTERATIVIDADE.

O SOM É LIGADO novamente. JÉSSICA surge e enxerga Sammuel abraçado com a menina. Ela veste tênis all star, um pequeno short, uma blusa com decote, barriga de fora, e uma camisete social aberta. Esbanja sensualidade. Sammuel enxerga Jéssica e seus olhos percorrem todo o seu corpo.

JÉSSICA
Caramba! Num bebe, mas se aproveita de quem faz.

Sammuel percebe sua situação e se levanta assustado. A menina quase cai no chão, sem apoio.

SAMMUEL
Não, não é isso! Eu tava ajudando ela com um problema com o namorado.

JÉSSICA
Nossa, é pior do que eu pensava.

SAMMUEL
Nããão! Ela tava me falando...

JÉSSICA
Tá bom, não precisa me contar. No fim, to feliz em te ver.

SAMMUEL
Sério?

JÉSSICA
É ué, desde aquele dia do trote, a gente mal se vê, nunca mais conversamos.

Sammuel abre um sorriso gigante.

JÉSSICA
Eu até fiquei interessada naquele seu papo doido sobre o Paulo.

O sorriso de Sammuel se fecha imediatamente.

SAMMUEL
Ah é, eu ia te falar né...

Sammuel é interrompido por uma MÚSICA FUNK, que começa a tocar com uma BATIDA MUITO FORTE.

JESSICA
Uhuuuuulll! Vamo dançar, veeeem!

Jessica arrasta Sammuel para o meio do salão. Ela começa a dançar de forma muito sensual. Ele não tira os olhos dela. Em sua cabeça, vem as palavras que disse para Bia, mais cedo: "o coração é enganoso".

SAMMUEL
Que que eu tô fazendo?

Ele olha tudo o que acontece ao seu redor.

SAMMUEL
Aliás, que que eu to fazendo aqui?

Sammuel toca o ombro de Jéssica.

SAMMUEL
Vou ter que ir embora.

JESSICA
Que?! O som tá muito alto, não ouvi.

SAMMUEL
Depois te explico. Tchau!

Sammuel se vira e sai andando apressado.

JESSICA
Ahn?

Jessica enxerga Sammuel indo embora. O VULTO DE UM HOMEM sai de trás de uma parede e observa toda a situação.

FIM.

TODO DIA: EPISÓDIO 02: E SE ELA DER MOLE?

(ROTEIRO - INTERATIVIDADE)

SAMMUEL

Não fica assim. Jesus te ama.

MENINA

Ooooiiii?!

Ele se prepara para gritar. Um PÉ chuta a TOMADA DA CAIXA DE SOM, sem querer.

SAMMUEL

JESUS TE AMA!!!

Todos da festa escutam e olham pra Sammuel dando risada. Ele fica super envergonhado. A menina olha-o surpresa. Ela se joga em seus braços.

MENINA

Mas meu namorado nãããããõooo!! Ahhhhhh.

NA TELA SURGE UM SÍMBOLO DE INTERATIVIDADE.

O símbolo dá a opção do click com o controle remoto da televisão. Ao clicar, surge uma frase na tela:

"No meio da festa, no som alto, gritando, falando com quem está bêbado; mesmo que nas situações mais desastrosas, Sammuel tenta colocar a candeia em cima da mesa. Como assim? Que passagem fala disso?

a) Jó 3.2

b) Romanso 6.10

c) Mateus 5.15

Ao clicar numa das respostas, a alternativa correta aparece, junto com uma pequena explicação sobre a passagem e um convite para conhecer mais sobre o assunto no site do programa.

Roteiro Site

Todo Dia: Episódio 02 - E Se Ela Der Mole?

Por

Túlio Heitor

INT. FESTA - NOITE

A festa é grande, muitas pessoas bebem, dançam e conversam em um grande salão. Uma imensa FAIXA estendida na parede tem o texto: "BEM-VINDA BIXARADA". SAMMUEL anda de um lado para outro procurando alguma coisa.

SAMMUEL

Como vou falar de Deus pra alguém aqui?...Será que ela veio?

Ele enxerga uma MENINA chorando em um canto. Vai até lá. Muito bêbada, quase não consegue segurar o COPO em sua mão e se apoia na parede.

SAMMUEL
Oi.

MENINA
Quê?!

Eles conversam gritando, o SOM é alto.

SAMMUEL
Como você chama?

MENINA
Eu vi ele beijando uma bixeeeeeeeeete. Ahhhhhhhhhh.

Ela chora muito. Sammuel olha pros lados e percebe que estão sozinhos.

SAMMUEL
Não fica assim. Jesus te ama.

MENINA
Ooooiiii?!

Ele se prepara para gritar. Um PÉ chuta a TOMADA DA CAIXA DE SOM, sem querer.

SAMMUEL
JESUS TE AMA!!!

Todos da festa escutam e olham pra Sammuel dando risada. Ele fica super envergonhado. Um HOMEM se assusta mais que os outros com o grito de Sammuel e começa a observá-lo. A menina olha para Sammuel surpresa. Ela se joga em seus braços.

MENINA
Mas meu namorado nãããããõooo!! Ahhhhhh.

O SOM É LIGADO novamente. JÉSSICA surge e enxerga Sammuel abraçado com a menina. Ela veste tênis all star, um pequeno short, uma blusa com decote, barriga de fora, e uma camisete social aberta. Esbanja sensualidade. Sammuel enxerga Jéssica e seus olhos percorrem todo o seu corpo. O HOMEM dá risada da reação de Sammuel.

JÉSSICA
Caramba! Num bebe, mas se aproveita de quem faz.

Sammuel percebe sua situação e se levanta assustado. A menina quase cai no chão, sem apoio.

SAMMUEL
Não, não é isso! Eu tava ajudando ela com um problema com o namorado.

JÉSSICA
Nossa, é pior do que eu pensava.

SAMMUEL
Nããão! Ela tava me falando...

JÉSSICA
Tá bom, não precisa me contar. No fim, to feliz em te ver.

SAMMUEL
Sério?

JÉSSICA
É ué, desde aquele dia do trote, a gente mal se vê, nunca mais conversamos.

Sammuel abre um sorriso gigante.

JÉSSICA
Eu até fiquei interessada naquele seu papo doido sobre o Paulo.
O sorriso de Sammuel se fecha imediatamente.

SAMMUEL
Ah é, eu ia te falar né...

Sammuel é interrompido por uma MÚSICA FUNK, que começa a tocar com uma BATIDA MUITO FORTE.

JESSICA
Uhuuuuulll! Vamo dançar, veeeem!

Jessica arrasta Sammuel para o meio do salão. Ela começa a dançar de forma muito sensual. Ele não tira os olhos dela. Em sua cabeça, vem as palavras que disse para Bia, mais cedo: "o coração é enganoso".

SAMMUEL
Que que eu tô fazendo?

O HOMEM solta um leve sorriso.

HOMEM
Clássico.

Ele olha tudo o que acontece ao seu redor.

SAMMUEL
Aliás, que que eu to fazendo aqui?

Sammuel toca o ombro de Jéssica.

SAMMUEL
Vou ter que ir embora

JESSICA
Que?! O som tá muito alto, não ouvi.

SAMMUEL
Depois te explico. Tchau!

Sammuel se vira e sai andando apressado.

JESSICA
Ahn?

Jessica enxerga Sammuel indo embora. O HOMEM observa Sammuel indo embora. Seu rosto é revelado.

HOMEM
Com esse aí dá pra trabalhar.

FIM.

TODO DIA: EPISÓDIO 02: E SE ELA DER MOLE?
(ROTEIRO - APLICATIVO PARA DISPOSITIVO MÓVEL)

SAMMUEL

O aplicativo da série funciona como um receptor de arquivos da vida do protagonista Sammuel. Ao baixar o aplicativo gratuito, o usuário de dispositivo móvel receberá fotos, vídeos, arquivos de áudio e texto do programa periodicamente. Os arquivos recebidos servirão de pistas e atração para os próximos episódios da TV.

ACADEMIA

BIA
Hunf. Qual seu medo? Segue seu coração.

AP DE SAMMUEL

SAMMUEL
O coração é enganoso.

ACADEMIA

BIA
Oi?

AP DE SAMMUEL

SAMMUEL
Nada. Vo vê o que faço.

ACADEMIA

BIA
Tá bom.

Bia desliga a esteira.

AP DE SAMMUEL

Sammuel desliga. Olha para o teto por alguns segundos e escreve em seu CELULAR.

Durante a exibição desse episódio, o público que tem o aplicativo do seriado em seu dispositivo móvel receberá a seguinte mensagem:

"Tô fazendo o que o salmo 1.1 diz pra não fazer?"

O aplicativo possuirá a opção de compartilhamento dos arquivos entre amigos que possuam-no e através das mídias sociais.

Roteiro Televisão Digital

Todo Dia: Episódio 03 - Pra Que Discutir?

EXT. RUA - NOITE

SAMMUEL, em pé, na calçada de uma avenida movimentada, segurando um BILHETE, olha fixamente para um prédio do outro lado da rua.

INT. QUARTO DE SAMMUEL - DIA

O DESPERTADOR DO CELULAR TOCA. SAMMUEL se levanta lentamente da cama e aperta a função SONECA no aparelho. O quarto é uma bagunça. Ele enxerga um BILHETE no chão, na frente da porta. Pega-o rapidamente e lê, com um semblante assustado e intrigado. O celular TOCA novamente.

SAMMUEL
Droga, to atrasado!

Ele anota o conteúdo do bilhete no CELULAR, guarda o papel no bolso e começa a se trocar.

INT. SALA DE AULA - DIA

Vários alunos sentados prestando atenção na professora.

PROFESSORA
Pra falar de ética no jornalismo, é preciso falar da verdade, esse substantivo abstrato que causa tanta discussão.

SAMMUEL ENTRA na sala com pressa, chamando atenção. A professora olha-o com seriedade.

SAMMUEL
Licença, professora.

PROFESSORA
Pode sentar, Sammuel.

Ela se vira para a turma de novo.

PROFESSORA
Quem aqui tem uma concepção do que é a verdade?

A sala permanece em silêncio. A professora espera.

PROFESSORA
Lá atrás, Platão inaugura a discussão, se enquadrando na verdade como correspondência.

Ela coloca as mãos numa carteira.

PROFESSORA
Se eu digo que isso é um carteira, é porque é, ora bolas. Tá aqui na minha frente! Será?

Ela faz uma careta para a turma, todos riem.

INT. SALA DE AULA - DIA/MAIS TARDE

A PROFESSORA fala para a turma.

PROFESSORA
E agora, alguém arrisca falar o que é a verdade?

Todos em silêncio. Quando a professora está para virar de costas, SAMMUEL levanta a mão.

SAMMUEL
Professora, na Bíblia...

A professora revira os olhos. Ao fundo, todos fazem barulhos de insatisfação.

SAMMUEL
Na Bíblia, Jesus diz: "Eu sou o caminho, a verdade e a vida, ninguém vem ao Pai a não ser por mim". O que a senhora acha dessa verdade?

PROFESSORA
É uma verdade dentro do campo do dogmatismo. E a forma como é dita se mostra arrogante e sem possibilidade de provas.

A turma se assusta.

SAMMUEL
Mas durante toda a Bíblia dá pra ver outras passagens que confirmam o que Jesus disse, então tem provas.

PROFESSORA
A Bíblia por si só já não possui muita credibilidade por conter diversas contradições e dados imprecisos. Afirmações dentro dela não podem ser consideradas como provas.

SAMMUEL
Mas se...

A professora levanta sua entonação.

PROFESSORA
Sammuel! Você tá propondo a resolução de uma discussão de anos de existência. A verdade é instável, já falei!

SURGE UM SÍMBOLO DE INTERATIVIDADE NA TELA

Ela respira fundo. A turma observa assustada.

PROFESSORA
Essas discussões sobre a verdade sempre acabam em alguma exaltação, desde a época de Platão, igual eu tava falando no começo da aula.

A turma sorri, a professora olha no relógio.

PROFESSORA
Bom, já deu nossa hora, melhor continuar aula que vem.

Todos começam a se levantar. Sammuel vai até Jéssica.

SAMMUEL
Oi, você vai almoçar...

JÉSSICA
Sammuel, que que isso? Pra que essa discussão?

SAMMUEL
Eu só tava expondo minha opinião...

JESSICA
E outra, vc vem me chamar pra almoçar, sendo que saiu correndo aquele dia da festa e depois nem veio me explicar nada.

Sammuel olha pra baixo.

JESSICA
Olha Sammuel, você me parecia uma cara legal, mas agora to te achando cada vez mais estranho. Tchau.

Sammuel fica olhando-a enquanto ela se afasta. Todos ignoram sua presença. Seu celular desperta. Ele pega-o do bolso. Na tela, a mensagem: "Tem mais doido igual você. Av. X, nº Y." Ele pega o bilhete no bolso, ele contém a mesma frase do celular.

EXT. RUA - NOITE

SAMMUEL, em pé, na calçada de uma avenida movimentada, segurando o BILHETE, olha fixamente para um prédio do outro lado da rua. Ele caminha em sua direção. Na entrada do local, a porta se abre. SURGE JORGE, o mesmo homem da festa em que estava Sammuel. Ele sorri.

JORGE
Eu sabia que você viria.

FIM.

TODO DIA: EPISÓDIO 03: PRA QUE DISCUTIR?

(ROTEIRO - INTERATIVIDADE)

INT. SALA DE AULA - DIA/MAIS TARDE

A PROFESSORA fala para a turma.

PROFESSORA
E agora, alguém arrisca falar o que é a verdade?

Todos em silêncio. Quando a professora está para virar de costas, SAMMUEL levanta a mão.

SAMMUEL
Professora, na Bíblia...

A professora revira os olhos. Ao fundo, todos fazem barulhos de insatisfação.

SAMMUEL
Na Bíblia, Jesus diz: "Eu sou o caminho, a verdade e a vida, ninguém vem ao Pai a não ser por mim". O que a senhora acha dessa verdade?

PROFESSORA
É uma verdade dentro do campo do dogmatismo. E a forma como é dita se mostra arrogante e sem possibilidade de provas.

A turma se assusta.

SAMMUEL
Mas durante toda a Bíblia dá pra ver outras passagens que confirmam o que Jesus disse, então tem provas.

PROFESSORA
A Bíblia por si só já não possui muita credibilidade por conter diversas contradições e dados imprecisos. Afirmações dentro dela não podem ser consideradas como provas.

SAMMUEL
Mas se...

A professora levanta sua entonação.

PROFESSORA
Sammuel! Você tá propondo a resolução de uma discussão de anos de existência. A verdade é instável, já falei!

SURGE UM SÍMBOLO DE INTERATIVIDADE NA TELA

O símbolo dá a opção do click com o controle remoto da televisão. Ao clicar, surge uma frase na tela:

"Onde a Bíblia fala sobre a sabedoria com e sem Deus?"

a) Apocalipse 7
b) Atos 1
c) 1 Coríntios 3

Ao clicar numa das respostas, a alternativa correta aparece, junto com uma pequena explicação sobre a passagem e um convite para conhecer mais sobre o assunto no site do programa.

Ela respira fundo. A turma observa assustada.

PROFESSORA
Essas discussões sobre a verdade sempre acabam em alguma exaltação, desde a época de Platão, igual eu tava falando no começo da aula.

A turma sorri, a professora olha no relógio.

PROFESSORA
Bom, já deu nossa hora, melhor continuar aula que vem.

Roteiro Site

Todo Dia: Episódio 03 - Pra Que Discutir?

Por

Túlio Heitor

EXT. RUA - NOITE

SAMMUEL, em pé, na calçada de uma avenida movimentada, segurando o BILHETE, olha fixamente para um prédio do outro lado da rua. Ele caminha em sua direção. Na entrada do local, a porta se abre. SURGE JORGE, o mesmo homem da festa em que estava Sammuel. Ele sorri.

JORGE
Eu sabia que você viria.

SAMMUEL
Quem é você?

JORGE
Meu nome é Jorge. Fui eu que deixei esse bilhete na sua porta, inclusive.

O semblante de Sammuel se torna mais sério.

SAMMUEL
Então foi você? Que que você tava pensando quando escreveu uma frase dessas?! Que doidera é essa cara?! Como você entrou no meu prédio?! Eu podia chamar a polícia! Que que você quer?!

JORGE
Calma, Sammuel, eu só...

SAMMUEL
E como você sabe meu nome?!

JORGE
Véi! Relaxa!

Sammuel se espanta um pouco.

JORGE
A frase eu sabia que tinha que ser enigmática pra despertar sua curiosidade. E eu tava no seu prédio porque tenho um aluno que mora lá tb. Ele me disse seu nome.

SAMMUEL
Aluno, você é professor? Isso aqui é uma escola?

JORGE
Mais ou menos. Isso aqui é... Ah, melhor você ver. Entra aí.

Sammuel fica desconfiado, mas resolve entrar.

INT. IGREJA - NOITE

SAMMUEL e JORGE sobem uma escada que termina num grande salão, cheio de jovens. Um grupo vestido de roupas largas ensaia passos de hip hop. Outro brinca com fantoches e bonecos de mão. Alguns garotos conversam numa roda. Outros treinam manobras de skate. Sammuel olha tudo surpreso.

JORGE
Falei que tinha mais doido igual você.

Sammuel enxerga o nome "Jesus" pixado em diferentes tons nas paredes do local.

SAMMUEL
Isso é uma...

JORGE
Uma igreja, isso aí.

Sammuel dá risada.

SAMMUEL
Caramba, que...diferente.

Jorge sorri concordando.

SAMMUEL
Mas...você sabe que eu sou cristão? Como?

JORGE
Eu tava naquela festa. Ouvi quando você gritou "Jesus te amaaaa".

Sammuel abaixa a cabeça, envergonhado.

JORGE
Relaxa, véi. Aquilo foi demais. Fiquei observando e decidi te chamar pra conhecer a galera.

Jorge se vira para o pessoal no salão.

JORGE
Gente! Esse aqui é o Sammuel, ele veio conhecer a igreja.

TODOS
Oi!

Sammuel acena, sorrindo. Jorge coloca a mão em seu ombro.

JORGE
Você não tá sozinho. Aqui também tá cheio de ceifeiro.

Sammuel fica observando, sorrindo.

FIM.

TODO DIA: EPISÓDIO 03: PRA QUE DISCUTIR?
(ROTEIRO - APLICATIVO PARA DISPOSITIVO MÓVEL)

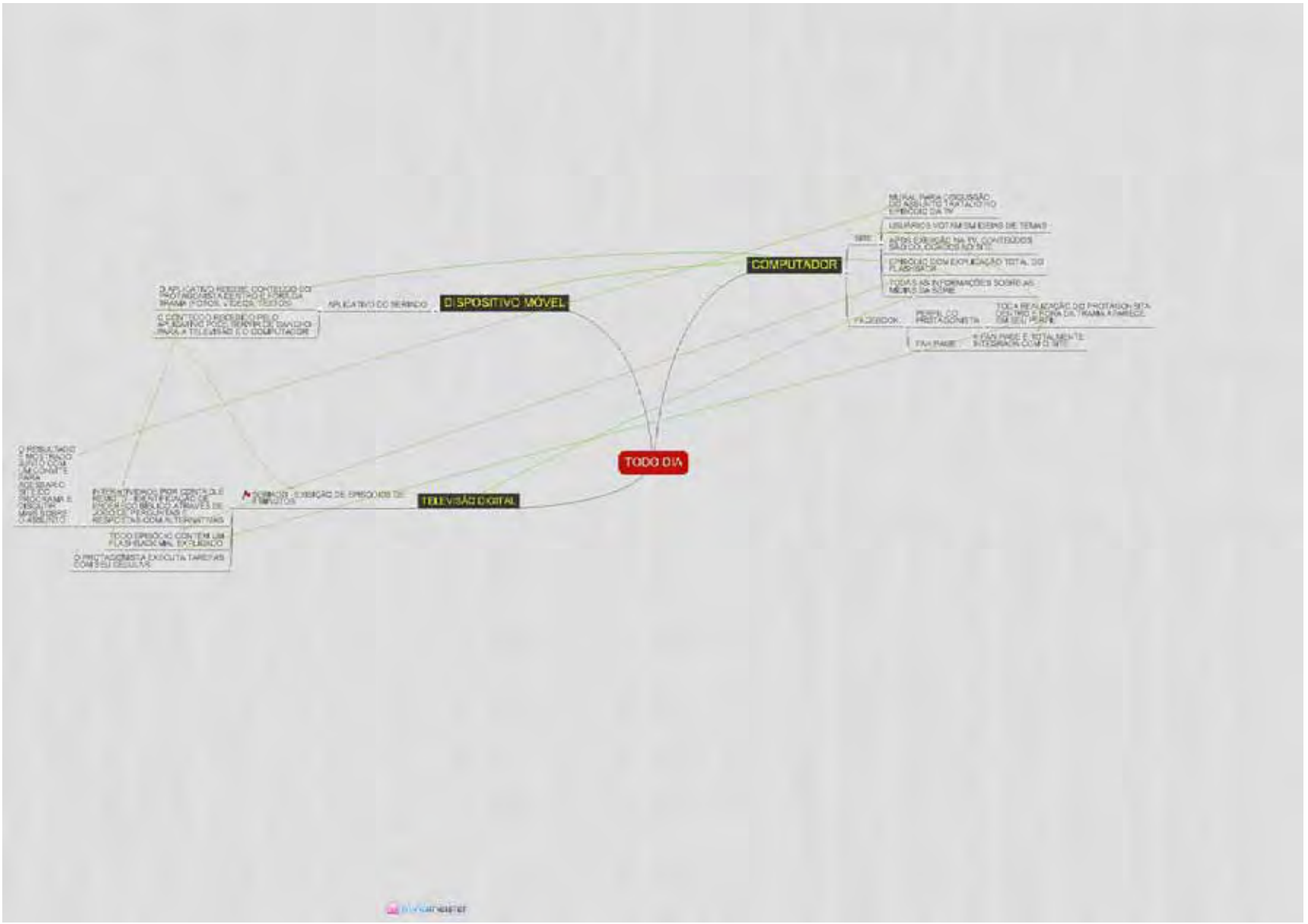
Três dias antes do episódio ir ao ar pela televisão, o espectador que possui o aplicativo da série em seu dispositivo móvel receberá a seguinte frase no aparelho:

"Tem mais doido igual você. Av. X, nº Y."

Junto com a frase, virá uma foto da fachada do local a que o endereço se refere. O aplicativo possuirá a opção de compartilhamento dos arquivos entre amigos que possuam-no e através das mídias sociais.

APÊNDICE 02

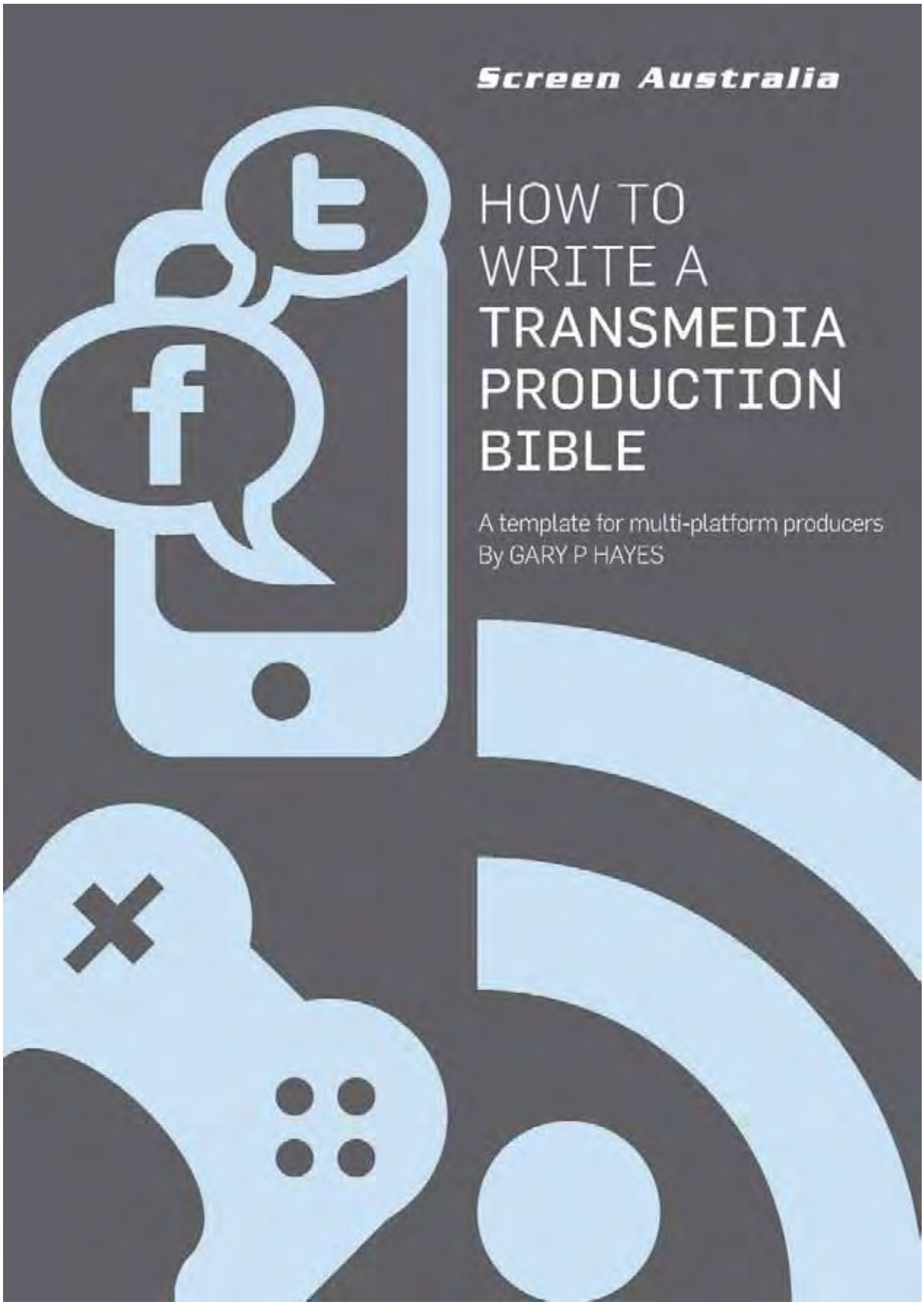
Mapa Conceitual do seriado "Todo Dia"


TODO DIA
COMPUTADOR
DISPOSITIVO MÓVEL
TELEVISÃO DIGITAL

ANEXOS

ANEXOS

O anexo corresponde ao modelo utilizado para a elaboração da bíblia de produção transmídia do seriado "Todo Dia", o livro *How to Write a Transmedia Production Bible*, de Gary Hayes


Screen Australia
HOW TO WRITE A TRANSMEDIA PRODUCTION BIBLE
A template for multi-platform producers
By GARY P HAYES

INTRODUCTION

This document is intended to provide a useful, best-practice guide to the thinking, planning, documentation and supporting materials required when developing a property across multiple media platforms. It is predominantly aimed at the producers of such projects, who have responsibility for the overall direction of all key areas, and should inform the input they need from their various multi-disciplinary team members.

The bible that this document will guide you towards is not a production bible in the traditional sense – a format document for franchising a TV property into other markets – but rather a catch-all that covers key components of a complex multi-platform service. Your bible may be extended to a full production reference document as the sections it contains become more detailed. Some sections across each 'chapter' may appear to be repetitive but should reflect a different perspective and specialisation on common areas of the project.

The Transmedia Production Bible is primarily a document that captures key story and design IP elements, rules of engagement, functionality and technical issues across multiple platforms, and an overview of the business/marketing plan. Each of the five main sections requires specialist members of the project team to be responsible for its development as the service goes from conception to production and the document becomes a fully detailed production bible.

You don't necessarily need to follow this structure precisely as the final format will depend on the range of content, scope and scale of your proposition – the amount of story, technical complexity, business elements or design thinking, etc. The suggested length of each section is for guidance only, and the included diagrams are intentionally simplistic to encourage your own interpretations.

Template written non-exclusively by Gary P Hayes as a blueprint guide for multi-platform producers. July 2011.

Australian Government | SCREEN AUSTRALIA

CONTENTS

INTRODUCTION **2**

TREATMENT **4**
Tagline 4
Back story and context 4
Synopsis 4
Plot points 5
Characterisation and attitude 5
Scripts 5
User-centric scenarios 5

FUNCTIONAL SPECIFICATION **6**
Multi-platform form 6
Rules of engagement 7
Platforms and channels 7
Service build overview 7
User journey 8
Key events 9
Timelines 9
Interface and branding 9

DESIGN SPECIFICATION **10**
Design aesthetic 10
Branding and design guidelines introduction 10
Storyboard 10
Wireframes 11
Style guide, colour and font specs 12
Media design styles 12
Full assets list 12

TECHNOLOGY SPECIFICATION **13**
Technology platform vision 13
System architecture 13
Underlying magic in the technology 14
Service build infrastructure 14
Device methodology 14
User management 15
Content management, back end and server 15
Coding and builds 15
Quality assurance testing 15

BUSINESS & MARKETING **16**
Goals 16
Success indicators 17
User need 17
Target audience and marketing 17
Business models 18
Projections, budgeting and timelines 18
Production team 19
Status and next steps 20
Copyright, IP & licensing 20
Summary and calls to action 20

01.
TREATMENT

This opening chapter introduces the story world driving the multi-platform service. It is a story-centric overview, and will reveal the key narrative and/or service arcs in simple language, making the context of the service clear. The focus should be on describing an engaging story or experience (if the service is more utility or documentary-focused). It should not introduce any explicit design, functional or technical elements. At the end it should introduce a range of user scenarios as routes or journeys through the story world, making simple references to platforms. The treatment should comprise the following sub sections, which are described in more detail below:

- **Tagline**
- **Back story and context**
- **Synopsis**
- **Plot points**
- **Characterisation and attitude**
- **Scripts**
- **User-centric scenarios**

Tagline

A tagline is a single-line hook that 'teases' the reader about what the service will achieve, or what questions it raises, from an experiential point of view. The best taglines for user-centric services include the user as 'you'; for example, "How will you save planet Orgon from Humans?", "Your journey into the mind & body of a refugee" or "Uncovering the truth behind Australia's biggest secret, and you're the detective."

1 or 2 lines

Back story and context

This will describe the environment in which your service exists. For a story universe, it will cover historical context, preceding narrative and/or the general mythology. Services that have less story elements will talk about it as an experience, including competitor landscapes, consumer markets, and/or technology trends. It will set the foundation and scene for the rest of the treatment section by bringing the reader of the document into the realm of the service. It can be enhanced with one or two scene-setting mood images or actual interfaces to entice the reader.

Approximately 1 page

Synopsis

This is an outline of the 'actual' project or service being produced, describing how the story elements or experience unfold over time. It will clearly define the story environment, as a self-contained world, and concentrate on the narrative threads, introducing key characters or specific functions. As a story-focused subsection, it need only hint at the role of each platform, acting instead as a synopsis for the multi-platform service as a whole. However, it needs to be clear how and why the different platforms work with different aspects of the story or utility. The synopsis doesn't need to be rigid in its chronology, as that will come later.

1–2 pages

01.

Plot points

Most multi-platform projects will play out as a sequence of events as the service evolves over time. To aid understanding by third parties, a numbered list of how the service is launched in phases and sub-elements is very useful. Therefore it is valuable to include a list of key story-centric elements or plot points as they are released and that encapsulate the narrative arc and/or user experience in sequence.

10–20 lines

Characterisation and attitude

This section will describe specific characters or key personalities in the show, game or main story. It provides the human element, looking at fictional protagonists and their roles, and how they could perhaps be represented in social media or on fictional websites. It will also refer to biographical information; insights into real people and specific roles users may be required to take on. Even a multi-platform service that is not story-centric will mention the style of the instruction, guides and overall attitude of the experience.

Approximately 1 page

Scripts

Examples of script writing are recommended, but the amount required for your bible will depend on what stage the project is at, with less required at early development. Whether it is five to ten lines of a social media exchange, a full-page script for a web video, or copy for a faux website, it is illustrative supporting material for the story world. This section should clearly list where pre-written material will be required to inform the rest of the document.

At least an initial 1–2 pages

User-centric scenarios

User-centric design begins by understanding typical users of your multi-platform project to such an extent that you can visualise them using it. This section will focus on three or four hypothetical and individual users, defined psychographically **http://bit.ly/lCkv86**, and describe at high level their chronological and individual routes through the service. It will highlight their particular lifestyles, and how the project is relevant to them. It will clearly state their points of entry (POEs) into the service, and elements that will motivate and call them to action. These 'colourful', textual descriptions will be used later to map out a global user journey.

Approximately 1 paragraph per user

02. FUNCTIONAL SPECIFICATION

This chapter covers how the service actually works. The functional specification is a detailed description of the user experience and interface elements as a service architecture at a relatively high level, and builds a more rigid structure around the story or service treatment preceding it. Often written by the producer and experience designer together, it is the bridging section between story and the design/technical elements, and therefore is the centrepiece of the bible, linking to all other chapters. The functional specification chapter would include the following sections:

- Multi-platform form
- Rules of engagement
- Platforms and channels
- Service build overview
- User journey
- Key events
- Timelines
- Interface and branding

Multi-platform form

This is a catch-all format label and/or precise list of elements that defines what the service 'actually' is from a multiple platform perspective. Every multi platform project can be described in a few words as a form, often made out of several sub-forms. Here are some examples of the components that may be a part of the service, and thereby indicate the form:

1. Webisode: audio or video content delivered as a developing fictional or social series. Often called podcasts, vodcasts or mobisodes.
2. Community Hub: a connected service site dedicated to growing and managing a community of interest around a property.
3. Games – Casual: easy to pick-up, dip in and out games, from single player to massively multiplayer.
4. Physical Installation: any project that is rooted in or focused around a fixed physical interactive build such as an interactive kiosk or sound installation. The interaction is often event-driven such as projection mapping at festivals.
5. Social Film or Social TV: a hybrid project combining social media and connected linear video elements.
6. Games – Serious: games that specifically put the user into real world scenarios to fulfill a range of objectives, or that use game mechanics but have an underlying educative intention.
7. Location-based Service: telling stories, running services or game-play in defined, geo-cached, relatively large areas, layering digital elements over the real world using GPS systems or markers.
8. Social Media Storytelling: using a range of existing social network channels to deliver fictional or factual narrative.
9. Games – 3D Worlds: goal-driven game formats with high production values and extended narratives.
10. Social Virtual Worlds: a virtual shared space where the key intention is to allow users to socialise and create their own stories often around a shared theme; different from goal-orientated games.
11. One-way websites: an obvious category, the infamous static brochure website that can be used commercially or as part of a fictional narrative.

Although terminology varies across the digital industry, it is critical that the production bible for the service describes exactly 'what it is' from a functional form perspective. This section will also cover any special features or variations from the core components, as well as any unique mash-ups or combinations of elements.

1/2 – 1 page

02.

Rules of engagement

This section covers high-level 'interface' and usability aspects of the service from a user perspective. In essence, it should paint a hands-on picture of the experience, including what users will be confronted with, what they can expect to have to agree to and challenges they will face. Depending on the form, the areas covered here will include first stages of level design, game mechanics, user contribution, subscription, API (Application Programming Interface) links with other services (eg Facebook Connect), privacy of data, user communication, and terms and conditions.

1–2 pages

Platforms and channels

Drilling down further, this section will list each platform and a likely range of channels or services on those platforms, covering at a high level what the content will be on each. For example, if the platform is a generic smart-phone, the range of channels used on that particular platform might include (a) generic SMS (b) a cross-mobile OS (operating system) bespoke-built app, and (c) a QR (quick response) pattern-based app. This section will document all channels as a reference point for the rest of the production bible, and is likely to be updated regularly throughout development and production.

1 page, probably tabulated

Service build overview

This section provides further details of each of the channels identified above, in approximately one paragraph each, to clarify exactly what needs to be created. Each component will either require a specific build or, if using existing open services such as YouTube and Twitter, a description of what content will be produced for those. These can be represented in a simple block diagram, so that the scope of production is clearly evident.

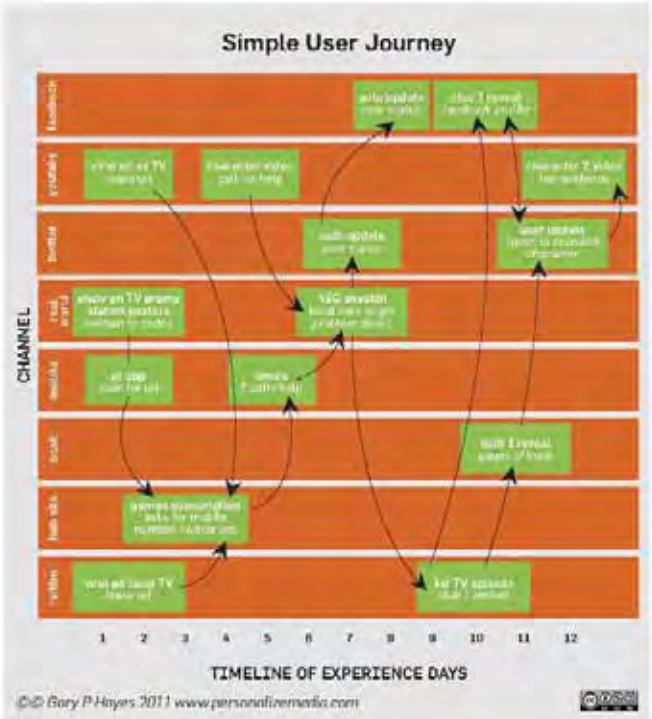
1 paragraph per item

02.

User journey

This is primarily a diagram with accompanying notes, which figuratively demonstrates a range of routes through the service as a multi-channel / multi platform experience, and echoes the user-centric user journey in the treatment section above. With time mapped on the X axis, and channel or platform on the Y axis, it provides a clear idea of dependencies and bridges between each component serving to highlight any issues with points of entry, calls to action (CTAs), or service exits. The text in each box should be used as a reference to a more detailed description of each component in a numbered list in the Key events section (see below). For projects launched all at the same time, such as a website or mobile app, this section should show from a UX (user experience) perspective the route users may take through each individual element of the service. Here is a basic example of a user journey through a 'detective' style pervasive game-like service:

1 landscape page per diagram (possibly multiple diagrams)



8

02.

Key events

Essentially this is a key to the user journey chart above as a narrative description of elements, numbered in the chart. It will highlight the CTAs of each key event, detailing those triggers that will motivate the user through the service and/or across platforms, referring to how each fits into the context of the overall narrative. Depending on the complexity of the service, the user journey chart and key events, this may be split into chapters, seasons or weekly blocks. The level of detail required will depend on the status of production and purpose of the bible.

1–2 pages

Timelines

This is a short section combining the channels that need to be created (identified above), with a chronology of when they are required (as dictated by the user journey and key events). It will talk from a practical production perspective at reasonably high level about what needs to be in place in order to launch and progress the user journey through the key events. It should cover basic resource issues, top level numbers of people, and likely testing required. It can refer to specific dates and include traditional project management Gantt charts.

2 pages

Interface and branding

This section introduces, from a functional perspective, how dynamic elements such as branding or advertising may fit within and change across the service. It will contain guidelines for how the branding will integrate with the 'story', and a simple description of potential unique elements of the interface, including the thinking behind UI (user interface) and how this influences the design planning.

1/2 – 1 page

03.
DESIGN SPECIFICATION

This chapter provides an overview of the 'look & feel' of the visual and audio elements, much more detailed design components, branding guidelines, wireframes, style guides, fully mocked-up interfaces, and so on. It will add colour by visualising the story and functional components and as far as possible show finished designs for the service for each platform and channel. Sections would include:

- **Design aesthetic**
- **Branding and design guidelines introduction**
- **Storyboard**
- **Wireframes**
- **Style guide, colour and font specs**
- **Media design styles**
- **Full assets list**

Design aesthetic

This section sets out the overall vision behind the design. Similar to the art direction in linear film and TV, it will describe and portray the environments and scenes from the story. For both fiction and utility services, this will include interface design, comparing and contrasting with existing projects, and clearly showing points of difference. It can also be extended with mood board examples illustrating the evolution of the design process.

1–2 pages

Branding and design guidelines introduction

This is a treatment and design style guide describing the thinking behind the branding of the property across platforms. It will cover aspects such as logo design and, where logos and other branding elements appear across channels, may have precise coordinate charts for each platform. It will also introduce the first sight of key interfaces for the service as mock-ups and 'look & feel' diagrams.

1 page text, 2–3 pages interface design mockups

Storyboard

This will be a designed walk-though of each of the platforms as a sequence of rendered interface windows, perhaps showing four or five key frames of each, to give a clear sense of the UI on that platform. Each frame will be described with a line or two covering how the menu, navigation, functional boxes, etc, will work. This is one of the key sections of the whole bible, and links to the user journey charts above, so the production team has a strong idea of how the platforms link as a whole. The storyboards can be as detailed as required depending on the status of development. If the bible is still functioning as a planning document then the storyboard can be limited to suggestive wireframes, but just prior to or during build the storyboard may actually advance to screen shots of work in progress.

Planning 2–3 pages / Pre-production 8+ pages

03.

Wireframes

Wireframes are detailed interface maps and outlined charts that will allow a web builder, games designer, or mobile app builder, for example, to create the structural elements of a build, prior to final assets and graphics being put in place. They can themselves be elements in the storyboard above, but are likely to have much more detail and so are best documented separately. The wireframe will usually have pixel coordinates and block references to different sections of the app, game scene or site. For early planning documents, these wireframes are not as important as 'look & feel' mockup designs, but are useful nonetheless to develop thinking around functionality.

1/2 – 1 page for each interface

Basic Web Wireframe Example

©© Gary P Hayes 2011 www.personalizemedia.com

03.

Style guide, colour and font specs

Precise details of colour palettes, graphics and story boards are very important in implementing the design aesthetic. This section will detail a range of colours unique to the visual design, and list requirements such as RGB values, textures, font usage and other quantifiable design features. It will also cover at a high level the styles of artwork and photography and include key examples.

2 pages

Media design styles

As in linear production, emphasis on visual components often prevails. With full visual interfaces having been covered in earlier sections, this is the place to demonstrate other media elements. Audio & musical styles can be described (even linked to), along with examples of moving title sequences for trailers or short videos, spoken word, and many other media assets. This section should be a textual overview of the style of all media elements to provide cohesion with other visual elements.

1 page

Full assets list

Flowing on from previous sections, this provides a hierarchical list of assets to be produced, and will aid production planning if everyone is clear on what needs to be created vs bought in. During early planning stages, this will be high level, but as production nears will start to become a deep hierarchy of assets to create. It will focus on media assets that have a design need, rather than a pragmatic catch-all asset production list.

1–2 pages

04.
TECHNOLOGY SPECIFICATION

The nature of multi-platform services means the technology is dispersed, ever-changing, and often disconnected, so good technical planning is the most critical element of any service. This part of the document melds the functional with the design spec, and keeps an eye on story and business requirements. It's best written by a CTO (Chief Technical Officer) level person who does not get too lost in the 'coding' detail at this stage. Further into the document's evolution, precise build specs for each element can be added. Sections of this chapter would include:

+ **Technology platform vision**
+ **System architecture**
+ **Underlying magic in the technology**
+ **Service build infrastructure**
+ **Device methodology**
+ **User management**
+ **Content management, back-end and server**
+ **Coding and builds**
+ **QA testing**

Technology platform vision

This section is linked to the scoping and business requirements sections, and is a perspective on why certain platforms, devices or systems are being used. Why, for example, is a certain mobile device and operating system being used over another? Is it due to user need? Other aspects covered here are directly connected to the platforms identified in the Functional specification chapter, and highlight how differing platforms provide the ability to be connected, share assets or extend the experience seamlessly. This section refers to technical platform environments at a high level, of which some are detailed below:

- 2D PC web: traditional browser-based websites that can include Flash, HTML5, or simple rich media elements
- 3D PC: isometric or full 3D application or browser based game-like engines
- Mobile (generic): well connected handset sized smart-phones but also SMS only based handsets
- Tablets (generic): larger-screen portable, connected devices
- Connected TV & set top box: specific hardware connected to or integrated in large-screen TVs or cinema screens that effectively combine TV content and the web
- Specialised consoles: such as large games platforms, media boxes or handheld games devices
- Augmented reality: technologies allowing layering of digital content over the real world; primarily marker or location-based
- The real world: physical space
- TV sets
- Cinema screens

1-3 pages

System architecture

One or two very detailed charts will show how platforms, and the channels within them, are interconnected, and how content and data flows around this technical ecosystem. It will need some detailed descriptive text alongside, and in effect is the technical version of the User journey scenarios, the User journey chart and Storyboard – so needs to reference or be referenced from those.

Approximately 3 pages

04.

Underlying magic in the technology

Although any service should not rely on new technology or a new use of existing technology, it is often the case that multi-platform services do feature something that makes the service special and different. So this section will highlight aspects of the project that make it stand out and may have marketing potential.

1/2 page

Service build infrastructure

This covers the multi-platform engines on which the service is delivered, and will refer to a hierarchical technical ecosystem for very complex services. It will make technical statements such as "the casual web game will be built in Flash CS5, AS3", or "the webisodes will run on a bespoke Java engine built for all web browsers". The hierarchy may refer to elements such as:

- Operating systems: Android, IOS, Windows, Linux, Mac OS, etc
- Coding environments: Java, Objective C, Action Script 3, HTML5, etc
- Open source engines: Wordpress, Drupal, Joomla, etc
- Client software/players/tools: Flash, Unity, OpenTV, Unreal, Crytek, etc
- Existing web services: Ning, Facebook, YouTube, Flickr, Twitter, etc
- Media formats: MP4, MP3, .exe, .gif etc

Approximately 3 pages

Device methodology

Multi-platform devices require their own thinking, and the range of smartphones/tablets or connected TVs, for example, is constantly evolving. This section will therefore detail key hardware choices and deployment issues. It will identify any cross-platform considerations (eg: PS3 vs Xbox vs Wii, or iPhone vs iPad vs iTouch), and also list specific models or versions of hardware that the service is focused on.

1 page

04.

User management

A critical aspect of all multi-platform services is managing users in real time or asynchronously. Technically this section will define how user data collected from subscription and during the use of the service will be managed. There may be requirements to build bespoke systems that can both collect usage data and also communicate back to users automatically, and such requirements will be defined at high level here with specific examples of features that will be needed. This may be part of a broader CMS (Content Management System) or CPMS (Content Production Management System) definition.

1–2 pages

Content management, back-end and server

This describes how the complexity of many media assets will be managed and fed in and out of the service, as well as backups, managing user-generated content, and the server requirements. Some complex, real-time multi-platform services will require bespoke 'control dashboards' and associated back-ends to be built from scratch to manage the flow of content and users; these will be described here. The section will also detail, for example, the pros and cons of using third party hosting, content management software, or building something specific for this service. Overall it is a description of everything back-end that will glue the whole project together.

2–3 pages

Coding and builds

This section will detail any specific elements (eg, game engines, application interfaces, subscription systems, data management, etc) that need to be built from the ground up or modified from existing engines. It will detail both the coding environments, a sense of where that resource is, and a likely time estimate for development.

1 page

Quality assurance testing

Often referred to as just 'QA', this section will cover a how all elements of the service will be tested during development. For specific engine builds through to connectivity with third party services, it will provide an overview of the methodology rather than being a detailed guide, but will include timescales for testing and fully functional builds.

1/2 – 2 pages

05.
BUSINESS & MARKETING

This chapter could potentially be positioned first and 'boiler plate' the whole bible, depending on the overall nature of the service, with transmedia story at one end, through to multi-platform utility at the other. Sections would comprise:

- Goals
- Success indicators
- User need
- Target audience and marketing
- Business models
- Projections, budgeting and timelines
- Production team
- Status and next steps
- Copyright, IP & licensing
- Summary and calls to action

Goals

This section should cover three goals of the service, encapsulating the overall reason for creating it:

A. What do you want to achieve from the perspective of the user through the service? For example:

- Stimulate community-based storytelling
- Get the audience to be highly active during a live broadcast
- Create deeper engagement between scheduled events
- Get the audience to become active outside the home
- Stimulate massive community created content contribution
- Make the service highly personalised
- Develop a powerful tease service to a must-view linear property

B. What are the goals from the perspective of the creative team? For example:

- Reach a younger or older demographic
- Experiment with never before tried multi-platform concepts
- Improve the skills of the team
- Raise awareness of issues, social good or another media property
- Design a service that lasts two years and longer
- Build a strong female or male viewership
- Build a loyal local and/or international community for your property
- Increase the overall audience

C. What is the economic goal or model?

- Commercial: revenue generation through mature digital business models
- Marketing: at cost, promotional/marketing/advertising of another product or property
- Social good: at cost, awareness and issue raising or cultural, educational and/or artistic statements
- Experimental: a new type of project designed to push boundaries, with the freedom to fail and lose money but learn from

1 page

05.

Success indicators

How will the stated goals be measured, and from those results how will you decide if the service has been successful? The KPIs (Key Performance Indicators) and ROI (Return On Investment) are traditional ways to measure success, but from a story perspective there may be other engagement metrics you are building into your service/s.

1-2 pages

User need

This is a short high-level section covering the key question of why your service will be noticed and used. A simple user-needs analysis will highlight gaps in the market, weak competition, or just a strongly 'needed' utility-like service.

1 paragraph

Target audience and marketing

This section will cover two key areas: Who will use the service, and how will you attract them to it? It will include a demographic and psychographic breakdown of your user/audience, listing competing services or examples of similar services, quoting numbers. It will be a well researched comparative analysis and most likely use some bespoke research you have completed for the project. A logical progression from this is how you will attract and market to them so they are aware your service exists. A range of techniques from traditional to social media marketing needs to be covered here, and estimates of numbers over time should be front and centre. Another key element that needs to be covered is the community strategy for the service, confirming what will be put in place to grow a community of interest as well as a loyal subscriber base.

2–4 pages

05.

Business models

This provides an overview of how the budget will be raised or revenue generated. For many multi-platform services there will be a mix of business models, so this section will detail primary and secondary models, which may include the following:

- Sponsorship (commercial or funded by agency)
- Advertising: text based or rich media advertising (surround or product placement)
- Subscription (to use the service): part of the freemium/premium model
- Transaction: direct sales of product, pay per use or premium or extended elements
- Affiliate marketing: money for connecting with like services
- Virtual currency: taking a percentage of exchanges for virtual currency from real world money
- Direct sales of the multi-platform 'format itself' to third parties
- Sales to market intelligence of anonymous user data
- Peer-to-peer: taking a percentage of user-to-user fees in your project's 'market', such as virtual goods exchanges or embedded online auctions
- Sales of product placement spots
- Donations to parts of whole elements of the service

This section need not detail likely revenues, but rather estimate likely numbers, and convince the reader that the models will genuinely work.

1-2 pages

Projections, budgeting and timelines

This section will detail all the important costs and/or likely revenues and/or profits from the service. It should include a spreadsheet listing how much the service will cost to build, and this may develop in granularity as the service planning moves forward. It will be linked to the schedule of production, and should break down potential budget spend at each milestone. Due to the nature of a complex production, the spreadsheet should also break down according to platform, so further down the track decisions can be made on deployment. Finally, a project management Gantt chart will minutely detail timelines linked to budget requirements. The projections will be a realistic assessment of likely revenues generated, including whether and when the project will break even and move into profit.

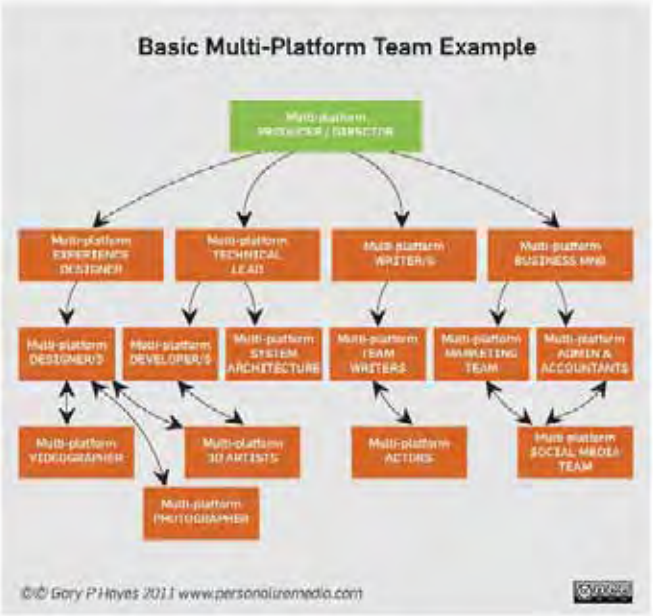
2–5 pages

05.

Production team

It may be worth breaking this in to two sections. The first should be a full breakdown of the multi-disciplinary team related to this specific project, listing their individual multi-platform and/or transmedia roles and responsibilities. The second section provides biographical backgrounds on each of the team with head shots if possible. A complex project will require the key roles of transmedia producer/s, writer/s, designer/s, technical lead, system architect, programmers, business managers, marketing and so on to a maximum of say ten project leads.

1/2 – 1 page per team member



05.

Status and next steps

Every complex multi-platform project will go through layers of parallel project development. This section should clearly list the status of the overall project across key areas including funding, development, investment, pre/post production, current production and delivery goals and date targets. It should also list progress for each of the main platforms individually, as there is likely to be significant staggering of development on each.

1–2 pages

Copyright, IP & licensing

This section will cover a range of intellectual property and other issues such as who owns the intellectual property (IP) in the story and created content, whether partners are taking overall shares as part of developing aspects of the service or investment, whether there is licensing interest in the service from third parties, and so on. It should highlight significant business conditions under which the project is operating.

1–3 pages

Summary and calls to action

Often the business and marketing plan is a natural finish to the production and/or planning bible from a production document perspective. As a presentation or submission document it is worth re-iterating the opening tags: why the service is unique, and key story or service goals as a focused wrap outside of the business plan.

1–2 pages

.