

MESTRADO

MULTIMÉDIA - ESPECIALIZAÇÃO EM ARTES E CULTURAS

TRANSMEDIA STORYTELLING NA TELEVISÃO PORTUGUESA

O CASO DE ESTUDO DO VISITA GUIADA

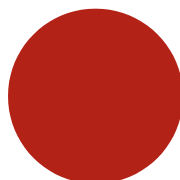
Maria do Carmo Azevedo Meireles

M

2015

FACULDADES PARTICIPANTES:

**FACULDADE DE ENGENHARIA
FACULDADE DE BELAS ARTES
FACULDADE DE CIÊNCIAS
FACULDADE DE ECONOMIA
FACULDADE DE LETRAS**





TRANSMEDIA STORYTELLING NA TELEVISÃO PORTUGUESA

O CASO DE ESTUDO DO VISITA GUIADA

Maria do Carmo Azevedo Meireles

Mestrado em Multimédia da Universidade do Porto

Orientadora: Professora Doutora Soraia Alexandra Mesquita Ferreira

Junho de 2015

© Maria do Carmo Azevedo Meireles, 2015

**TRANSMEDIA STORYTELLING NA TELEVISÃO
PORTUGUESA
O CASO DE ESTUDO DA VISITA GUIADA**

Maria do Carmo Azevedo Meireles

Mestrado em Multimédia da Universidade do Porto

Resumo

O *transmedia storytelling* têm vindo a ser explorado em países como EUA, Brasil, Reino Unido e França. É fundamental perceber o que o transmedia storytelling pode trazer à televisão portuguesa e de que modo pode influenciar as audiências de determinado programa.

Dentro deste contexto foi criado um projeto transmedia para o programa da RTP *Visita Guiada*, programa que procura dar a conhecer aos espectadores portugueses o património cultural nacional. Este projeto transmedia – *Diário do Henrique* - tinha como objectivo a divulgação cultural através da adaptação dos conteúdos do programa a uma faixa etária jovem.

O *Diário do Henrique* iniciou-se com o estudo do *Visita Guiada*, e possíveis plataformas a serem criadas, culminando com o desenvolvimento de uma Bíblia Transmedia para o *Diário do Henrique* e implementação do projeto em conjunto com a RTP. Apesar das limitações existentes, o projeto conseguiu acompanhar a segunda temporada do programa *Visita Guiada* e implementou as plataformas propostas: o facebook *Henrique Magalhães*, o blog *Diário de Viagens a Portugal*, o E-book *Diário do Henrique*, o website *Diário do Henrique* e ainda dois jogos, *Henrique VS Mega-Ratazana* e *A última história*.

A metodologia de investigação passou pela análise de casos de estudo e posterior desenvolvimento e implementação do projeto transmedia *Diário do Henrique*. No final do projeto foram levantados diversos dados estatísticos das plataformas e foi realizado um questionário de modo a compreender de que forma o projeto *Diário do Henrique* conseguiu ou não ampliar a faixa etária e aumentar a audiência do programa *Visita Guiada*.

Os resultados finais revelam que o projeto não conseguiu uma boa ligação com as plataformas já existentes do programa *Visita Guiada*. A faixa etária alvo do projeto foi atraída para as plataformas criadas para o projeto mas não para o programa *Visita Guiada* e suas respectivas plataformas, não conseguindo aumentar a audiência do programa.

O estudo do transmedia storytelling no contexto da televisão nacional é essencial para compreender de que modo as potencialidades do transmedia podem funcionar nos diversos formatos televisivos e em diferentes sectores da população, em especial quando os programas de televisão são pensados de raiz para serem projetos transmedia.

Palavras-chave: *transmedia storytelling*, televisão, narrativa

Abstract

Transmedia storytelling has been explored in countries like USA, Brazil, UK and France. It is fundamental to understand what transmedia storytelling can bring to the Portuguese television and in what way it can influence the audience of a certain show.

Within this context, a transmedia project was created for the RTP show *Visita Guiada*. This show is an historical show that is concerned with letting Portuguese viewers be aware of the national cultural heritage. The transmedia project – *Diário do Henrique* -would reinforce the show's goal of cultural propagation through the adaption of the show's contents to a young aged group.

To start developing *Diário do Henrique*, a study of the show and the possible platforms to be created was made. From the results of this study, a transmedia bible was created. Finally, the project would conclude with a collaborative implementation of the transmedia project with RTP. Despite the existing limitations, the project was able to follow the show's second season and implement the proposed platforms: Henrique Magalhães' facebook, the *Diário de Viagens a Portugal* blog, the posters (to advertise the project and the contest), the *Diário do Henrique* e-book and website, and two videogames, *Henrique VS Mega-Ratazana* and *A última história*.

The research methodology involved the analysis of the case studies and subsequent development and implementation of the transmedia project *Diário do Henrique*.

At the end of the project, statistic data was gathered from the platforms. A questionnaire was also made to understand the behavior of the audience during the project and in which way *Diário do Henrique* was able (or not) to increase the age group and audience of *Visita Guiada*.

From the final results, it could be seen that the project platforms did not manage to create a good link with *Visita Guiada*'s already existing platforms: the age group targeted for the project was attracted to the project but not to the show and to its platforms, failing to increase the show's audience. The study of transmedia storytelling in the context of national television is essencial to understand in what ways transmedia can work in the diverse television shows and in different population sectors. This is fundamental especially when the television shows are though from the beginning to be transmedia projects.

Agradecimentos

Gostaria de agradecer à minha professora orientadora Soraia Ferreira pelo apoio, disponibilidade e dedicação desde o dia em que lhe falei da minha vontade de investigar este tema.

O auxílio da RTP foi essencial para esta tese, um obrigado a Sara Oliveira e à produtora e criadora do programa *Visita Guiada*, Paula Moura Pinheiro, pela confiança no projeto e apoio prestado.

Obrigado aos professores responsáveis pelas bibliotecas do Agrupamento de Escolas do Padrão da Légua pelo tempo e meios dispensados para ajudar a divulgar o projeto *Diário do Henrique*.

Obrigado ao António Moura, Marisa Marques e Ricardo Silva por terem criado os jogos do projeto com dedicação e por me terem apoiado e incentivado noutras fases do projeto.

Obrigado à minha família pela paciência e por me terem auxiliado por todo o meu percurso escolar. Um obrigado em especial ao meu irmão Francisco Meireles e à minha avó Maria do Carmo Azevedo, por terem aceite dar a cara pelo Henrique e pela avó Maria, as duas personagens principais do projeto.

E por fim um obrigado ao Miguel Nabuco, por me ter ajudado e acompanhado de perto durante toda a tese. Obrigado pelo amor, força e segurança que sempre me transmitiu.

Índice

Introdução.....	1
1.1	Objetivos de Investigação 2
1.2	Metodologia de Investigação 3
1.3	Estrutura da Dissertação 3
Estado da Arte.....	5
2.1	Introdução 5
2.2	Narrativa..... 6
2.3	Elementos da Narrativa 7
2.3.1	Premissa 7
2.3.2	Personagens..... 7
2.3.3	Conflito 8
2.3.4	Mundo da Narrativa 8
2.4	Estruturas Narrativas 9
2.5	Transmedia Storytelling 11
2.6	Projetos Transmedia em Séries de Televisão 12
2.7	Espectadores e Projetos Transmedia 13
2.7.1	Contrato Implícito 13
2.7.2	Os Espectadores e a Ligação entre Plataformas 14
2.7.3	O Envolvimento dos Espectadores e o Aumento do Rating..... 15
Estudos de Caso.....	17
3.1	Estudos de Caso de Projetos Transmedia para Crianças e Jovens 17
3.1.1	Inanimate Alice 17
3.1.2	Conducttr Cosmic Voyage Enterprises 19
3.1.3	Robot Heart Stories 20
3.1.4	Frankenstein, M.D..... 22
3.2	Estudo de caso de projetos transmedia em televisão..... 23
3.2.1	Série 24..... 23
3.2.2	Spooks 24
3.2.3	Doctor Who 24

Estudo do Visita Guiada, Público-alvo e Plataformas	27
4.1	Sinopse do Programa Visita Guiada..... 27
4.2	Audiência 28
4.3	Plataformas..... 28
4.3.1	Website RTP 28
4.3.2	Programa Televisivo 29
4.3.3	Programa de Rádio 30
4.3.4	Facebook 30
4.4	Produção do Programa 31
Desenvolvimento.....	33
5.1	Bíblia Transmedia 34
5.1.1	Sinopse 34
5.1.2	História 34
5.1.3	Plataformas do Projeto 34
5.1.4	Plataformas do Visita Guiada..... 36
5.1.5	Audiência 37
5.1.6	Jornada do Utilizador 37
5.2	Design 38
Implementação	41
6.1	Criação das Plataformas 41
6.1.1	Facebook 42
6.1.2	Blog..... 43
6.1.3	Website..... 44
6.1.4	E-book..... 45
6.1.5	Jogos..... 46
6.2	Divulgação do Projeto..... 47
6.3	Limitações do Projeto..... 48
A Audiência do Projeto “Diário do Henrique”.....	51
7.1	Plataformas do Projeto Diário do Henrique e Visita Guiada 51
7.1.1	Facebook do Visita Guiada e da Página do Projeto Diário do Henrique, Henrique Magalhães 52
7.1.2	Website..... 61
7.1.3	Blog..... 61
7.1.4	Jogos..... 63
7.1.5	E-book..... 63
7.1.6	Programa Visita Guiada 63
7.2	Questionário 66
7.3	Discussão..... 72

Conclusões.....	75
Referências.....	79

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Esquema do Monomito de Joseph Campbell	10
<i>Figura 2.</i> Imagem do website oficial de <i>Inanimate Alice</i> .	18
<i>Figura 3.</i> Imagem do projeto <i>transmedia Inanimate Alice</i> .	18
<i>Figura 4.</i> Imagem do website da empresa ficcional criada para o projeto <i>Cosmic Voyage Enterprises</i> .	20
<i>Figura 5.</i> Imagem do website do projeto <i>Robot Heart Stories</i> .	21
<i>Figura 6.</i> Imagem da secção para <i>download</i> e <i>upload</i> da figura do robot.	21
<i>Figura 7.</i> Imagem do website do projeto <i>Frankenstein, M.D.</i> .	22
<i>Figura 8.</i> Imagem do website www.24ladmoments.com .	23
<i>Figura 9.</i> Imagem da história interativa de <i>Spooks</i> .	24
<i>Figura 10.</i> Imagem do website oficial de <i>Doctor Who</i> .	25
<i>Figura 11.</i> Imagem do website RTPplay: vídeos de episódios já exibidos.	28
<i>Figura 12.</i> Imagem do programa <i>Visita Guiada</i> .	29
<i>Figura 13.</i> Foto de capa do Facebook do <i>Visita Guiada</i> .	30
<i>Figura 14.</i> Logótipo do projeto Diário do Henrique	38
<i>Figura 15.</i> Poster criado para exemplificar o design que iria atravessar as plataformas do projeto.	38
<i>Figura 16.</i> Imagem da página do Facebook <i>Henrique Magalhães</i> .	42
<i>Figura 17.</i> Imagem do blog <i>Diário de Viagens a Portugal</i> .	43
<i>Figura 18.</i> Imagem da página teaser da página <i>Visita Guiada</i> .	44
<i>Figura 19.</i> Imagem do website <i>Diário do Henrique</i> .	45
<i>Figura 20.</i> Imagem do E-book <i>Diário do Henrique</i> .	46
<i>Figura 21.</i> Logótipo do jogo <i>Henrique vs. Mega-ratazana</i>	46
<i>Figura 22.</i> Imagem do jogo <i>Henrique vs. Mega-Ratazana</i>	46
<i>Figura 23.</i> Logótipo do jogo <i>A última história</i> .	47
<i>Figura 24.</i> Imagem do jogo <i>A última história</i> .	47
<i>Figura 25.</i> Poster do Concurso de Escrita <i>Diário do Henrique: A minha história</i> .	48
<i>Figura 26.</i> Gráfico relativo ao número de pessoas novas que colocaram gosto na página Facebook <i>Visita Guiada</i> .	55

<i>Figura 27.</i> Gráfico relativo ao número de pessoas novas que colocaram gosto na página Facebook <i>Henrique Magalhães</i> .	55
<i>Figura 28.</i> Gráfico número total de gostos da página <i>Visita Guiada</i> .	56
<i>Figura 29.</i> Gráfico número total de gostos da página <i>Henrique Magalhães</i> .	56
<i>Figura 30.</i> Gráfico relativo ao número de cancelamentos diários de gostos da página do Facebook <i>Visita Guiada</i> .	57
<i>Figura 31.</i> Gráfico relativo ao número de cancelamentos diários de gostos da página do Facebook <i>Henrique Magalhães</i> .	57
<i>Figura 33.</i> Gráfico relativo ao número de pessoas que interagiram com a página <i>Henrique Magalhães</i> .	58
<i>Figura 32.</i> Gráfico relativo ao número de pessoas que interagiram com a página <i>Visita Guiada</i> .	58
<i>Figura 34.</i> Gráfico relativo às visualizações das páginas por utilizadores com sessão iniciada no Facebook: página Facebook <i>Visita Guiada</i> .	59
<i>Figura 35.</i> Gráfico relativo às visualizações das páginas por utilizadores com sessão iniciada no Facebook: página Facebook <i>Henrique Magalhães</i> .	59
<i>Figura 36.</i> Gráfico da evolução do rating (%) e share (%) ao longo da temporada do programa <i>Visita Guiada</i> .	64
<i>Figura 37.</i> Distribuição da audiência da segunda temporada do programa <i>Visita Guiada</i> por sexo (adh%)	64
<i>Figura 38.</i> Distribuição da audiência da segunda temporada do programa <i>Visita Guiada</i> por idades (adh%).	65

Lista de Tabelas

<i>Tabela 1.</i> Tabela da distribuição dos utilizadores por sexo, nas páginas Facebook <i>Visita Guiada</i> e <i>Henrique Magalhães</i> , no início e no final do projeto.	52
<i>Tabela 2.</i> Tabela da distribuição dos utilizadores por faixa etária, nas páginas Facebook <i>Visita Guiada</i> e <i>Henrique Magalhães</i> , no início e no final do projeto.	53
<i>Tabela 3.</i> Número total de gostos por distrito da página do Facebook <i>Visita Guiada</i>	54
<i>Tabela 4.</i> Número total de gostos por distrito da página do Facebook <i>Henrique Magalhães</i>	54
<i>Tabela 5.</i> As 10 publicações com mais gostos da página <i>Henrique Magalhães</i>	60
<i>Tabela 6.</i> Tabela das 10 publicações do Blog <i>Diário de Viagens a Portugal</i> com mais visualizações.	62
<i>Tabela 7.</i> Tabela dos websites de referência.	62
<i>Tabela 8.</i> Tabela relativo à distribuição por faixas etárias dos utilizadores	66
<i>Tabela 9.</i> Tabela das respostas à questão "Se, sim, que interação efetuou com o mesmo?"	67
<i>Tabela 10.</i> Tabela das respostas à questão "Conhece o website RTPplay para o <i>Visita Guiada</i> ?"	67
<i>Tabela 11.</i> Tabela das respostas à questão " Sem sim, através de que meio?" (relativo à pergunta "Tem conhecimento do projeto " <i>Diário do Henrique</i> " associado ao <i>Visita Guiada</i> ?").	68
<i>Tabela 12.</i> Tabela das resposta à questão "Se sim, que interação efetuou com o mesmo?" (relativo ao Facebook <i>Henrique Magalhães</i>).	68
<i>Tabela 13.</i> Tabela das respostas à questão "Se sim, que interação efetuou com o mesmo?" (relativo ao blog <i>Diário de Viagens a Portugal</i>).	69
<i>Tabela 14.</i> Tabela das respostas à questão "Se sim, que interação efetuou com o mesmo?" (relativo ao website <i>Diário do Henrique</i>).	69
<i>Tabela 15.</i> Tabela relativa à classificação dos utilizadores sobre ao nível de interação de cada plataforma	70
<i>Tabela 16.</i> Tabela relativa à classificação dos utilizadores sobre ao nível de utilização de cada plataforma.	71

Abreviaturas e Símbolos

RTP	Rádio Televisão Portuguesa
FEUP	Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto
TV	Televisão
LA	Los Angeles
DVD	<i>Digital Versatile Disc</i>
BBC	<i>British Broadcasting Corporation</i>
PBS	<i>Public Broadcasting Service</i>
TNS	<i>Transaction Network Services</i>
QRCode	<i>Quick Response Code</i>
E.B. 2,3	Escola básica do 2º e 3º ciclos
Rat	<i>Rating</i>
Adh	Adesão
Sh	<i>Share</i>

Capítulo 1

Introdução

A televisão portuguesa não têm apostado no *transmedia storytelling* com a mesma intensidade e divulgação como têm sido feito noutros países. Sendo assim, de modo a estudar o *transmedia storytelling* e a sua influência na televisão portuguesa, foi necessário criar um projeto – *Diário do Henrique* - aliado a um programa de televisão – *Visita Guiada*.

Esta tese é focada no programa de televisão e rádio *Visita Guiada* da RTP. Este programa tem por objetivo divulgar e dar a conhecer ao público tesouros do património cultural português, obras de elevada importância cultural e artística reconhecidas universalmente pelo seu valor mas que são pouco conhecidas pelos portugueses.

O *Visita Guiada* tem como base o programa de televisão que é antecedido por um programa de rádio. Existem ainda mais duas plataformas do *Visita Guiada*: o website da RTP Play, com os vídeos e ficheiros de áudio já exibidos e o Facebook do *Visita Guiada*, onde é partilhada informação sobre o programa.

Apesar de se distribuir pelas quatro plataformas diferentes muita da informação, uma grande parte dos conteúdos relativos ao tema é deixado de fora. Outro dos problemas observados no programa é a não adequação da linguagem para uma faixa etária jovem, que pode encontrar utilidade educacional no programa *Visita Guiada*.

Foi proposto um projeto *transmedia storytelling*: uma história que atravessa várias plataformas, em que cada uma possui informação distinta mas que no conjunto criam a história. A este projeto *transmedia* foi dado o nome *Diário do Henrique*.

Uma estratégia *transmedia storytelling* foi escolhida pois é defendida como forma de ligar os espectadores de televisão e aos conteúdos através de diferentes plataformas, aumentando a audiência leal, entre outros inúmeros benefícios que traz tanto para a audiência como para os produtores e canais de televisão. O *transmedia storytelling*, com o propósito de alargar a audiência a essas faixas etárias,

Introdução

não só ajudaria os espectadores a explorar os conteúdos relacionados com o programa que não são expostos, como estes conteúdos estariam numa linguagem adequada a essas mesmas faixas etárias.

Este projeto conta a história de um rapaz de 13 anos, Henrique Magalhães, que utiliza as redes sociais para completar o desejo da avó antes de morrer: criar um diário de viagens a Portugal. Através da exploração desta história nas diversas plataformas a audiência teria acesso a conteúdos que excedem os do programa e diversos meios de explorar esta história de forma interativa, para que no final, através da escrita comunitária e da participação de cada utilizador, fosse criado um e-book sobre a história do projeto, o *Diário do Henrique*.

Com o uso de *transmedia storytelling* os espectadores portugueses conseguirão envolver-se nas histórias e conteúdos do programa de forma interativa. Tendo em conta o cariz cultural do programa, a associação do projeto *transmedia* ao mesmo iria aproximar o público da produção nacional, criando um espaço cultural e artístico mais dinâmico e inclusivo.

Este projeto pode servir de ponto de arranque para novos projetos *transmedia* aliados a programas televisivos e todo o seu potencial pode ser explorado tanto pelos espectadores habituais, como por estudantes e jovens, professores nas salas de aula, turistas, famílias ou pessoas que desejem conhecer mais sobre o património cultural português.

1.1 Objetivos de Investigação

A investigação procura compreender de que modo pode uma estratégia *transmedia storytelling* associada a um programa de televisão cativar uma nova faixa etária, aumentando a audiência do mesmo.

Questões:

- Quais as plataformas mais adequadas para um projeto *transmedia* para um público alvo entre os 13 e os 18 anos?
- Consegue um projeto *transmedia storytelling* aumentar o envolvimento da audiência nas diversas plataformas?
- Que impacto o projeto *transmedia storytelling* tem no aumento da audiência do programa?

De modo a conseguir responder às questões será criado o projeto *Diário do Henrique*, que passará por diversas fases.

Objetivos para a investigação e desenvolvimento do projeto:

- Análise dos Estudos de Caso
- Estudo do *Visita Guiada* em relação a: público alvo, plataformas e interação.
- Desenvolvimento da Bíblia *transmedia* do projeto *Diário do Henrique*
- Implementação do projeto em conjunto com a RTP
- Avaliação do impacto do *transmedia storytelling* na audiência do programa.

1.2 Metodologia de Investigação

Esta investigação analisará diversos estudos de caso e posteriormente será desenvolvido um projeto – *Diário do Henrique*. No final será feito um questionário e serão levantados dados estatísticos sobre o comportamento da audiência do projeto de modo a compreender a interação dos utilizadores com os conteúdos das diversas plataformas ao longo do projeto.

A recolha de dados passou por cinco fases, cada uma correspondente a um objetivo diferente, de forma a compreender como uma estratégia *transmedia* pode alargar a faixa etária da audiência de determinado programa, aumentando a audiência do mesmo.

O primeiro objectivo da investigação passa por analisar projetos *transmedia* para um público-alvo entre os 13 e os 18 anos. Os instrumentos utilizados são estudos de caso de projetos *transmedia* direccionados a adolescentes (*Inanimate Alice*, *Frankenstein M.D.*, *Robot Heart Stories*, *Cosmic Voyage Enterprises*) e as plataformas utilizadas.

O segundo objectivo da investigação passa pelo estudo do *Visita Guiada* da RTP, programa e público-alvo. Foi feita a recolha de dados em curso através do estudo do programa e entrevista via e-mail com a produtora e criadora de modo a validar as informações levantadas sobre o programa e a esclarecer sobre o funcionamento do processo de produção. Outro instrumento utilizado são os dados estatísticos relativos à audiência do programa de TV.

O terceiro objectivo é a criação e implementação um projeto *transmedia* com o público-alvo acima referido. Foi escrita uma história e seleccionadas as plataformas a serem utilizadas no projeto. De seguida foi necessário compreender de que forma a história criada se integraria nas plataformas escolhidas. Esta fase culmina com a construção do estudo de caso *Diário do Henrique*.

O quarto objectivo é compreender a interação dos utilizadores com os conteúdos das diversas plataformas ao longo do projeto. Os instrumentos utilizados são dados estatísticos das plataformas utilizadas relativos ao tipo de utilizadores e as interações com as plataformas do programa *Visita Guiada* e do *Diário do Henrique* no final do projeto. Seria ainda acrescentado como instrumento, para compreender a relação utilizadores – projeto, um questionário relativo ao projeto *Diário do Henrique* e *Visita Guiada*.

O quinto objectivo é avaliar o impacto do *transmedia storytelling* na audiência do programa. Para responder ao objectivo será feita uma análise e levantamento dos resultados do quarto objectivo.

1.3 Estrutura da Dissertação

Para além da introdução, esta dissertação contém mais 6 capítulos. No capítulo 1, corresponde à introdução onde são abordados também os objectivos de investigação, a metodologia e a estrutura. O capítulo 2 corresponde ao estado da arte onde são aprofundados os temas da narrativa, das estruturas narrativas, *transmedia storytelling*, projetos *transmedia* na televisão e a relação entre os espectadores e os projetos *transmedia*.

No capítulo 3, são explorados os estudos de caso de projetos *transmedia* para crianças e jovens e projetos *transmedia* na televisão. O capítulo 4 é feito um estudo do *Visita Guiada*, do seu público-alvo

Introdução

e plataformas, assim como o funcionamento da produção do programa. No capítulo 5, está descrito o desenvolvimento do projeto: a Bíblia transmedia proposta para o projeto *Diário do Henrique*. No capítulo 6 é descrita a implementação do projeto *transmedia Diário do Henrique* em conjunto com a RTP e no capítulo 6 é feita a análise à audiência do projeto *Diário do Henrique*: através da análise dos dados estatísticos obtidos através das plataformas e de um questionário realizado aos utilizadores. No último capítulo, 7, são descritas as conclusões da investigação.

Capítulo 2

Estado da Arte

2.1 Introdução

A história faz parte do ser humano desde sempre. No mundo atual as histórias atravessam os diferentes medias. O mundo digital alterou a forma como as vivemos e experimentamos as histórias, aumentando a sua interatividade e o envolvimento do público.

Transmedia storytelling é um conceito definido recentemente que resume esta nova forma de contar histórias. Este conceito foi descrito por Henry Jenkins (Jenkins, *Transmedia Storytelling*, 2003) como uma história contada por diferentes medias, cada plataforma possui uma parte da informação da história que é distinta das restantes plataformas mas que as completa formando a história. Através de social media, livros, televisão, cinema, websites, blogs, entre outros, o espectador pode obter novos e diferentes elementos da história.

Estes projetos inovadores provaram o potencial do *transmedia* quando explorado por companhias de televisão e produtoras: trazem mais lucro (por exemplo através de *franchising*), aumentam o número de espectadores leais às séries, melhoram e diversificam a divulgação de programas de televisão (Perryman, February 2008).

É importante começar por perceber como se constrói uma narrativa partindo depois para a compreensão do *transmedia* com foco nos projetos *transmedia* cuja plataforma principal é a televisão, entendendo de que forma se podem criar séries de televisão, e outros formatos televisivos, seguindo uma estratégia *transmedia*.

2.2 Narrativa

Aristóteles em “Poética” (Aristóteles, s.d.) define narrativa como uma trama de eventos composto pela casualidade e necessidade.

Também nesta obra, Aristóteles estabeleceu a forma de estruturas narrativas: todas as histórias devem ter um princípio, meio e fim. Esta definição traduz o pensamento clássico relativo à arte narrativa mais importante na Grécia Antiga: o teatro, e também a poesia.

A estrutura de Aristóteles ainda hoje é utilizada e ao longo dos tempos surgiram estudiosos com novas visões sobre a mesma. Vladimir Propp foi um desses estudiosos. Propp destacou-se nas primeiras décadas do século XX como um estudioso de literatura que aprofundou o estudo da narrativa focando-se nos contos populares maravilhosos procurando descrever a estrutura dos contos (analisando a relação entre as partes e entre as partes e o todo) “a partir das funções das personagens” (Propp, 1984). A escolha do estudo das funções das personagens como forma de análise da morfologia dos contos surgiu depois de uma recolha exhaustiva de contos onde o autor procurou perceber o que era constante e o que variava em todos eles. Propp concluiu que os nomes (e atributos) alteravam-se de conto para conto mas as ações, e consequentes funções, das personagens era constante.

Através desta descoberta foi possível elaborar uma lista de funções (e defini-las), a sua ordem e possibilidade de relações entre as funções, visto que a sua quantidade de funções é limitada.

Propp estudou a narrativa neste sentido visto fazer parte do formalismo russo: acreditava que a literatura era composta por unidades e a compreensão da narrativa como um todo partia da dissecação dessas mesmas unidades que a formam.

Já para Egri (Egri, 2007) as histórias devem começar num ponto de ataque, não no princípio, mas no momento em que uma personagem inicia uma cadeia de eventos diretamente ligados e que emanem de uma premissa. Um ponto de mudança na vida da personagem, um ponto em que se encontre num estado de necessidade. Egri aborda três grandes pontos para a construção de uma narrativa: premissa, personagens, conflito e explora outros elementos como diálogo.

Robert McKee (McKee, 1998) segue a estrutura de Aristóteles analisando a narrativa através do cinema, procura compreender quais os elementos da narrativa e como desenhar uma narrativa. Ele coloca algumas ideias como base para a escrita de narrativas, como por exemplo: “a história é sobre princípios, não regras (...) possui formas universais e eternas e não formulas (...) é originalidade, não duplicação.” (McKee, 1998, pp. 3,8).

2.3 Elementos da Narrativa

As narrativas são compostas por vários elementos essenciais, dentro dos quais se destacam: a premissa, as personagens e o conflito.

2.3.1 Premissa

Egri (Egri, 2007) define premissa como uma proposição que o autor assume e que guia a história até uma conclusão. Por exemplo a premissa: o amor vence a morte no caso de “Romeu e Julieta” de Shakespeare. Na primeira parte é descrita a personagem (ou situação inicial), “o amor”, na segunda parte o conflito, “vence”, e no final a resolução do enredo, “a morte”. McKee (McKee, 1998) refere a premissa como sendo uma ideia a provar, é a função retórica da estrutura da história. A juntar à ideia de premissa, McKee fala da ideia controladora que tem que ser resumida numa frase, de forma clara, e expõe todo o significado da história.

A premissa é vista assim como uma frase curta que resume a narrativa a ser contada e pela qual a narrativa se deve guiar, uma forma de manter a linha da narrativa clara e objectiva não deixando o autor esquecer a mesma.

2.3.2 Personagens

Para Egri (Egri, 2007) as personagens são construídas através de três grandes pontos: fisionomia, sociologia e psicologia, estes três pontos devem ser coerentes entre si e dentro da personagem, construídos sempre ao pormenor. O mais importante é criar personagens com força de vontade suficiente para enfrentarem os conflitos e crescerem com eles. McKee (McKee, 1998) por outro lado foca-se na orquestração de personagens, personagens bem definidas que são colocadas na história em contraste movendo-se até ao conflito.

Joseph Campbell (Campbell, 1968) e Propp (Propp, 1984) definem as personagens através de arquétipos, isto é, tipos de personagens existentes na narrativa com funções diferentes, como por exemplo o protagonista e o malfeitor/vilão. Estas personagens possuem diferentes funções essenciais para a narrativa mas cada uma tem uma função específica. Por exemplo, Propp refere a importância do malfeitor, aquele que faz mal ao herói, do dador, o que oferece um objecto mágico ao herói, e o auxiliar, a personagem que auxilia o herói, entre outras. Campbell identifica arquétipos semelhantes, o mentor, que auxilia o herói com objetos ou dons, a sombra, o vilão e

opositor do herói, o guardião do limiar, a personagem que guarda o limiar entre a vida normal do herói e a aventura.

2.3.3 Conflito

Drama como representação artística da emoção humana é presente, para Egri (Egri, 2007), através do conflito: estado de duas forças em oposição. O conflito leva à mudança, ao crescimento, quer através de contradições (no interior do indivíduo) como de interdições (no exterior do indivíduo) criando um arco dramático (Egri, 2007). O conflito é o motor do drama: é o conflito que constrói as causas que movem as ações. Para Egri existem quatro tipos de conflito: estático, repentino, crescente e conflito antecipado. Estes tipos de conflitos vão do menos apelativo (estático) para o que melhor capta a atenção do espectador (antecipado) e que melhor conseguem criar uma narrativa que possui momentos de tensão e expectativa. McKee (McKee, 1998) definiu três níveis de conflito (interiores, pessoais e externos), um pouco na base da abordagem de Egri realçando que o mesmo deve emanar da personagem, quer seja externo ou interno.

2.3.4 Mundo da Narrativa

O mundo da narrativa, segundo McKee (McKee, 1998), é mundo criado pelo autor, com as suas próprias limitações e possibilidades. Para uma narrativa o autor deve selecionar uma parcela pequena do seu mundo e explorá-la com base na sua pesquisa, imaginação e experiências pessoais.

Depois disto o autor escolhe o *setting*, isto é, as quatro dimensões onde a história ocorre. As dimensões são as seguintes: período - localização no tempo, duração - qual a duração da história para as personagens, localização - localização geográfica, e nível de conflito. O *setting* deve obedecer ao mundo criado pelo autor, às suas regras. Para McKee é assim que a audiência acredita na história, seja que género for, e é por esta mesma razão que, por exemplo, o género de Fantasia é o que mais limitações e regras possui.

Mundo é um termo importante em transmedia segundo Miller (Miller, 2004), a autora do livro *Digital Storytelling*. O mundo pode ser ficção ou não-ficção, contém tudo o que envolve a história, como por exemplo: o enredo, as personagens e o ambiente. Devem conter não só o presente da história mas o passado e o futuro. Em todas as plataformas o mundo deve ser consistente e fazer com que a audiência queira participar e se envolver na história.

2.4 Estruturas Narrativas

Existem diversas propostas de como a estrutura de uma narrativa se deve organizar. Aqui serão analisados quatro autores com visões complementares sobre a construção de uma narrativa.

Vladimir Propp (Propp, 1984) analisou as variáveis constantes nos contos, as funções das personagens, e identificou 31 funções presentes em todos eles. Esta estrutura em funções é bastante semelhante à de Joseph Campbell (Campbell, 1968), mas enquanto que as funções de Propp são ações específicas das personagens, Campbell divide a estrutura em partes que representam a evolução da personagem.

As funções de Propp não têm todas que estar presente na narrativa mas a ordem que seguem é sempre a mesma.

As 31 funções de Propp, pela ordem correta, são as seguintes:

- 1) Afastamento de um dos membros da família;
- 2) Interdição imposta ao herói;
- 3) Interdição é transgredida: herói não cumpre a ordem;
- 4) Agressor tenta obter informações;
- 5) Agressor obtém informações;
- 6) Agressor tenta enganar a vítima para ter um dos seus bens ou a vítima;
- 7) Vítima deixa-se enganar e ajuda inimigo (sem saber);
- 8) Agressor faz mal a um dos membros da família ou prejudica-o;
- 9) Falta/Desejo de possuir algo por parte de um dos membros da família;
- 10) Notícia da mafeitoria/falta revelada ao herói: é feito um pedido/ordem para que parta (livre vontade ou obrigado);
- 11) Partida do herói;
- 12) Prova, questionário, ataque, etc. que o herói deve passar para receber um objecto ou auxiliar mágico;
- 13) Herói responde às ações do futuro doador;
- 14) Objecto mágico é posto à disposição do herói;
- 15) Herói é transportado para o objectivo da sua demanda;
- 16) Herói e o seu agressor defrontam-se em combate;
- 17) Herói recebe uma marca: um objecto, um ferimento, algo que o identifique;
- 18) O agressor é vencido;
- 19) A mafeitoria/falta inicial são reparadas;
- 20) Retorno do herói ao local de onde partiu;
- 21) Perseguição do herói;
- 22) Herói é socorrido pelo mafeitor;
- 23) Herói chega incógnito a casa ou a outro país;

- 24) Falso herói faz valer pretensões falsas;
- 25) Tarefa difícil é proposta ao herói;
- 26) Tarefa é cumprida;
- 27) Herói é reconhecido;
- 28) Falso herói ou agressor é desmascarado;
- 29) O herói recebe uma nova aparência;
- 30) O falso herói ou o agressor é punido;
- 31) Herói casa-se e sobe ao trono.

No caso de Joseph Campbell a estrutura é proposta através de um esquema circular de eventos que definem o desenvolvimento da personagem, ao qual Campbell dá o nome de Monomito.

Na Figura 1 está resumido o percurso do herói nas três fases principais: separação, iniciação e retorno.

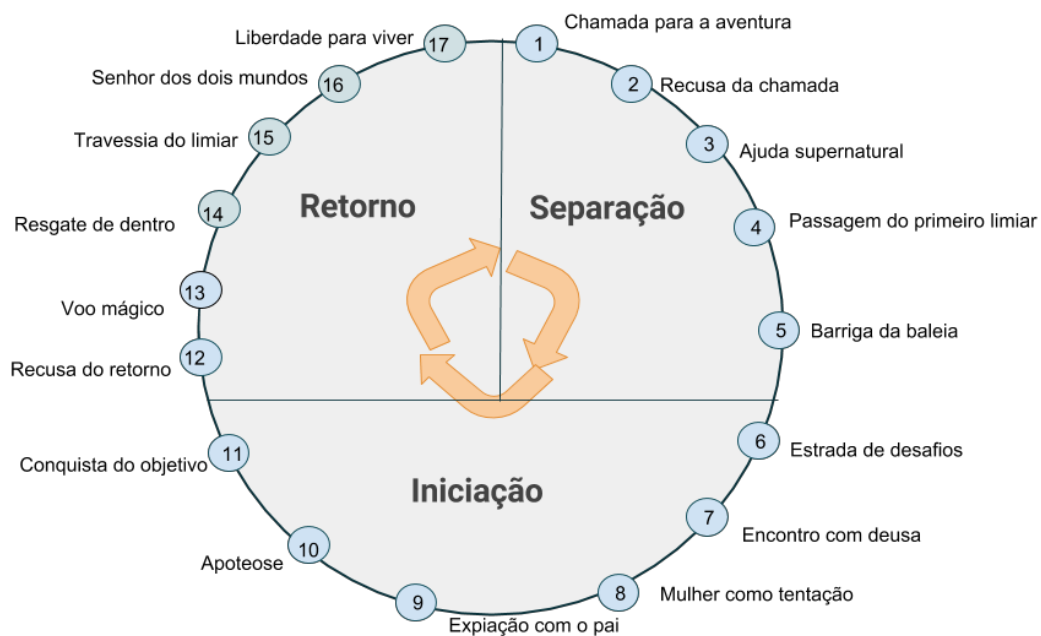


Figura 1. Esquema do Monomito de Joseph Campbell

Este esquema é construído em círculo pois o retorno do herói permite à personagem voltar a viver (é exatamente este o nome da etapa final), mas este retorno à vida, apesar de uma vida já diferente da que deixou, pode voltar a ser chamado à aventura.

Egri segue a estrutura de Aristóteles mas através de uma estrutura do conflito que se pode aplicar a diversos atos dentro da narrativa e não apenas à estrutura global da mesma. Esta ajuda a desenhar conflito e a sua intensidade.

Por exemplo: um homem mata alguém- conflito, o homem é procurado- conflito em emergência, ele é apanhado- crise, é condenado pelo tribunal- clímax, o homem sai em liberdade condicional- resolução.

Enquanto Aristóteles acreditava que a estrutura da narrativa devia seguir a divisão: introdução, desenvolvimento, conclusão. McKee (McKee, 1998), mesmo seguindo a mesma ideia, defende que a narrativa deve começar num ponto crítico para a personagem, no ponto de ataque, uma situação em que a personagem esteja já em desequilíbrio criando mais tensão, e antecipação de conflito.

McKee também não define uma fórmula e segue a ideia de Aristóteles, baseado nos ritmos das narrativas cinematográficas. McKee chama a atenção para os diferentes ritmos dos diversos conflitos que ocorrem dentro da narrativa, o conflito principal e os secundários mesmo tendo estruturas idênticas obedecem a ritmos diferentes dentro da mesma narrativa.

De notar que, para McKee, a narrativa começa também num ponto crítico a que McKee dá o nome de *Inciting Incident*, algo que altera completamente a vida do protagonista.

2.5 Transmedia Storytelling

Transmedia storytelling, segundo Henry Jenkins (Jenkins, *Convergence Culture: where old and new media collide*, 2006), é a integração coerente e convergente, através de diferentes experiências de entretenimento, de histórias em diversas plataformas. Cada plataforma revela uma parte diferente da história e o seu conjunto conta uma história coesa e una que permite aos espectadores um maior conhecimento da mesma, das suas personagens e do mundo em que vivem, aumentando assim o envolvimento na história. Jenkins explica que deve ser dada grande importância à convergência entre medias (e à forma como funcionam) para compreender como os produtores/criadores utilizam os novos media para alcançarem as audiências e como os produtos media estão a ser consumidos pelos espectadores.

Os produtos media são assim vistos como um todo convergente e o entretenimento, para o autor, deve ser estudado como um todo, sendo o *transmedia storytelling* o futuro dos media, uma forma de contar histórias fluídas entre medias, criando mundos ficcionais novos e apelativos (Jenkins, *Transmedia Storytelling*, 2003) às audiências que procuram cada vez mais experiências diferentes em locais distintos. Boas personagens, bem orquestradas, isto é, contrastantes entre si (entre personagem ou dentro de uma só), movendo-se de conflito em conflito (McKee, 1998) e em constante crescimento (Egri, 2007) conseguem suportar múltiplas narrativas que podem ser aproveitadas para criar *franchising* com sucesso (Jenkins, *Transmedia Storytelling*, 2003). Mas um bom mundo, com boas personagens, consegue suportar as múltiplas personagens e as suas histórias e assim ter potencial para criar um projeto *transmedia* com sucesso (Jenkins, *Transmedia Storytelling*, 2003).

Scolari (Scolari, 2009) considera que o termo *transmedia storytelling* ainda é caótico de definir. Existem diversos conceitos como *crossmedia*, *multiplatform*, entre outros que ainda divergem do conceito base de *transmedia*. O autor defende que é necessário construir uma base teórica mais consistente. Para tal, partindo das obras de Jenkins e do seu estudo sobre *transmedia storytelling*, Scolari analisa o conceito à luz da semiótica. Para o autor, *transmedia storytelling* é uma estrutura narrativa particular que se expande por diferentes linguagens e medias, cada um contribuindo para a construção do mundo narrativo *transmedia*. Mundo este que desafia as convenções de narratologia através de uma nova dimensão do discurso multimodal.

Dowd, Fry, Niederman & Steiff (T. Dowd, 2013) colocam em perspectiva a definição dada pelo *Producers Guild of America* em *Code of Credits- New Media* (Producers Guild of America, 2015). A definição é a seguinte “Um projeto de narrativa transmedia deve consistir em três ou mais linhas narrativas existentes dentro do mesmo universo ficcional” (Producers Guild of America, 2015). Esta perspectiva tem em conta o trabalho do produtor *transmedia*, que passa por planear, desenvolver, manter e criar narrativas para as diversas plataformas. Mas para os autores, *transmedia* não passa por simplesmente adaptar e criar histórias baseadas numa história base para plataformas diferentes. *Transmedia* passa não só por alargar a história, o universo da história, mas sim por cada plataforma contar uma parte diferente da história global e assim a audiência procura em cada plataforma uma nova forma de explorar a narrativa, conhecendo e compreendendo a história como um todo.

2.6 Projetos Transmedia em Séries de Televisão

Dowd, Fry, Niederman & Steiff (T. Dowd, 2013) aprofundam a ligação entre a televisão e *transmedia*.

A principal razão da natural utilização do *transmedia* em televisão é a aptidão da televisão criar algo maior que uma história: um universo da história.

Isto acontece pois, tal como defendem os autores, a televisão liga-se ao *transmedia* naturalmente e por diversas razões: a ligação forte com a audiência (e capacidade de manter essa ligação), a longevidade das suas propriedades, a ligação forte com outros formatos (como por exemplo: *comics*, livros, manga), a forte estratégia de *marketing* e capacidade de gerar lucro.

Historicamente a televisão, na sua maioria, não criou universos muito desenvolvidos mas sempre teve o potencial para o fazer: não só porque tinha esse potencial de exploração mas porque tinha audiência interessada em explorar mais profundamente o mundo da história. Existem exceções, casos como *Star Trek* que possui um universo muito complexo e com potencial para explorar o seu mundo. A televisão torna-se assim o centro do universo *transmedia*, especialmente desde os últimos 15 anos, quer devido à expansão de conteúdos em televisão, quer devido aos desenvolvidos tecnológicos. A dinâmica *transmedia*-televisão é também essencial para a

televisão que necessita sempre de conteúdos, e hoje em dia cada vez mais com o aparecimento de dezenas de canais por cabo.

Lafever (Lafever, 2010) analisa como se pode utilizar o *transmedia* como forma de *marketing* para determinada série de televisão, seguindo a visão de Jenkins, mas focado na televisão Belga. Lafever refere que o *transmedia* não é usado como estratégia de *marketing* ou para atrair mais espectadores mas está presente através de *franchising* depois dos produtores dos programas de televisão concluírem que o programa tem sucesso. O *transmedia* seria uma forma de conseguirem obter mais lucro, através de *franchising*, com o programa já depois de este ter algum sucesso.

Atualmente já alguns produtores vêem o *transmedia storytelling* como uma técnica de futuro, mas por exemplo Lafever refere a série Belga *Thuis* que corre o risco de fechar o projeto *transmedia* por falta de fundos.

Na tese de mestrado de Samuel Ford (Ford, 2007), o autor foca-se nas telenovelas e num capítulo da sua tese tenta explicar como as novas tecnologias e as mudanças sociais, especialmente através do *transmedia*, podem ajudar a aumentar o número de espectadores de telenovelas, em declínio nos EUA. Devido à profundidade do mundo da narrativa das telenovelas, Samuel Ford acredita que existem diversas vias e formas de explorar a narrativa e de a transformar em *transmedia storytelling*, como por exemplo blogs de personagens, páginas de social media pessoais de personagens, fóruns de discussão. A partir de um só produto diversas histórias e personagens poderiam ser completamente exploradas.

Tanto nos EUA como na Europa se têm desenvolvido diversos projetos *transmedia*. Vários autores (T. Dowd, 2013) (Miller, 2004) avisam para o facto dos projetos poderem falhar e por mais diversas razões, como por exemplo dinheiro ou falta de talento. O risco de falhar é um risco que projetos criativos carregam consigo.

Carolyn Handler Miller (Miller, 2004) deixa algumas ideias a reter quando se criam projetos *transmedia*: compreender a audiência e oferecer uma experiência que possam apreciar; deixar a audiência participar e contribuir para a história; desenvolver componentes de um projeto em simultâneo (para perceber como se integram); e pensar como cada plataforma pode contribuir para o todo da história.

2.7 Espectadores e Projetos Transmedia

2.7.1 Contrato Implícito

Tendo em conta a relação espectadores - produto e criadores, é necessário pesquisar as expectativas dos espectadores de modo a compreender como funciona e de que modo o *transmedia*, com a televisão como plataforma principal, pode funcionar melhor tanto para

produtores (aumento do lucro e do *rating*), como criadores (reconhecimento) com um resultado expressivo no aumento de espectadores e em especial de espectadores leais.

Relativamente a esse assunto, Alexander Austin (Austin, 2007) investiga a questão do contrato implícito que existe na indústria do entretenimento entre espectador-criador. O autor define-o como essencial para compreender a relação entre audiência e criadores. O contrato implícito varia conforme discursos, formas e meios, não é simples nem fácil de definir ou conceitualizar. O autor começa por explicar o contrato de forma simples: ao espectador é sugerida uma forma de entretenimento, este aceita comprar e em troca oferece tempo e atenção.

Como estes contratos não são explícitos (como é o caso de contratos legais), as consequências da quebra do contrato passam por outros níveis. A nível económico o espectador deixa de comprar o produto e a nível social o espectador expõe o seu desagrado relativamente ao mesmo, o que pode deixar indignados os seus criadores. Mas o autor admite que a percepção da violação do contrato é de certo modo subjetiva porque se relaciona exatamente com as expectativas do mesmo e muitos outros factores a ter em conta.

Na maioria das formas de entretenimento, quando existe violação do contrato é impossível aos criadores responderem à insatisfação dos espectadores. Já na televisão e medias interativos podem ser feitos ajustes através da alteração de conteúdos de trabalhos posteriores (por exemplo na próxima temporada de uma série, ou até mesmo em futuros episódios). O tempo entre a produção e a saída do produto é suficiente para os criadores atenderem aos pedidos e críticas dos espectadores. Mas caso não resulte, o contrato pode ser quebrado gerando mais frustração e sentimento de impotência nos criadores.

O desafio do *transmedia* para os criadores é assim colocado para os autores Dowd, Fry, Niederman & Steiff (T. Dowd, 2013): criar e planejar uma história que possa ser experimentada como forma de colaboração e diálogo com a audiência tornando a relação criador-audiência muito mais dinâmica.

Austin (Austin, 2007) fala assim de um equilíbrio dinâmico que pode ser criado pelos autores para conseguirem manter as séries, o *franchising* e outros *media* consistentes, sem quebrar o contrato implícito e indo de encontro às expectativas dos espectadores, através do uso consistente e variado de conteúdos dando especial atenção ao que mais captou os espectadores na história central.

2.7.2 Os Espectadores e a Ligação entre Plataformas

Existem agora novos modelos de compreensão do compromisso da audiência através de entretenimento ficcional audiovisual que ultrapassa os limites da televisão juntando-se jogos, websites, blogs, e outras plataformas num só projeto *transmedia*.

Elizabeth Evans (Evans, 2008) refere que mesmo que o projeto *transmedia* seja transversal às plataformas, a audiência possui expectativas diferentes para cada uma delas, visto que a

interatividade e o nível de atividade/passividade varia de plataforma para plataforma. A autora descobriu que a audiência preferia uma posição mais cerebral (série TV) com menos interatividade física (jogos), isto porque por exemplo, os jogos davam demasiada liberdade ao jogador para alterar a história que os espectadores seguiam na TV. Os espectadores preferiam assim que os jogos que seguissem o drama televisivo.

Evans (Evans, 2008) converge na mesma ideia de Jenkins (Jenkins, *Convergence Culture: where old and new media collide*, 2006) referindo que é necessário coerência entre plataformas e primariamente compreender os desejos das audiências. Jenkins tinha já alertado para a importância da integração coerente e convergente de produtos de *franchising* dentro de uma história.

2.7.3 O Envolvimento dos Espectadores e o Aumento do Rating

Os espectadores têm acesso aos projetos transmedia de diversos modos e através de plataformas diferentes mas estas plataformas podem ser consumidas em ordens distintas.

Na sua tese, Lafever (Lafever, 2010) conclui que os produtos de *franchising* (e *transmedia*) são consumidos por questões diferentes pelos espectadores. Existem espectadores que sentindo grande empatia pelas personagens e pela história compram os produtos e existe o movimento oposto: espectadores que depois da compra dos produtos começam a seguir as séries.

Relativamente à lealdade dos espectadores Lafever percebeu que o grupo de espectadores leais à série cresce ligeiramente com a presença de projetos *transmedia* ligados à série.

Esta lealdade pode trazer mais lucro para as companhias de televisão e até para publicidade visto que se aumenta o número de espectadores leais e o número de produtos ligados à série aumenta a sua venda.

A verdade é que quanto mais envolvido o espectador estiver, maior é a probabilidade de consumir produtos relacionados com o projeto (T. Dowd, 2013), mas estes produtos não devem ser pensados como sendo só produtos de *marketing* por exemplo, pois a envolvimento da audiência não será a mesma se estes produtos forem cuidadosamente integrados no mundo da narrativa.

Toschi (Toschi, 2009) vê também o transmedia storytelling como uma forma eficaz de criar uma base leal de espectadores dos programas de televisão. Sugere assim que o número de espectadores seja medido não só pelo rating do programa de televisão mas também pelo tráfego das páginas *Web*, por exemplo.

Se estes projetos *transmedia* atravessam diferentes plataformas os espectadores devem ser medidos não só pelo seu número na plataforma principal e na qual os produtores mais apostam mas também nas restantes, por exemplo no número de jogadores de um jogo online, na quantidade de gostos no facebook, no número de visitantes de uma página, no número de downloads de uma aplicação.

Também Samuel Ford (Ford, 2007) concorda com esta conclusão: o *transmedia* aumenta a audiência de um programa de televisão. Dentro do contexto da telenovela, o autor defende que o *transmedia* não pode só tentar alcançar espectadores mais passivos mas também valorizar os espectadores leais, especialmente não esquecer que o *transmedia* não pode ser pensado como uma forma de alcançar somente uma faixa etária, mas sim encorajar uma abordagem mais alargada em termos de idades da audiência.

Sendo assim, Samuel Ford (Ford, 2007) defende que, no caso das telenovelas, mesmo com a criação de projetos *transmedia* que as envolvam, devem ter como plataforma primária a televisão. Isto deve-se ao facto de, mesmo que o objectivo do *transmedia* possa ser alargar a idade da audiência abrangida através das novas tecnologias, a maior parte da audiência tem idade igual ou superior a 60 anos (é de importante referir o facto do autor reconhecer que pessoas dentro desta faixa etária também participam nas comunidades de fãs online), As audiências que determinado programa deseja atingir devem ser tidas em conta para a construção de um projeto *transmedia* consistente e com sucesso em termos de *rating*.

Capítulo 3

Estudos de Caso

3.1 Estudos de Caso de Projetos Transmedia para Crianças e Jovens

Atualmente existem projetos *transmedia* que são direcionados para uma faixa etária mais jovem, mais ligados à escola e educação, não deixando de ser produtos de entretenimento. Dentro deste tema encontram-se diversos projetos que atingem diferentes faixas etárias.

Devido à falta de projetos transmedia portugueses para jovens e crianças os projetos abordados são projetos fora do país.

3.1.1 Inanimate Alice

Este projeto conta a história de Alice (Company, 2015) e as suas aventuras em diferentes países, explorando diversas culturas e línguas (a história pode ser seguida em inglês, italiano, francês, alemão e espanhol). Cada episódio da história corresponde a uma idade da Alice diferente, sendo esse episódio direcionado a pessoas dessa idade.



Figura 2. Imagem do website oficial de *Inanimate Alice*. (Company, 2015) Direitos reservados 2005-2015 de The Bradfield Company. Retirado em Janeiro 2015, de www.inanimatealice.com.

Pode-se ver no canto superior direito da Figura 2, por baixo do menu no *website*, as diversas plataformas do projeto: Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Wikipedia, Scoop.it e Edmodo.

Esta história é contada através de imagens, sons, jogos e puzzles. A narrativa só progride através da interação direta com elementos da história, como puzzles e imagens, e oferece ao utilizador a possibilidade de avançar na história com o seu próprio ritmo.

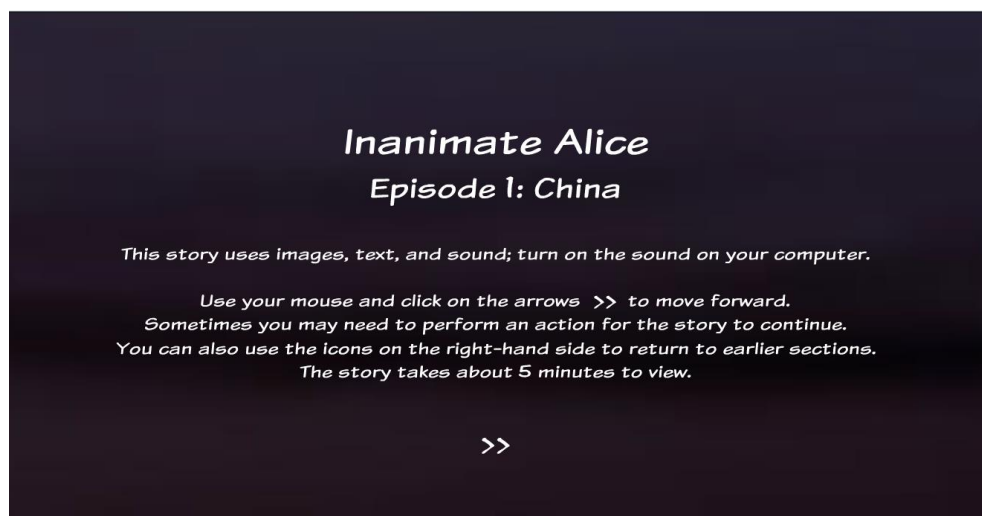


Figura 3. Imagem do projeto *transmedia Inanimate Alice*. (Company, 2015) Direitos reservados 2005-2015 de The Bradfield Company. Retirado em Janeiro 2015, de www.inanimatealice.com.

Os episódios encontram-se no website oficial do *Inanimate Alice*. Pode-se ver na Figura 3 a introdução ao projeto e explicação aos utilizadores do funcionamento do mesmo. Por debaixo do título *Inanimate Alice* está o título do episódio e uma legenda onde diz que “*Esta história usa imagens, texto e som (...)*”. E ainda explica aos utilizadores que devem “*utilizar o rato e clicar nas setas (...)*”. É também dada a indicação que é necessário realizar ações para continuar a história, com uma duração de 5 minutos.

Inanimate Alice começou como projeto de entretenimento mas foi atualizado para projeto educativo utilizado para alunos de todas as idades, potenciando capacidades artísticas e literárias e ainda utilizado como forma de iniciação à utilização integrada de diversos medias.

O projeto está alojado num website e juntamente com ele encontram-se secções para professores e pais, currículo, credenciais e redireccionamento para as restantes plataformas: Facebook, Pinterest, Twitter, Wikipedia, Scoop.it e Istories.

3.1.2 Conducttr Cosmic Voyage Enterprises

Este projeto consiste numa simulação de um desastre de viação dentro de uma empresa de transporte espacial para ensinar estudantes a lidar com situações de emergência (Studios, 2015).

Direcionado a ensinar ética e finanças em situação de desastre, este projeto conta a história de um foguetão de uma companhia ficcional, a *Cosmic Voyage Enterprises*, que cai numa pequena cidade. Os alunos são convidados a liderar a equipa que vai preparar uma resposta, preparando-os assim para desenharem um plano de ação em caso de desastre económico e ambiental.

Esta experiência em primeira mão obriga os estudantes a escolherem a sua posição dentro da situação e a interagir com outros elementos das histórias ficcionais e reais através do Twitter e do Facebook, com resposta personalizada. O projeto utiliza ainda um website ficcional da empresa, como se pode ver na Figura 4, blogs, e-mail e vídeo para o contacto entre equipas de estudantes, personagens e companhia fictícia.

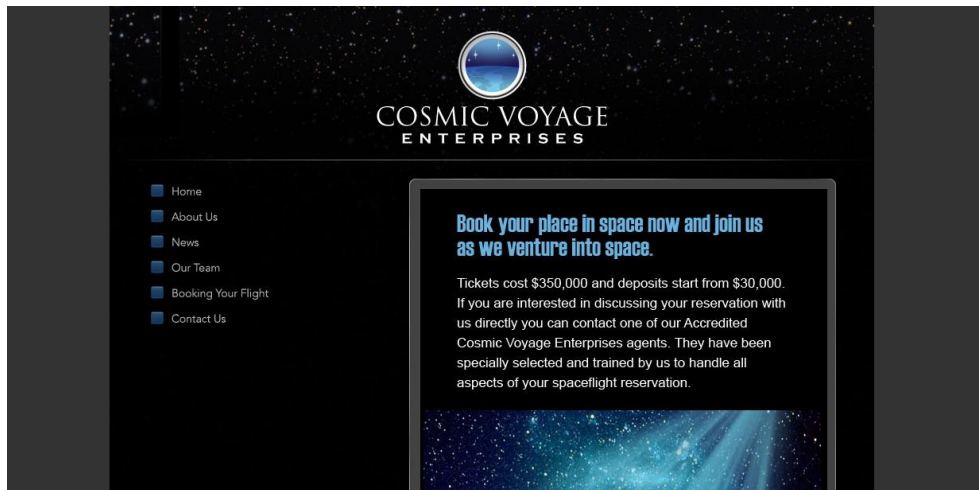


Figura 4. Imagem do website da empresa ficcional criada para o projeto *Cosmic Voyage Enterprises*. (Studios, 2015) Retirado em Janeiro 2015 de <http://cosmicvoyageenterprises.com/booking.html>

O projeto utilizou um website que possui um software de apoio à criação e manutenção a projetos transmedia, o *Conducttr*. No website podemos obter mais informações sobre o projeto *Cosmic Voyage Enterprises* e outros projetos realizados através deste software.

3.1.3 Robot Heart Stories

O *Robot Heart Stories* (O'Flynn & Foyer, 2015) conta a história de um robot que cai em Montreal e tem que voltar para L.A. para encontrar a nave para o levar de volta para casa. As histórias que as crianças escreverem (uma turma em Montreal e outra em L.A.), juntamente com desafios de ciência, geografia e matemática são reunidas para criar 10 histórias da viagem do robot (assim como fotografias e outros elementos visuais).

Outros utilizadores para além das duas turmas podem desenhar e tirar fotografias da viagem do robot. No final da viagem do robot houve um evento de lançamento de um robot verdadeiro para o espaço com o conjunto de textos e trabalhos da audiência assim como será lançado um livro que reunirá toda a experiência.

De notar que as duas turmas falam línguas diferentes, a de Montreal fala francês e a de L.A. inglês, por isso o projeto encontra-se nas duas línguas.

Estudos de Caso



Figura 5. Imagem do website do projeto *Robot Heart Stories*. (O'Flynn & Foyer, 2015) Retirado em Janeiro 2015 de <http://roboheartstories.com/index>.

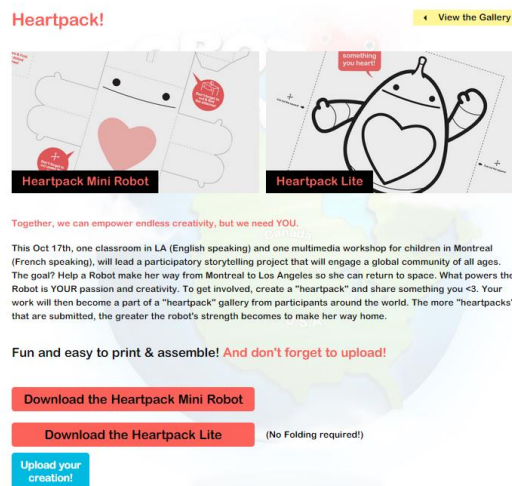


Figura 6. Imagem da secção para *download* e *upload* da figura do robot. (O'Flynn & Foyer, 2015) Retirado em Janeiro 2015 de <http://roboheartstories.com/index>.

No *website* é possível seguir o mapa do robot e os locais onde passou com toda a sua história. Pode-se ver na Figura 5 a representação da viagem na secção *The Map (Stories)*. Existe ainda uma secção dedicada às fotografias tiradas pelos utilizadores, uma secção com o blog da viagem do robot e outra secção para download de uma figura em papel em robot (para os utilizadores pintarem e tirarem fotografias em diversos locais) como se pode ver na Figura 6. A audiência, mesmo fora dos países ou das turmas em questão, é assim envolvida na narrativa.

3.1.4 Frankenstein, M.D.

Frankenstein, M.D. (Digital, 2015) é um projeto de *transmedia storytelling* produzido pela PBS Digital Studios. Este projeto, direcionado para adolescentes e jovens, dedica-se a comunicar ciência através de uma estudante de medicina Victoria Frankenstein e do coapresentador do programa e seu assistente Iggy. Os episódios da série, que se encontram no canal Youtube da mesma, conta a história do livro *Frankenstein* de Mary Shelley, mas adaptada à atualidade e mais focada na divulgação de ciência.

A audiência é convidada a fora do programa interagir com as personagens através do Twitter, blogs, Tumblr, Instagram e Facebook. Para consultar todo o projeto é possível aceder ao *website* do mesmo, exposto na Figura 7.

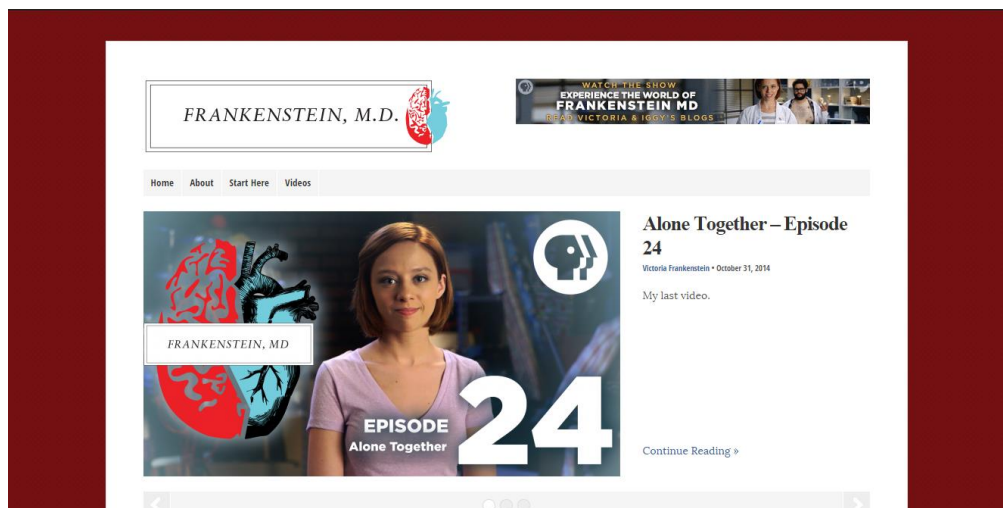


Figura 7. Imagem do website do projeto *Frankenstein, M.D.*. (Digital, 2015) Direitos reservados 2015 de Pemberley Digital. Retirado em Janeiro 2015, de www.frankensteinmd.com.

3.2 Estudo de caso de projetos transmedia em televisão

Projetos *transmedia*, tendo como plataforma base a televisão, têm surgido cada vez mais. Dentro destes projetos alguns destacam-se pelo seu sucesso na audiência, coesão entre plataformas, entre outros factores.

3.2.1 Série 24

É de salientar a análise feita à série 24 onde Scolari (Scolari, 2009) procurou compreender os diferentes níveis de envolvimento da audiência e quais as estratégias de expansão do mundo narrativo presentes na série que podem ser exploradas futuramente.



Figura 8. Imagem do website www.24ladmoments.com (FOX, 2015). Direitos reservados 2014 de Twentieth Century Fox Film Corporation. Retirado em Janeiro 2015, de www.24ladmoments.com.

A Figura 8 foi retirada do website lançado pela FOX (FOX, 2015) em 2014 onde a audiência da série 24 é convidada a jogar um jogo. O jogo consiste em descobrir no Facebook e Twitter oficial da série códigos que deverão ser inseridos neste website e assim desbloquear imagens. No final será revelado um vídeo exclusivo. Este website funciona como marketing para o DVD *Live. Another. Day.*, uma minissérie de 12 episódios que relata acontecimentos posteriores à narrativa da série de TV.

3.2.2 Spooks

Para compreender como as audiências reagem, Evans (Evans, 2008) estudou espectadores da Série *Spooks* da BBC (Spooks, 2015). A autora concluiu que os desenvolvimentos *transmedia* levaram a uma complicação de valores atribuídos às diferentes plataformas, em especial aos diferentes tipos de interatividade. Os grupos que a autora pesquisou preferiram uma posição mais cerebral (série TV) com menos interatividade física (jogos), isto porque, por exemplo, os jogos davam demasiada liberdade ao jogador para alterar a história que os espectadores seguiam na TV. Os espectadores preferiam assim que o jogo seguisse o drama televisivo.



Figura 9. Imagem da história interativa de *Spooks*. (Preloaded, 2015) Direitos reservados de Preloaded. Retirado em Janeiro 2015, de preloaded.com/games/spooks/.

Na Figura 9 pode-se ver uma imagem da história interativa desenvolvida para a terceira temporada da série *Spooks* da BBC, desenvolvida pela Preloaded. Esta história interativa oferece duas opções: jogar apenas o jogo ou seguir a história interativa completa.

3.2.3 Doctor Who

Perryman (Perryman, February 2008) escreveu um artigo onde estudou a série *Doctor Who* (Doctor Who, 2015) cujo projeto possui diversas plataformas *transmedia* que abrangem audiências com faixas etárias diferentes conseguindo aumentar e enriquecer a experiência dos seus espectadores leais como também conseguiu chegar a mais espectadores passivos de todas as idades.



Figura 10. Imagem do website oficial de *Doctor Who*. (Explore Doctor Who, 2015) Direitos reservados 2012 de BBC Worldwide Limited. Retirado em Janeiro 2015, de www.doctorwho.TV/50-years.

A série já com 50 anos relançou-se com sucesso através de uma estratégia *transmedia* que os produtores foram explorando (Perryman, February 2008). Uns produtos não tiveram sucesso mas na sua maioria conseguiram alcançar os seus objectivos: oferecer às audiências uma experiência multimédia da série com a criação de um mundo rico e vasto, desde blogs, *podcasts*, *webcasts*, *spin-offs* da série, *memes*, websites falsos que estavam integrados nas histórias da série, entre outros.

Na Figura 10 pode-se ver uma imagem do website criado pela BBC para a exploração do universo da série (Explore Doctor Who, 2015). Este website oferece mais conteúdos e ligação a outras plataformas ultrapassando as funcionalidades oferecidas na secção dedicada à série no site oficial da BBC. Este website foi criado em 2012, e oferece desde eventos, *apps*, jogos (em consolas, pc, através do website), *comics*, *audioplays*, entre outros conteúdos que completam o universo explorado na série.

O sucesso económico deste projeto trouxe provas de que o *transmedia* tem futuro nos projetos televisivos tanto com o aumento de *rating* e das receitas dos canais de televisão/produtoras como na diminuição dos custos de produção (Perryman 2008) com a criação de uma “fábrica” de *Doctor Who* onde estão agrupados não só objetos de produção física (que podem ser reciclados) como todo o design do projeto *transmedia*, como uma criação una e coesa, com ideias, planos de desenvolvimento, argumentos, entre outros.

Capítulo 4

Estudo do Visita Guiada, Público-alvo e Plataformas

O programa *Visita Guiada* foi analisado de acordo com: público-alvo e plataformas. Este levantamento foi validado por Paula Moura Pinheiro, a criadora e produtora do programa e o contato principal entre o projeto e o programa.

4.1 Sinopse do Programa Visita Guiada

Visita Guiada é um programa de televisão e de rádio sobre os tesouros do património cultural português. Tesouros com reconhecido valor universal - peças que qualquer país ocidental se orgulharia de integrar no seu património e pouco conhecidos dos portugueses.

De um cálice de prata com decoração moçárabe e mil anos de idade a um claustro que está referenciado como obra-prima do renascentismo europeu, passando por uma coleção de arte africana classificada como uma das melhores do mundo, a natureza dos objetos, o seu contexto geográfico e o seu tempo histórico variam de episódio para episódio.

A primeira temporada da série *Visita Guiada*, já emitida no início de 2014, tem 13 episódios de TV e os correspondentes 13 de rádio. Ambos os formatos com duração média de 27 minutos. Os 13 episódios televisivos foram estreados na RTP2, sempre à segunda-feira às 21h45, e reemitidos noutros dias e horários na RTP Internacional e na RTP África. Os episódios de Rádio foram emitidos na Antena 1 ao sábado, às 13h15.

4.2 Audiência

Cada primeira emissão do programa teve uma média de 80 mil telespectadores na primeira emissão. Este número baixou na repetição dos episódios.

O maior número de audiência é da Zona Norte, seguida de Lisboa e Centro, com idades na faixa etária dos 44 aos 54.

4.3 Plataformas

O *Visita Guiada* possui quatro plataformas: o programa televisivo, o programa de rádio, o website da RTP e o Facebook do *Visita Guiada*. Estas plataformas são as já existentes antes do projeto transmedia *Diário do Henrique*.

4.3.1 Website RTP

O programa está presente na página Web da RTP (*Visita Guiada* (I), 2015), a Figura 11 expõe uma imagem do mesmo.

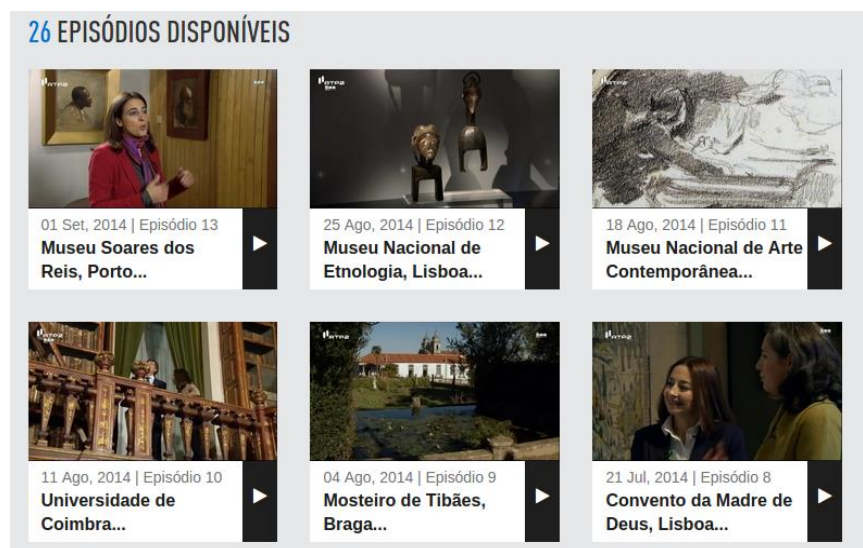


Figura 11. Imagem do website RTPplay: vídeos de episódios já exibidos. (RTPplay, 2015) Direitos reservados 2011/2015 - Rádio e Televisão de Portugal. Retirado em Janeiro de 2015, de <http://www.rtp.pt/play/p1483/visita-guiada-I>.

O website da RTP reúne os episódios já transmitidos no RTPplay (RTPplay, 2015). Aqui os utilizadores para além de poderem ver e ouvir os programas de TV e rádio, podem ainda partilhar em diversas redes sociais (Facebook, Google+, Twitter e LinkedIn), comentar e aceder a informação resumida sobre o episódio e sobre o programa (ficha técnica e resumo). Os programas estão organizados por datas de colocação no website.

4.3.2 Programa Televisivo

Os episódios completos do programa televisivo na RTPplay (RTPplay, 2015). O programa televisivo explora os conteúdos em forma de exposição visual e áudio (de música de época e imagens da obra em questão) com explicação dos mesmo através de entrevistas e explicações da apresentadora como se pode observar na Figura 12.



Figura 12. Imagem do programa *Visita Guiada*. (Visita Guiada, 2015). Direitos reservados 2011/2015 - Rádio e Televisão de Portugal. Retirado em Janeiro de 2015, de www.Facebook.com/visitaguiadartp.

4.3.3 Programa de Rádio

Os episódios completos do programa radiofónico na Antena 1 (RTPplay, 2015). Para o programa de rádio é selecionado conteúdo de forma resumida, exposto pela apresentadora, que se foca numa história ou elemento importante sobre o tema abordado no episódio.

4.3.4 Facebook

Outra plataforma já existente é o Facebook, que possui diversas informações sobre o programa: links do RTPplay, horários de transmissão de episódios, links para episódios e outras informações relevantes sobre os mesmos (livros, músicas, imagens entre outros documentos relativos aos conteúdos do programa).

A informação sobre os episódios é colocada antes da sua emissão (no caso de *teasers* por exemplo) ou depois (como é o caso de links para o vídeo de um episódio no RTPplay ou músicas). A audiência comenta, partilha e gosta da informação recebendo feedback do programa a questões, comentários e sugestões da audiência.

Para além disso funciona como plataforma de apoio à divulgação e promoção do programa e de contacto direto com o público do programa (Visita Guiada, 2015).

Na Figura 13, foto de capa do Facebook do *Visita Guiada*, pode-se ver uma forma de usar o Facebook para divulgação dos horários do programa junto da audiência, onde os horários estão expostos na própria foto de capa.



Figura 13. Foto de capa do Facebook do *Visita Guiada*. (Visita Guiada, 2015) Direitos reservados 2011/2015 - Rádio e Televisão de Portugal. Retirado em Janeiro de 2015, de www.Facebook.com/visitaguiadartp.

4.4 Produção do Programa

O programa foi criado por Paula Moura Pinheiro, é ainda produzido e apresentado pela mesma.

Toda a preparação dos episódios é feito pela criadora: o levantamento, seleção e ordenação dos objetos a abordar nos episódios da série. Depois os objetos são estudados de modo a encontrar o melhor entrevistado para cada temática, o especialista em cada tema.

É pensada em conjunto com o convidado a melhor abordagem para o tema e dessa conversa é criado um guião por Paula Moura Pinheiro. Este guião é partilhado com os entrevistados antes das gravações para facilitar a comunicação dos conteúdos.

Depois da definição das datas e do objeto são pedidas as autorizações à instituição a que pertence o objeto. Todo este trabalho de pré-produção é realizado pela criadora Paula Moura Pinheiro.

Nas gravações existem mais 4 membros da equipa: dois operadores de câmara, um assistente de iluminação e a anotadora Sara Oliveira.

Na fase de edição, Paula Moura Pinheiro e Sara Oliveira trabalham em conjunto com o editor. Paula Moura Pinheiro e Sara Oliveira escolhem ainda a música de cada programa. Sara Oliveira gere a página do *Facebook* do *Visita Guiada*.

Capítulo 5

Desenvolvimento

Após a análise dos estudos de caso e o estudo do programa, plataformas e audiência começou o processo de desenvolvimento do projeto – *Diário do Henrique*. No primeiro contacto com os responsáveis do programa ficou delineado que o projeto transmedia iria procurar abranger uma faixa etária da população entre os 13 e os 18 anos, a frequentar do 7º ao 9º ano de escolaridade obrigatória (a idade máxima foi aumentada de forma a abranger alunos repetentes ou de cursos profissionais visto que 18 anos é a idade mínima para um aluno deixar a escolaridade obrigatória).

Este projeto teria uma vertente educativa e de turismo de modo a englobar a família desta faixa etária no projeto.

A linguagem do programa de televisão e rádio do *Visita Guiada* é formal e com uso de vários conceitos técnicos, o *Diário do Henrique* procuraria ter uma linguagem mais informal e ir de encontro ao programa curricular do 7º ao 9º de escolaridade.

Foi necessário selecionar as plataformas e perceber as plataformas mais utilizadas em Portugal, e quais as vantagens e desvantagens das mesmas para assim selecionar as que seriam utilizadas e qual seria o seu papel no projeto. De seguida iniciou-se o desenvolvimento da Bíblia *transmedia* do projeto. A Bíblia *transmedia* é importante pois é aqui que é reunida a informação mais importante para a boa implementação do projeto, como por exemplo a história do projeto e as suas plataformas e ligação entre elas, funcionando como uma guia para o mesmo (Hayes, 2011).

5.1 Bíblia Transmedia

5.1.1 Sinopse

O projeto transmedia *Diário do Henrique* aborda a história de Henrique, um rapaz de 13 anos, que utiliza as redes sociais para pedir ajuda de modo a completar um desejo da sua avó antes de morrer: escrever um diário sobre as diversas maravilhas de Portugal. Através da exploração interativa desta história os utilizadores poderão não só envolver-se numa escrita comunitária e colectiva de um livro mas também contribuir para a divulgação e promoção do programa *Visita Guiada*. Este projeto pretende adicionar novas faixas etárias à audiência do mesmo através do desenvolvimento e criação de plataformas adicionais que acrescentarão informação e um novo nível de interação ao programa.

5.1.2 História

Um rapaz de 13 anos, Henrique, criou um diário baseado num diário de viagens a Portugal que descobriu na casa da sua falecida avó. Ele procura pistas e publica partes do diário no Facebook mas falta-lhe o mapa da avó e alguns dados. Um dia tem como trabalho de casa escrever uma história sobre alguém da sua família. O rapaz escolhe a sua falecida avó. Henrique vai à procura de mais informações sobre o diário na casa dos avós e descobre o mapa e as partes do diário que lhe faltavam. Henrique seguiu o mapa para completar o diário. Mas sozinho não tem forma de visitar os locais e pede ajuda a quem possa encontrar as páginas perdidas do diário da avó.

5.1.3 Plataformas do Projeto

Vários factores foram ponderados na escolha das plataformas do *Diário do Henrique* nomeadamente: as plataformas já existentes no *Visita Guiada*, as plataformas utilizadas nos estudos de caso e as plataformas possíveis de serem desenvolvidas com o mínimo custo, visto o projeto não ser financiado e a equipa ser reduzida.

Facebook do Henrique

O Facebook é uma plataforma já utilizada pelo programa *Visita Guiada*. Esta plataforma possui um conjunto de funcionalidades que permite interação com a audiência. A audiência pode comentar, partilhar, colocar gostos, enviar mensagens privadas, ver vídeos e

imagens, tudo isto com a possibilidade de o administrador da página possuir resultados estatísticos destas interações.

O Facebook possui ainda um factor importante, segundo o “*Consumer Connected Study 2014 - Results for Portugal*” da TNS/Google (TNS/Google, 2014), das pessoas que utilizam mais que um dispositivo eletrónico, isto é pc, *tablet* e *smartphone*, 85% utilizam o Facebook, e das pessoas que utilizam redes sociais, 97% utilizam o Facebook.

Todos os projetos *transmedia* relacionados que foram abordados nos estudos de caso utilizam redes sociais. Das redes sociais o Facebook é a mais utilizada em Portugal, e também utilizada pelo *Visita Guiada*, e daí ser uma das redes sociais a utilizar neste projeto.

História no Facebook *Henrique Magalhães*: aqui Henrique partilha a sua visão da história através de relatos, imagens (*hashtag* #diariohenrique) e apelos para o ajudarem. A história principal do Henrique é contada através da primeira pessoa.

Blog *Diário de viagens a Portugal*

Os blogs são geralmente utilizados para a publicação de textos mais longos que nas redes sociais com acompanhamento de imagens e outros elementos que podem ser colocados em qualquer local do texto.

Os blogs permitem ainda ter acesso ao número de visitantes e à personalização do design e organização do mesmo. Ainda é possível colocar imagens e formatar tanto as imagens como os textos. As entradas podem ser colocadas por ordem cronológica, simulando as entradas de diários.

Os utilizadores podem comentar as entradas dos blogs e partilhar as entradas em redes sociais. Esta plataforma é utilizada nos projetos *transmedia* referidos nos estudos de caso tanto para partilha e explicação de informação mais complexa como de organização de acontecimentos (e sua exploração), por ordem cronológica.

Tendo uma componente de divulgação de arte e cultura o blog neste projeto ajudaria a expor temáticas de forma mais aprofundada que no Facebook, sendo a organização cronológica desta plataforma algo que pode ser explorado a favor do projeto.

História no Blog *Diário de Viagens a Portugal*: Henrique cria o blog para partilhar o diário da avó e partilhar os dados, imagens e mapa que encontra. Para além disso partilha os seus textos e o concurso.

Website programa *Visita Guiada* + projeto *Diário do Henrique*

O website é uma plataforma que serve como base para alguns dos projetos *transmedia* estudados.

Esta plataforma pode ser editada para possuir as funcionalidades que sejam pedidas pela produção e aquelas que o projeto necessitar.

Desenvolvimento

Os websites estão constantemente presentes nos projetos *transmedia* acima referidos pois permitem uma construção livre da plataforma que faz com que sejam a base de alguns dos projetos, como por exemplo o *Robot Heart Stories* e o *Inamimate Alice*.

Nos outros casos podemos encontrar nos websites todas as informações do projeto e daqui parte a ligação para as restantes plataformas.

No website vão estar informações organizadas sobre episódios, programa e outras informações relacionadas. Informação sobre o projeto transmedia (e informações sobre a história e personagens). O website funcionará como plataforma base: redireciona os utilizadores para as restantes plataformas (quer do projeto, quer do programa).

A pedido da criadora do *Visita Guiada*, Paula Moura Pinheiro, o website teria ainda uma secção dedicada a turismo, com sugestões de hotéis, restaurantes e locais a visitar.

E-book

Um livro é uma forma de reunir as informações e a história do projeto num documento de forma organizada. Permite organizar a história e partilhar o projeto no final do mesmo. O E-book é uma solução económica e de mais fácil difusão que um livro físico. Assumindo um formato digital, para além de ocupar pouco espaço, pode ser transportado em cartões de memória, pendrives, enviados através da internet e partilhados para qualquer local no mundo sem qualquer custo adicional.

História do E-book: Livro do diário do avô e as entradas selecionadas para cada objeto/monumento. Um concurso de textos sobre temas históricos decorrerá para alunos de 13 a 18 anos e os premiados verão os seus textos no E-Book.

5.1.4 Plataformas do Visita Guiada

O Henrique partilha no seu Facebook publicações do *Visita Guiada* e pede ajuda ao programa para partilhar a sua página, comenta e coloca gostos nas publicações do *Visita Guiada*. O Facebook do *Visita Guiada* não só divulga o projeto do Henrique, e o seu pedido de ajuda, mas também as plataformas já existentes do projeto ao longo do mesmo. No programa de TV e rádio aparece em rodapé as plataformas do programa e o Facebook do *Diário do Henrique*, incentivando a partilha do projeto para os mais novos de modo a que tenham acesso ao mesmo durante e depois da emissão do programa.

5.1.5 Audiência

Primariamente a referência a outras plataformas será feita através do programa televisivo e de rádio *Visita Guiada*. A audiência tomará ainda conhecimento do projeto a partir dos posters (colocados nos locais onde passa o programa) que contêm QRCode para o website, mas também através dos diversos Facebooks, do website e livro. As plataformas estão interligadas umas das outras através de partilha de links, imagens ou textos umas das outras, sendo assim fácil encontrar as diversas peças da história. As diversas plataformas fornecem elementos diferentes à história.

Durante o projeto será estimulada a participação ativa da audiência. Henrique revela a sua história mas é quando decide criar um diário colectivo com a audiência e lança o desafio terminando com a frase “Vamos criar uma aventura” que a audiência é chamada a participar ativamente na história. Os desafios colocados à audiência e a participação direta na história, assim como o trabalho colaborativo pedido nos desafios, motiva a audiência a participar no projeto.

Com este projeto a audiência poderá desenvolver não só a sua capacidade de escrita e de composição visual fotográfica ou de desenho mas também poderá aumentar e explorar os seus conhecimentos de história assim como recolher informação organizada sobre elementos históricos, o local onde se encontram, entre outras informações.

A audiência do projeto *transmedia* será direccionada para adolescentes e pais, pois a história e a vertente educativa do projeto visa completar e direccionar a informação exposta no programa de TV e de rádio para um público mais jovem, criando assim um projeto *transmedia* indicado para ensino e para famílias (interessadas nas áreas em questão ou simplesmente turistas nacionais).

5.1.6 Jornada do Utilizador

A *timeline* das publicações nas plataformas será fixa, mas com possibilidade de interação após a duração do projeto. Isto porque a participação no diário durará até ao final da temporada. Assim como todas as plataformas do programa *Visita Guiada* que serão independentes do projeto.

A colocação de conteúdo acompanha o projeto e não será automática visto que, apesar de seguir a *timeline*, esse conteúdo depende da dinâmica e da resposta do público ao projeto. As plataformas do programa *Visita Guiada* funcionam independentemente do projeto e tem uma continuidade depois do final do projeto. O tempo que os utilizadores têm para seguir o projeto é o mesmo mas podem ter acesso às plataformas utilizadas mesmo depois deste terminar através do site. Este projeto funciona como uma experiência colectiva que através da participação e desafio individual ajudam a construir um elemento comum: o diário. A interação entre audiência e personagem é esperada, mas não está prevista a alteração da história devido ao mesmo.

5.2 Design

O design vai de encontro ao público-alvo, adolescentes, procurando ser leve e simples. O tipo de letra (*amatic SC*) lembra a escola, a escrita e desenho à mão e um diário como podemos ver pela Figura 15, onde as imagens que acompanham o poster também ajudam a reforçar estas ideias. As cores principais são um verde-claro, vermelho alaranjado e o amarelo-torrado, as cores principais da nossa bandeira nacional, mas com variantes mais harmoniosas. A cor para o texto varia entre o vermelho alaranjado e o preto e outra cor a ser usada é um bege claro. Todas as imagens e representações são em preto, com linhas que indicam desenho à mão.



Figura 14. Logótipo do projeto Diário do Henrique

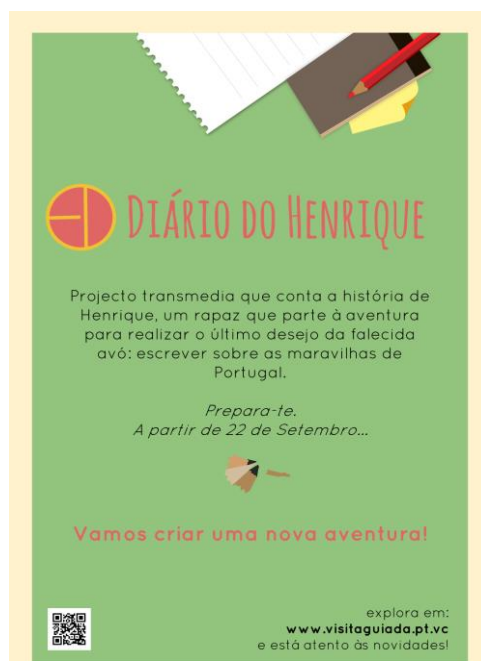


Figura 15. Poster criado para exemplificar o design que iria atravessar as plataformas do projeto.

O logótipo, representado na Figura 14, é baseado na esfera armilar que se encontra na capa do diário da avó. A esfera armilar representa a era dos descobrimentos portugueses (e está presente na bandeira nacional). O nome do rapaz foi retirado do Infante D. Henrique exatamente seguindo a ideia do call to action "Vamos criar uma nova aventura!", a descoberta de Portugal. O logo especificamente representa o D de diário e o H de Henrique dentro da esfera armilar. O tipo de letra do título do projeto *Diário do Henrique* é semelhante a letra escrita à mão, reforçando a ideia de diário e a própria questão da educação.

O poster da Figura 15 foi a base do design do projeto e funcionou como forma de divulgação do projeto.

Desenvolvimento

Um elemento físico no projeto é importante pois permite uma ligação diferente entre a audiência e o projeto, e na maioria dos projetos dos estudos de caso só se encontram plataformas digitais. Para além de oferecer à audiência mais uma forma de interação, serviu também como divulgação do projeto, visto que os bonecos de papel eram fotografados e publicados online.

Na faixa etária entre os 13 e 18 anos não faria sentido a criação de um boneco, visto já serem adolescentes e não crianças. A solução passa pela criação de um poster visto que tradicionalmente é utilizado como forma de divulgação e *marketing* de produtos, ele resume numa imagem o projeto e aquilo a que se propõe.

Para além disso é possível colocar em locais estratégicos, como escolas e locais frequentados por adolescentes desta faixa etária, e ainda colocar referências, por exemplo *QRcodes*, para as restantes plataformas.

Capítulo 6

Implementação

O projeto foi pensado para o programa *Visita Guiada*, mas criado de forma independente da produção do mesmo. O apoio de Paula Moura Pinheiro e Sara Oliveira através da cedência de conteúdos para serem explorados no projeto foram essenciais para a sua realização.

O projeto explorou a história do Henrique Magalhães e da sua avó, Maria, em diversas plataformas. A história decorreu em paralelo com a segunda temporada do *Visita Guiada*.

O projeto foi pensado inicialmente para cobrir apenas um episódio do programa, mais precisamente um episódio em meados de Novembro. Depois de reunir com a produção do programa e de forma a obter um projeto mais consistente e abrangente foi decidido que o projeto iniciaria com o programa, a 22 de Setembro, e iria terminar com o fim da temporada. Isto fez com que a preparação das plataformas acelerasse de forma a serem lançadas no dia proposto.

6.1 Criação das Plataformas

As plataformas foram iniciadas em tempos diferentes. O Poster foi lançado antes do projeto começar a 13 de Setembro. O Facebook e o blog foram lançados ao mesmo tempo do lançamento do programa *Visita Guiada*, a 22 de Setembro. O website foi lançado em forma de teaser a 22 de Setembro e o website do projeto *Diário do Henrique* foi lançado a 11 de Novembro de 2014 e o E-book a 25 de Março de 2015.

6.1.1 Facebook

O Facebook foi criado a 22 de Setembro. Para a personagem do Henrique foram reunidas fotografias de um adolescente de 13 anos que deu vida à personagem como se pode ver pela Figura 16, onde a imagem de perfil têm uma fotografia do adolescente.



Figura 16. Imagem da página do Facebook *Henrique Magalhães*. Retirada em Maio de 2015 de www.Facebook.com/diariohenriquemagalhaes

Foi criada uma página para ele. Aqui, o Henrique partilhou o blog da avó mas também adicionou outras informações. Cada semana o Henrique escrevia sobre o local que o *Visita Guiada* abordava no programa de segunda-feira.

O Henrique escrevia histórias e curiosidades sobre a região, desde gastronómicas como culturais e históricas. Era feita também uma pesquisa no site oficial da câmara municipal de cada local de forma a descobrir eventos a decorrer na semana em que o local era abordado ou eventos importantes que decorrem durante o ano.

Se possível eram colocadas imagens relacionadas, e quando o Henrique começou a completar partes do diário que faltavam, eram partilhadas pinturas que ele fazia que resumiam a sua entrada do diário.

Implementação

A audiência era convidada a participar através de perguntas diretas e pedidos de ajuda da parte do Henrique.

As publicações eram colocadas, no final da manhã, entre as 12h e as 13h, final da tarde, entre as 17h30 e as 19h, e depois de jantar, entre as 20h30 e as 22h. O número de publicações variava com a quantidade de conteúdo disponível sobre o tema da semana. Por exemplo na descoberta que o *Visita Guiada* passou nas localizações do diário da avó do Henrique foi partilhada mais informação.

6.1.2 Blog

O blog todos os dias, no mesmo dia da semana, partilhava uma entrada do diário da avó e duas fotos do local, na Figura 17 podemos ver a entrada sobre Ílhavo. As imagens são retiradas do programa e cedidas por Sara Oliveira todas as semanas antes da exibição do programa. Quando Henrique começou a escrever o formato manteve-se, texto e duas fotos mas com uma linguagem e ponto de vista diferente, visto que passou a ser o próprio Henrique (por vezes com a ajuda da mãe) a escrever, e não a avó.



Figura 17. Imagem do blog *Diário de Viagens a Portugal*. Retirada em Maio de 2015 de diariodeviagensaportugal.blogspot.pt/.

O conteúdo tinha como base o texto de preparação do programa de rádio, cedido por Paula Moura Pinheiro, mas também noutras informações dos locais, como principais atrações históricas, gastronomia, relevo, e outras que fossem importantes para descrever uma visita ao local o mais real possível. Este conteúdo, embora mais complexo que o do Facebook, procurava não só ir de encontro ao programa mas, devido à especificidade e formalidade do conteúdo do programa,

Implementação

abrangem temáticas mais conhecidas pela audiência, como temáticas presentes no currículo da disciplina de História do 7º ao 9º ano de escolaridade.

6.1.3 Website

Antes do website final, foi lançado um website com teaser e ligação às plataformas que foram lançadas em Setembro (criado no website Wix.com com ferramentas para criação de websites). A Figura 18 mostra o website teaser que foi criado no início do projeto.



Figura 18. Imagem da página teaser da página *Visita Guiada*. Retirada em Maio de 2015 de visitaguiada.pt.vc.

O website foi pensado para o *Visita Guiada* mas foi lançado apenas para o projeto *Diário do Henrique* pois a produção do programa suspendeu o website. O site era essencial para a coesão do projeto, sendo que foi pensado para aglomerar as informações principais do projeto, ligar as plataformas e alojar os jogos e e-book.

O site do projeto *Diário do Henrique* avançou então mas com mais informação do que a secção dedicada ao projeto pensada no site do *Visita Guiada*. O website da Figura 19 é o website final do projeto *Diário do Henrique*.

Implementação

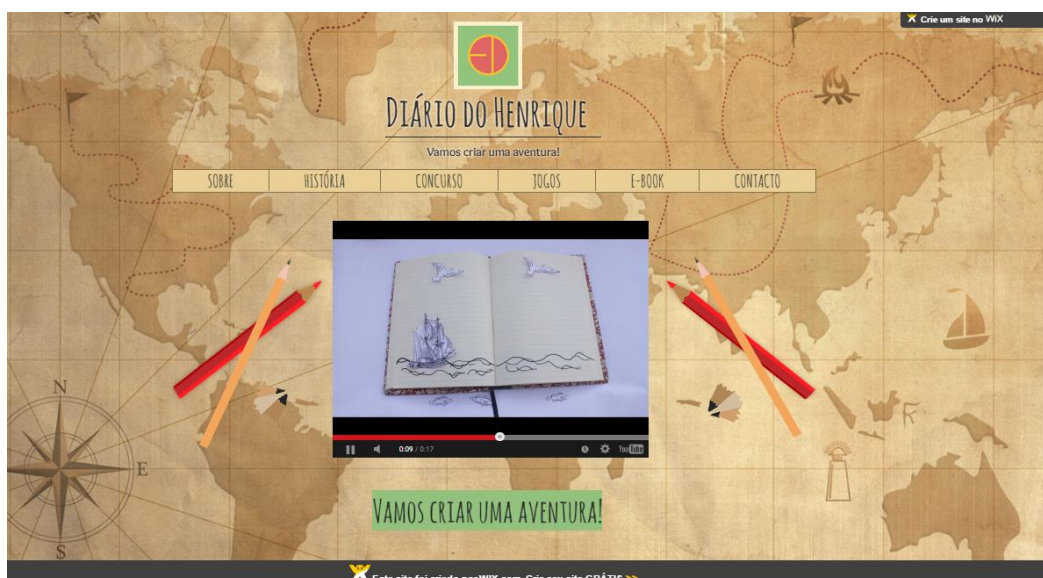


Figura 19. Imagem do website *Diário do Henrique*. Retirada em Maio de 2015 de diariohenrique.pt.vc

Foi pensado um novo design e organização do website. Passou a ter uma secção para a explicação do projeto e plataformas, outra uma secção para os jogos, outra para o e-book e outra para o concurso literário. Foi criada uma secção para a história e para contactos. Na página inicial foi colocado o teaser para a introdução do projeto. O Agrupamento de Escolas do Padrão da Légua, que ajudou na divulgação do projeto colocou como página inicial dos seus computadores, das bibliotecas e salas de estudo, o website do projeto de forma a divulgar pelos alunos da Escola EB 2,3 de Leça do Balio e da Escola Secundária do Padrão da Légua. Estas duas escolas possuem ensino do 7º ao 9º ano, anos onde se encontram a audiência alvo.

Em primeiro lugar foi colocado o website teaser a 20 de Outubro (com o vídeo teaser que foi criado para o projeto e publicado através do Youtube e a ligação às plataformas), e depois a 11 de Novembro foi colocado o novo website.

6.1.4 E-book

O e-book foi criado em tamanho A5 com um design simples, como se pode ver na Figura 20. O E-book contém informações gerais sobre o projeto, história e personagens e é seguido pelas entradas do *Diário de Viagens a Portugal* organizado por ordem de publicação e com as fotografias e imagens de cada local que se encontram quer no blog, quer no Facebook. Foi lançado um concurso de escrita no website intitulado de *Diário do Henrique: A minha história*. Este concurso pedia à audiência para enviar um texto de uma aventura num local de importância histórica na zona onde reside. Os textos premiados seriam inseridos no e-book.

Implementação

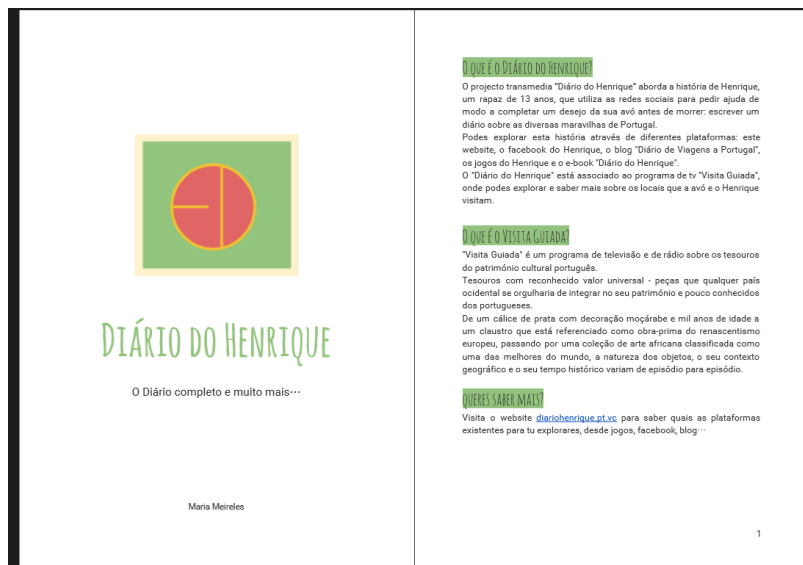


Figura 20. Imagem do E-book *Diário do Henrique*.

6.1.5 Jogos

Os jogos não estavam planeados no início, devido ao facto de envolver trabalho com uma equipa e tempo dedicado somente ao desenvolvimento do jogo. Os jogos foram possíveis depois de reunidas mais três pessoas para ajudar a desenvolver o conceito pensado para os jogos, dois designers e um programador.

Os jogos eram uma plataforma importante para chamar mais utilizadores ao projeto, em especial na faixa etária entre os 13 e os 18 anos, pois seriam uma forma lúdica e interativa de terem acesso a partes da história do *Diário do Henrique*.



Figura 21. Logótipo do jogo *Henrique vs. Mega-ratazana*

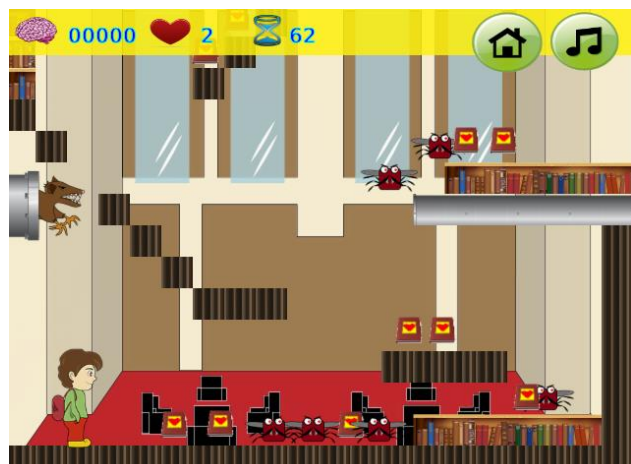


Figura 22. Imagem do jogo *Henrique vs. Mega-Ratazana*

Implementação

O primeiro jogo intitulou-se de *Henrique vs Mega-Ratazana*. Foi partilhado através do Facebook *Henrique Magalhães* pois retratava um sonho que Henrique teve quando adormeceu a pesquisar informações sobre a Casa de Chá na Biblioteca da Faculdade de Letras. A Figura 21 representa o seu logotipo e a Figura 22 uma imagem do início do próprio jogo.



Figura 23. Logótipo do jogo *A última história*.



Figura 24. Imagem do jogo *A última história*.

O segundo jogo intitulou-se *A última história* e conta a história dos avós do Henrique, o logótipo está representado na Figura 23. O avô do Henrique está muito doente e a avó chama a ambulância para o levar para o hospital, muito provavelmente pela última vez. Ela junta então as memórias da vida dos dois juntos para lhe contar uma última história antes de dele partir. Na Figura 24 é uma imagem de uma parte do jogo onde a avó se esconde do cão para ele não ladrar.

Este jogo está no website do Henrique e só foi partilhado aí. Através deste jogo os utilizadores têm acesso à história dos avós ao pormenor, história que foi contada, mas por alto, na introdução do diário da avó, o *Diário de Viagens a Portugal*.

6.2 Divulgação do projeto

A distribuição do poster foi feita em escolas, visto que para além de ser o local que a audiência alvo frequenta todos os dias também é um projeto ligado a conhecimento, em especial de História.

A distribuição foi feita no Agrupamento de Escolas do Padrão da Légua a única que deu autorização para tal, mais em específico na Escola E.B. 2,3 de Leça do Balio e na Escola Secundária do Padrão da Légua.

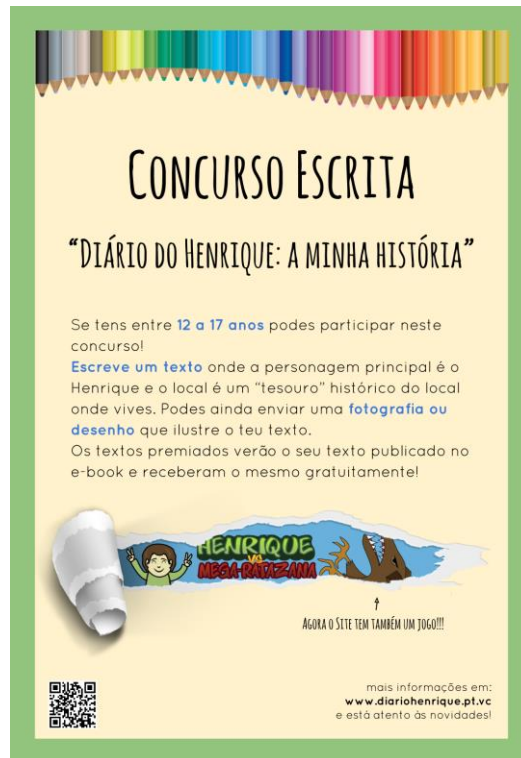


Figura 25. Poster do Concurso de Escrita
Diário do Henrique: A minha história.

Foi distribuído não só o poster de divulgação do projeto, tal como tinha feito para a Bíblia *Transmedia Diário do Henrique*, mas também um poster de divulgação do concurso literário, representado na Figura 25.

6.3 Limitações do Projeto

Na implementação do projeto surgiram diversas limitações ao mesmo. Limitações estas que dificultaram a coesão do projeto, em especial entre as plataformas do *Diário do Henrique* e do programa *Visita Guiada*.

A primeira limitação foi o facto da comunicação com a equipa da RTP ser feita apenas por e-mail, com a exceção da primeira reunião presencial e de uma reunião por Skype. A resolução de problemas e o acesso aos conteúdos originais ficaram dificultados e mais lento por este factor.

Os conteúdos originais eram constituídos por um guião base para o programa de rádio, introdução e conclusão do mesmo. Este factor dificultou a melhor exploração dos temas dos

Implementação

programas visto que, para além da informação base ser escassa, informações sobre os temas eram de difícil pesquisa. O projeto dependia então dos conteúdos cedidos pela produção do programa e, para contornar o escasso conteúdo recebido, abordou também gastronomia, cultura, tradições da cidade onde o objeto abordado no programa se encontrava.

A juntar a este factor foram feitas diversas alterações na ordem dos temas dos programas a serem emitidos durante a implementação do projeto.

A ligação entre as plataformas do *Diário do Henrique* e do *Visita Guiada* ficou reduzida a pedidos de ajuda, gostos e comentários do Henrique no Facebook do *Visita Guiada* e à partilha da realização do projeto no âmbito da tese na página de Facebook do *Visita Guiada*.

Outra grande limitação do projeto foi a falta de orçamento e pessoas para trabalhar no desenvolvimento de algumas das plataformas, como é o caso do website. A produção do programa queria desde o princípio que o website fosse mais do que um local onde retirar informações sobre o programa, mas uma plataforma de confiança para turistas nacionais e internacionais oferecendo diversas funcionalidades desde divulgação de eventos culturais, sugestões de restaurantes e hotéis, entre outras. Este website não foi possível visto não existir ninguém disponível para desenvolver o mesmo e o website do projeto teve que ser desenvolvido através de um construtor de sites online, o website wix.com.

A falta de tempo, visto que o tempo existente para trabalhar o projeto de Setembro a Dezembro foi investido na adaptação de conteúdos e sua implementação, e a falta de orçamento para o mesmo fez com que o marketing para o projeto fosse bastante reduzido. Mesmo assim foi pedido apoio às escolas de Matosinhos e Porto. Não existiu resposta ou apoio por parte das diversas escolas que foram contactadas, apenas um agrupamento de escolas respondeu positivamente, o Agrupamento de Escolas do Padrão da Légua.

Apesar do apoio na divulgação do projeto o agrupamento comunicou a falta de tempo nas escolas para aprofundar o projeto nas aulas através da ajuda dos professores de modo a que os alunos participassem no concurso lançado.

Na maioria dos contatos feitos com as diversas entidades envolvidas, desde a RTP às escolas, foi feita uma introdução e explicação sobre o que é o *transmedia storytelling*. Por vezes o *transmedia storytelling* e algumas das suas exigências e vantagens eram mal interpretadas o que levou a um constante esclarecimento sobre o que é o transmedia e como funciona a ligação entre as plataformas. A incompreensão do que é o transmedia levou a alguns entraves no projeto, como por exemplo a forma como a ligação entre as plataformas do *Diário do Henrique* e do *Visita Guiada* deveriam ser feitas e a necessidade dos alunos participarem no concurso com a ajuda dos professores ou não.

Capítulo 7

A Audiência do Projeto “Diário do Henrique”

Neste capítulo serão analisados os dados disponíveis sobre os utilizadores de cada plataforma e a sua interação com a mesma. Estes dados permitem compreender o impacto do projeto *Diário do Henrique* nas plataformas do *Visita Guiada*.

7.1 Plataformas do Projeto Diário do Henrique e Visita Guiada

Para analisar as plataformas do projeto *Diário do Henrique* foram retirados os dados disponíveis relativamente aos utilizadores das mesmas. No Facebook foi possível levantar dados das páginas *Henrique Magalhães* e *Visita Guiada* e foram analisados dados demográficos, faixa etária, sexo e localização. Foram ainda analisados dados sobre os utilizadores que colocaram gosto nas páginas ao longo do projeto, a evolução do número total de gostos das páginas, o número de cancelamento de gostos das páginas, o número de interações com as páginas, as visualizações diárias das páginas, as histórias criadas pelos utilizadores para as publicações da página Facebook *Henrique Magalhães*, os utilizadores que interagiram com publicações da página *Henrique Magalhães* e a proveniência do tráfego das páginas.

De seguida é feita uma análise ao número de visitantes do website *Diário do Henrique* e aos diversos dados levantados relativamente aos utilizadores do blog *Diário de Viagens a Portugal*. Por fim são abordadas as restantes plataformas (posters, jogos e e-book) e os dados fornecidos sobre o programa *Visita Guiada*, como share, rating e adesão.

7.1.1 Facebook do Visita Guiada e da Página do Projeto Diário do Henrique, Henrique Magalhães

A análise estatística das páginas do Facebook do programa *Visita Guiada* e a página *Henrique Magalhães*, a página Facebook criada para o projeto *Diário do Henrique*, são importantes para perceber a relação entre as audiências.

Os dados foram retirados desde o início do projeto *Diário do Henrique*, com o lançamento do Facebook *Henrique Magalhães*, até uma semana do final da segunda temporada do *Visita Guiada*, de 22 de Setembro de 2014 a 8 de Dezembro de 2014.

Dados demográficos das páginas do Facebook

Os dados demográficos são essenciais para perceber se a audiência alvo do projeto *Diário do Henrique* foi atingida através do Facebook e de que forma se alterou a audiência do *Visita Guiada* durante o projeto *Diário do Henrique*. As tabelas que se seguem correspondem a dados demográficos agregados sobre as pessoas que gostaram das duas páginas, com base na informação de idade e sexo que estas fornecem nos seus perfis.

Sexo dos utilizadores no início e final do projeto

Começando pelos dados referentes ao sexo dos utilizadores, presentes na Tabela 1, pode-se observar que o número de mulheres é superior a homens em ambos os projectos, tendo aumentado, do início do projeto até ao final, o número de utilizadores do sexo masculino e feminino em ambas as páginas. Em ambas as páginas o sexo feminino tem mais utilizadores e os dois sexos nas duas páginas aumentaram o número de utilizadores desde o início ao final do projeto.

Tabela 1. Tabela da distribuição dos utilizadores por sexo, nas páginas Facebook *Visita Guiada* e *Henrique Magalhães*, no início e no final do projeto.

		Início do projeto	Final do projeto
Visita Guiada	Feminino	5036	7369
	Masculino	2559	4115
Henrique Magalhães	Feminino	33	81
	Masculino	21	48

Faixas etárias dos utilizadores no início e final do projeto

De seguida é necessário levantar dados sobre as faixas etárias e o número de utilizadores dentro de cada faixa etária no início e no final do projeto nas páginas de Facebook *Visita Guiada* e *Henrique Magalhães*.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Tabela 2. Tabela da distribuição dos utilizadores por faixa etária, nas páginas Facebook *Visita Guiada* e *Henrique Magalhães*, no início e no final do projeto.

Faixas Etárias	Visita Guiada		Henrique Magalhães	
	Início projeto	Final projeto	Início projeto	Final projeto
13 – 17	57	75	3	48
18 – 24	639	922	14	30
25 – 34	1528	2269	14	14
35 – 44	1985	3073	7	10
45 – 54	1677	2511	9	13
55 – 64	1080	1634	3	5
+65	629	1000	1	5

Na página Facebook *Visita Guiada* todas as faixas etárias aumentaram o número de utilizadores do início para o final do projeto. No início do projeto a faixa etária com mais utilizadores é a dos 35-44 anos, seguida pelos 45-54 e 25-34 anos. As faixas etárias com menos utilizadores são dos 13-17 anos e acima dos 65 anos. Esta ordem mantém-se alterando apenas a segunda e terceira faixa etária que no princípio correspondia aos 45-54 e depois aos 25-34 anos, e depois trocam a ordem ficando os 25-34 anos em segundo lugar e os 45-54 em terceiro.

Na página *Henrique Magalhães* também houve um aumento de utilizadores em todas as faixas etárias. No início do projeto as faixas etárias com mais utilizadores são 18-24 e 25-34 anos, a com menos utilizadores é a faixa etária de utilizadores acima dos 65 anos. No final do projeto a faixa etária com menos utilizadores mantém-se mas a faixa etária com mais utilizadores passa a ser a dos 13-17 anos, seguida da faixa etária dos 18-24 e depois dos 25-34.

Número total de gostos no final do projeto distribuído por distritos

Outro factor a ter em conta é a localização geográfica dos utilizadores, pois é também um dado avaliado nas audiências televisivas. Os dois gráficos seguintes correspondem ao número total de gostos obtidos por distrito.

No Tabela 1, correspondente aos dados da página do *Visita Guiada*, a diferença do número de gostos de utilizadores de Lisboa, desde o início até ao final do projeto, é bem marcada, um total de 3546, sendo que o distrito seguinte, Porto, obteve 1402. A média de gostos obtidos por distrito é de 412, estando as duas cidades acima da média.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

*Tabela 3. Número total de gostos por distrito da página do Facebook *Visita Guiada**

Distrito	Número total de gostos
Lisboa	3546
Porto	1402
Braga	506
Coimbra	474
Faro	313
Setúbal	306
Santarém	205
Leiria	189
Aveiro	157
Viseu	124
Funchal	116
Castelo Branco	88
Vila Real	58
Ponta Delgada	42
Beja	40

No Tabela 2, correspondente aos dados da página do *Henrique Magalhães*, o distrito com mais gostos é o Porto, com 70 gostos, sendo que o distrito seguinte, Braga, obteve 16. A média de gostos obtidos por distrito de 6.

*Tabela 4. Número total de gostos por distrito da página do Facebook *Henrique Magalhães**

Distrito	Número total de gostos
Porto	70
Braga	16
Lisboa	6
Aveiro	4
Coimbra, Leiria, Ponta Delgada	2
Santarém, Castelo Branco, Bragança, Évora, Setúbal, Viana Do Castelo, Faro, São Jorge, Viseu	1

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Pessoas que colocaram gosto nas páginas ao longo do projeto

O primeiro ponto a abordar é o número de pessoas novas que colocaram gosto nas páginas ao longo do projeto, na Figura 26 e 27 estão representados os gráficos onde podemos observar a evolução na página Facebook *Visita Guiada* e *Henrique Magalhães*.

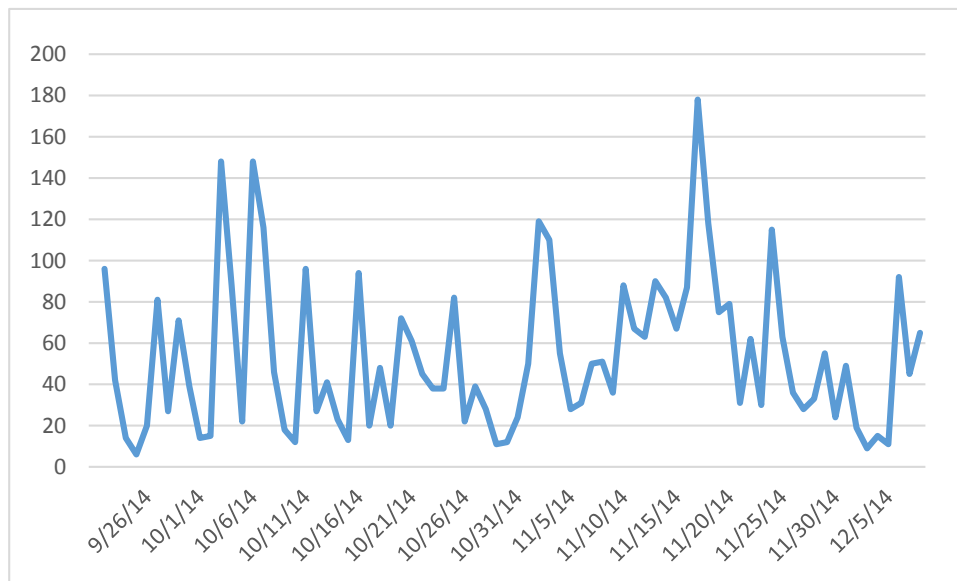


Figura 26. Gráfico relativo ao número de pessoas novas que colocaram gosto na página Facebook *Visita Guiada*.

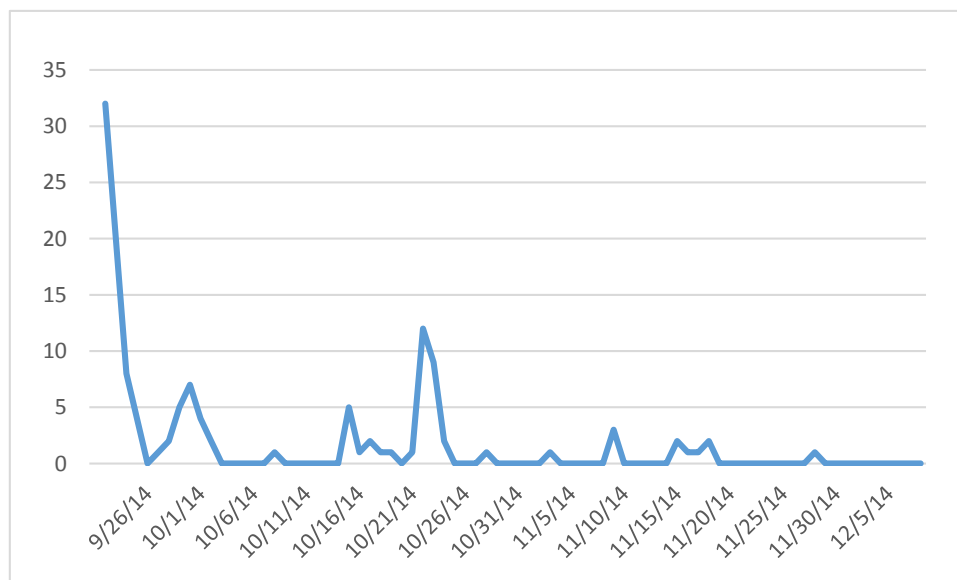


Figura 27. Gráfico relativo ao número de pessoas novas que colocaram gosto na página Facebook *Henrique Magalhães*.

Nos gráficos estão assinalados a quantidade de gostos que diariamente foram conseguidos para as duas páginas diferentes.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

A página do Facebook do *Visita Guiada*, representada na Figura 36, obteve diariamente um número de gostos bastante mais elevado que a página *Henrique Magalhães*, representado na figura 37, chegando a página *Visita Guiada* a obter 178 gostos num dia. A página do Facebook do projeto, *Henrique Magalhães*, conseguiu obter gostos no início do projeto sendo que depois se manteve quase sem conseguir gostos durante a duração do projeto. A média de gostos por dia do *Visita Guiada* é de 54 e a do *Henrique Magalhães* é de 2.

Evolução do número total de gostos

As Figuras 28 e 29 representam os gráficos que ilustram o número total de gostos de 23 de Setembro a 8 de Dezembro para as páginas *Visita Guiada* e *Henrique Magalhães*.

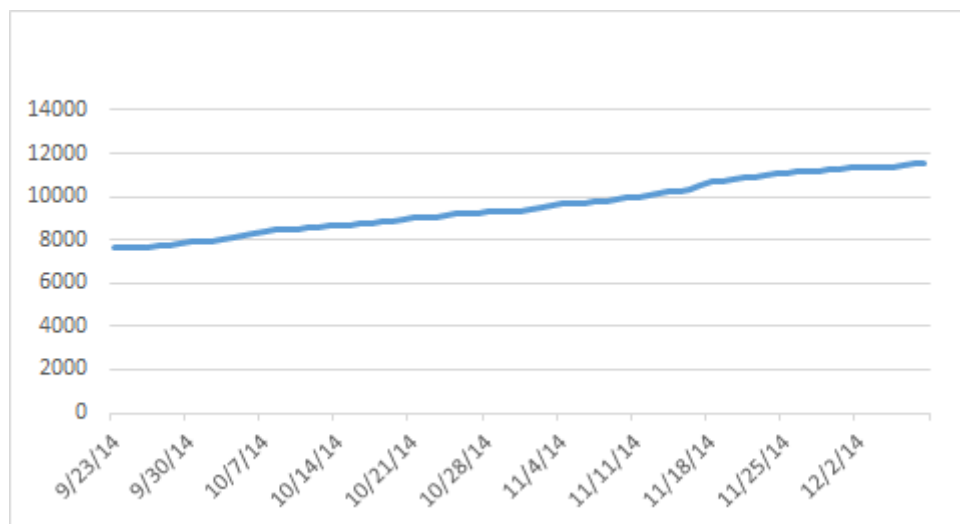


Figura 28. Gráfico número total de gostos da página Visita Guiada.

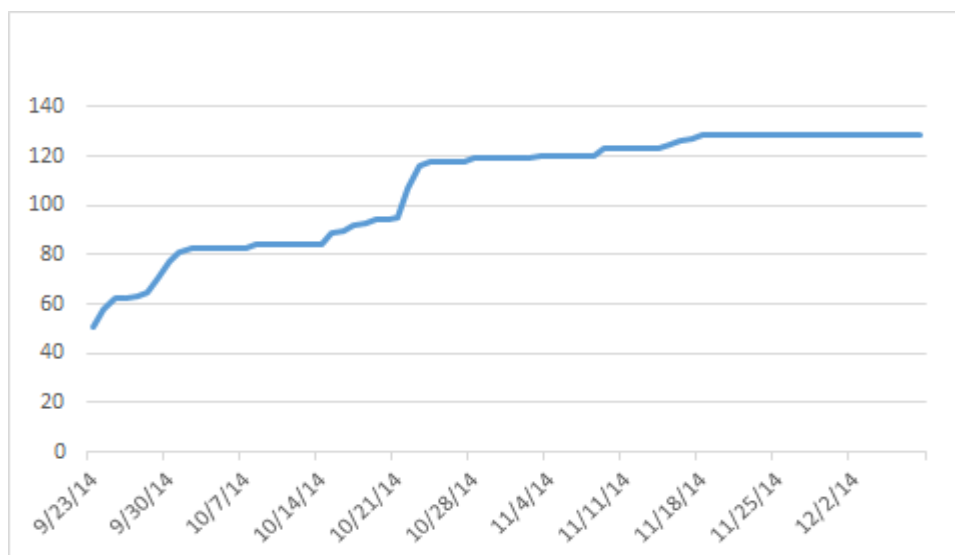


Figura 29. Gráfico número total de gostos da página Henrique Magalhães.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Na página do *Visita Guiada* os gostos foram aumentando gradualmente ao longo do projeto, enquanto na página *Henrique Magalhães* começou no primeiro dia até ao final de Setembro com um aumento rápido de gostos, de 0 a 80 e só depois de 21 de Outubro os gostos aumentaram, nos outros dias os gostos aumentou muito ligeiramente.

Número de cancelamento de gosto das páginas

Nas Figura 30, gráfico relativo ao cancelamento de gostos da página *Visita Guiada*, e 41, relativa à página *Henrique Magalhães*, podemos observar o cancelamento diário de gostos das duas páginas. Na página *Visita Guiada* existem vários cancelamentos ao longo do projeto mas a média de cancelamentos é de 1, muito baixa comparando com a média de 54 gostos diários. Na página *Henrique Magalhães*, como podemos ver na Figura 31, só dois gostos são cancelados e nunca mais nenhum gosto é cancelado, dando uma média de 0 cancelamentos diários.

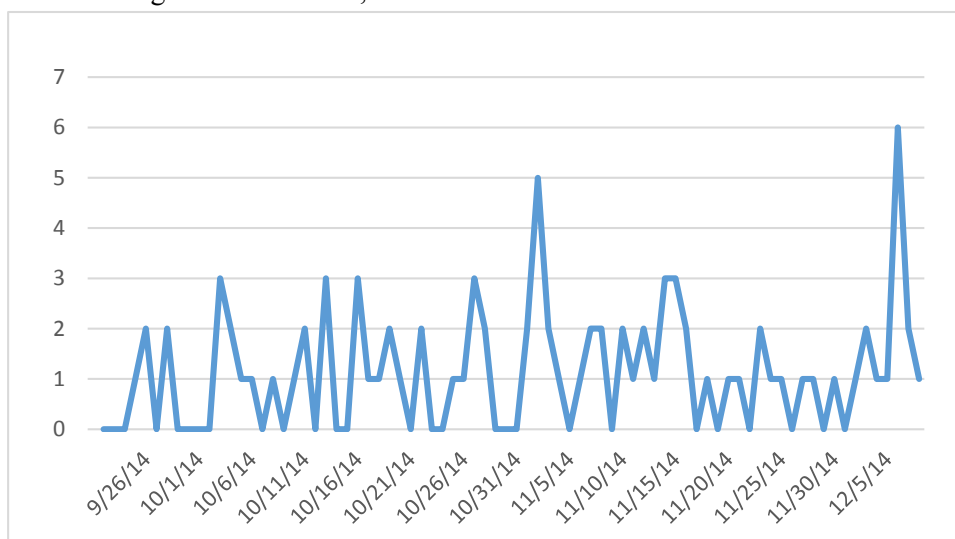


Figura 30. Gráfico relativo ao número de cancelamentos diários de gostos da página do Facebook Visita Guiada.

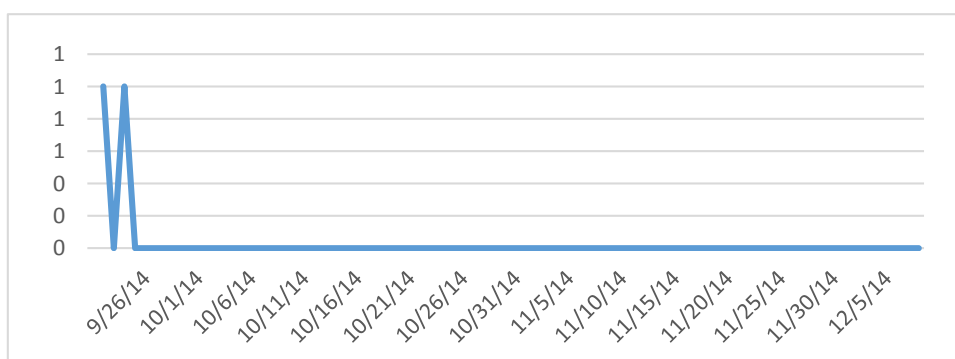


Figura 31. Gráfico relativo ao número de cancelamentos diários de gostos da página do Facebook Henrique Magalhães.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Número de interações com as páginas

A Figura 32 corresponde ao gráfico do número de pessoas que interagiram com a página *Visita Guiada* e a Figura 33 corresponde à página *Henrique Magalhães*. A interação inclui qualquer clique ou história criada.

A página do *Visita Guiada* tem uma média de 648 embora tenha atingido um pico de 3375 interações com a página. Já no caso do *Henrique Magalhães* a média é de 6 interações diárias com a página e as alturas com mais interação ocorrem no início do projeto e depois de 20 de Outubro e em meados de Novembro.

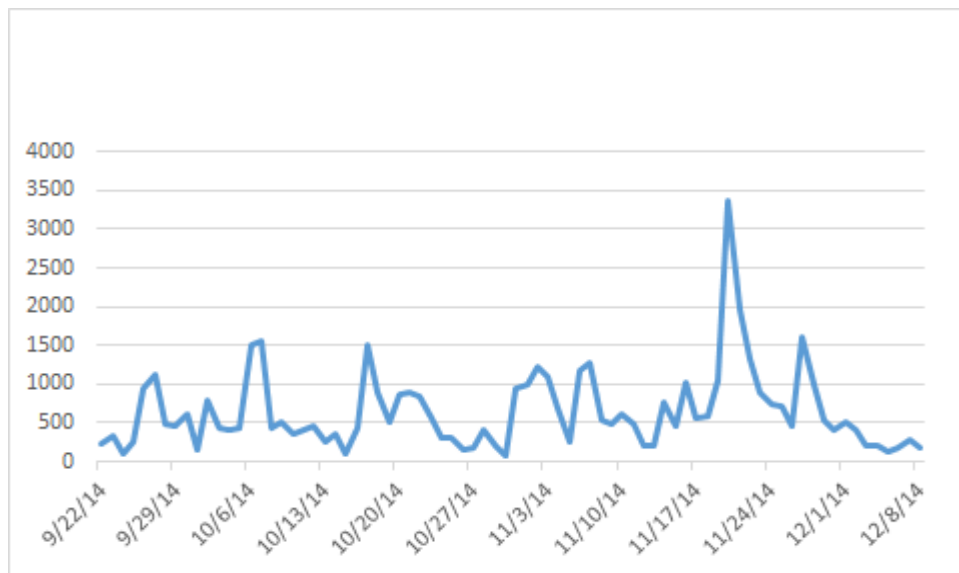


Figura 33. Gráfico relativo ao número de pessoas que interagiram com a página Visita Guiada.

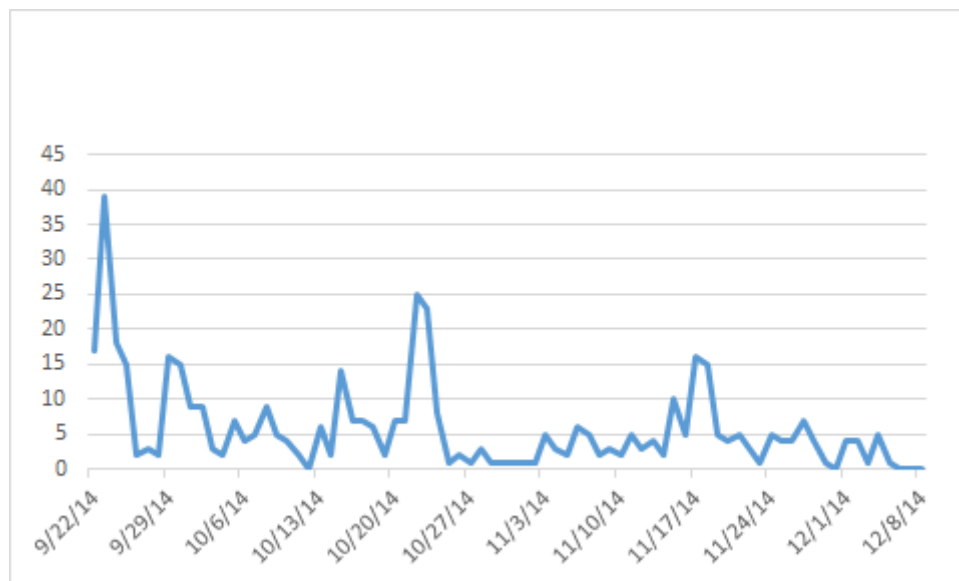


Figura 32. Gráfico relativo ao número de pessoas que interagiram com a página Henrique Magalhães.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Visualizações diárias das páginas

As próximas figuras correspondem aos gráficos das visualizações diárias da página por utilizadores com sessão iniciada no Facebook, a Figura 34 relativa à página Facebook *Visita Guiada* e a Figura 35 à página Facebook *Henrique Magalhães*. O *Visita Guiada* possui novamente resultados muito superiores ao *Henrique Magalhães*, a média é de 95 visualizações diárias da página *Visita Guiada* e 3 do *Henrique Magalhães*.

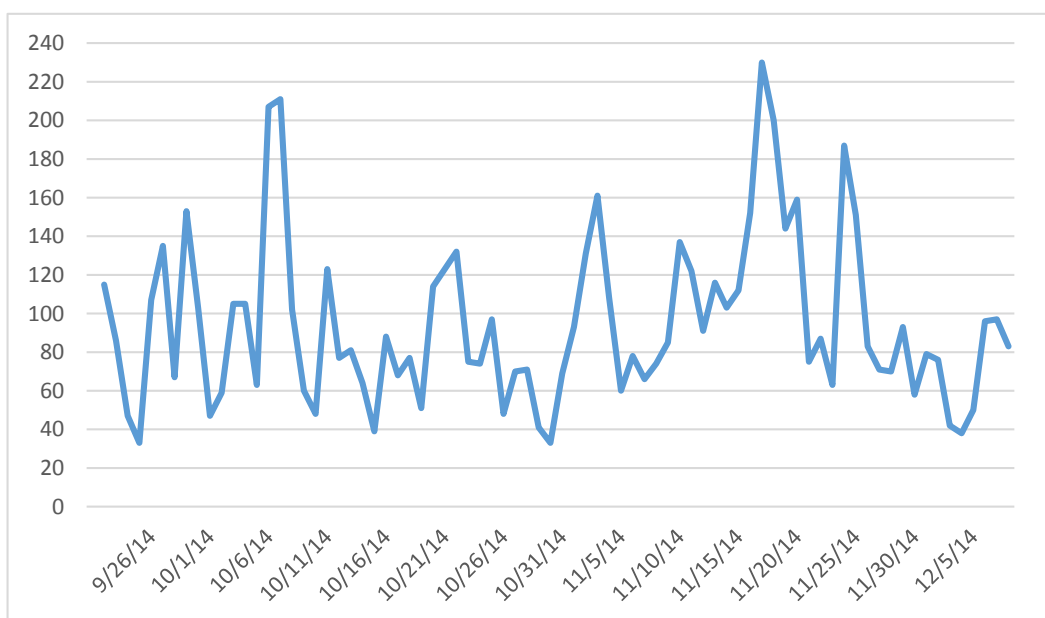


Figura 34. Gráfico relativo às visualizações das páginas por utilizadores com sessão iniciada no Facebook: página Facebook *Visita Guiada*.

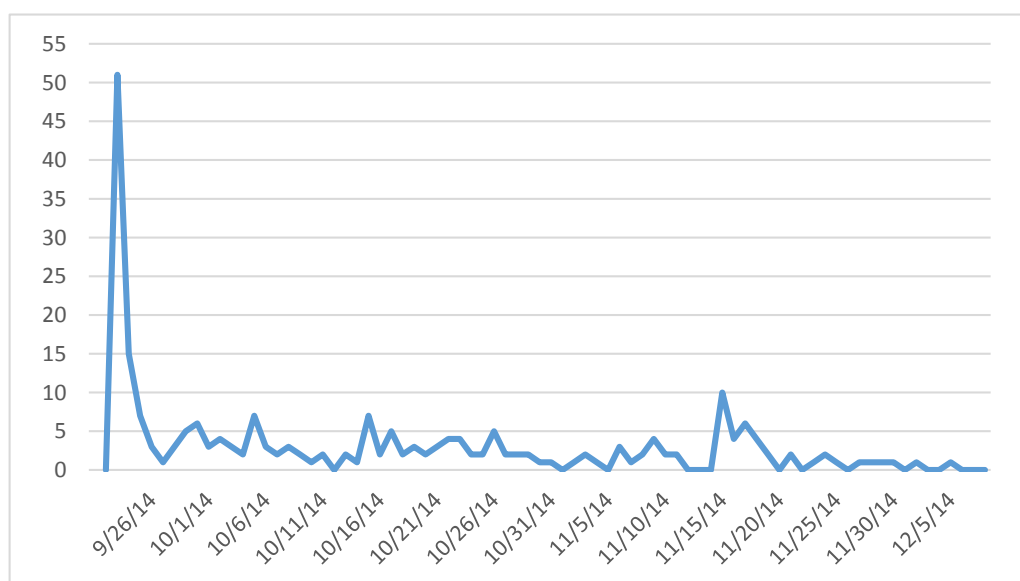


Figura 35. Gráfico relativo às visualizações das páginas por utilizadores com sessão iniciada no Facebook: página Facebook *Henrique Magalhães*.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Histórias criadas pelos utilizadores para as publicações da página Facebook *Henrique Magalhães*

Histórias são diferentes interações criadas pelos utilizadores com o conteúdo da página. Relativamente às publicações as histórias podem ser: colocar gosto, comentar e partilhar.

Estes dados ajudam a compreender quais as publicações com mais histórias entre os utilizadores, as publicações que mais interação possuíram da parte dos utilizadores.

Tabela 5. As 10 publicações com mais gostos da página Henrique Magalhães

Publicações	Datas	Gostos	Comentários	Partilha
Fotografia do desenho da Casa de Chá	18 de Novembro	6	0	0
Link para a entrada do blog sobre a Casa de Chá	17 de Novembro	5	0	1
Status sobre a 1ª Guerra Mundial	15 de Outubro	5	0	0
Fotografia do desenho da Igreja de Almancil	25 de Novembro	4	0	0
Status onde o Henrique anuncia que vai completar o diário da avó	7 de Novembro	4	0	0
Status sobre a explicação do que é a “Cisterna dos Cães”	21 de Outubro	4	0	0
Fotografia do Henrique em Silves com descrição	22 de Outubro	4	0	0
Fotografia de uma estátua em Silves a questionar a audiência sobre a pessoa representada	17 de Outubro	4	2	0
Link para o website do Restaurante da Casa de Chá	20 de Novembro	4	0	0
Status onde explica porque é que as entradas do diário da avó não seguem uma linha cronológica fixa	24 de Outubro	4	0	0

A única publicação do Facebook com comentários é a publicação que ocupa o número 8 na lista anterior, a fotografia de uma estátua e o levantamento da questão da identidade da mesma.

As duas publicações com partilhas são a publicação com o link para a entrada do blog sobre a Casa de Chá e uma publicação onde o Henrique diz que está a ver um episódio sobre Tomar no programa *Visita Guiada* (6 de Outubro), esta publicação teve 1 gosto.

Entre 7 e 24 de Outubro encontram-se as publicações com mais histórias, sendo que entre 15 e 18 de Novembro se encontram 4 publicações, publicações sobre a Casa de Chá, e entre 17 e 22 de Outubro se encontram 3 publicações, focadas em Silves.

Proveniência do tráfego das páginas

Através das estatísticas do Facebook foi possível saber que 10 pessoas acederam ao Facebook do *Visita Guiada* e 9 ao Facebook *Henrique Magalhães* através do website *Diário do Henrique*.

Ainda 2 pessoas acederam ao Facebook *Henrique Magalhães* através do blog *Diário de Viagens a Portugal*, no *Visita Guiada* não é feita referência ao blog.

O restante tráfego do *Visita Guiada* passa por diversos motores de pesquisa.

7.1.2 Website

O website foi criado numa plataforma que oferece a possibilidade de criar um website próprio de forma simples, manipulando apenas o design e interface do mesmo, mas fica sempre alojado ao website base, o wix. Apesar de oferecer a possibilidade de criar um site próprio, o wix só permite retirar anúncios e oferece dados estatísticos sobre visitas e interações caso pague uma mensalidade que ultrapassa os 30 euros. Sendo que não existia orçamento, o acesso a estes dados ficou impossibilitado. A única solução foi colocar uma barra no website que conta o número de visitas ao mesmo. Infelizmente esta barra só contabiliza visitas de computadores diferentes, não de total de vezes que a página foi aberta. O resultado foi 312 visitas. Como o website foi colocado nos computadores das escolas não foi possível saber quantas vezes foi visitado o website ou qual a interação com o mesmo.

7.1.3 Blog

O blog no total, como página, teve 288 visualizações em Portugal, 62 nos EUA, 15 na Alemanha, 6 na Polónia e 2 em França, com um total de 373 visualizações.

O blog fornece diversas estatísticas ao criador do blog. Uma das estatísticas disponíveis é relativa ao número de utilizadores por cada publicação, isto é o número de utilizadores que abriram uma entrada do blog específica.

As publicações com mais visualizações localizam-se seis em Setembro, duas em Outubro e duas em Novembro como podemos observar na Tabela 6. Podemos assim concluir que no início do projeto mais utilizadores visualizaram individualmente uma entrada do blog. A introdução é a publicação mais vista, em conjunto com a publicação relativa à Casa de Chá. Esta publicação teve muitas visualizações, mesmo sendo de Novembro, pois é a única sobre Matosinhos, cidade onde se encontram as escolas que ajudaram a divulgar o projeto. Também esta entrada foi lançada após o lançamento do primeiro jogo e está diretamente relacionada com o mesmo. O jogo é o sonho

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

do Henrique quando adormece na Biblioteca da Faculdade de Letras da Universidade do Porto à procura de informações sobre a Casa de Chá para se preparar para uma visita à mesma e depois escrever uma entrada no blog sobre a visita.

Tabela 6. Tabela das 10 publicações do Blog *Diário de Viagens a Portugal* com mais visualizações.

Entradas do blog	Visualizações de página
Introdução ao diário da minha avó	16
Matosinhos – Casa de Chá	16
Diário de Viagens a Portugal – explicação	15
Lisboa – Museu Militar	12
Foto do diário da minha avó	11
Faro – Centro Histórico	10
Coimbra – Museu Nacional de Machado e Castro	10
Lisboa – Sala da Esera e Nónio de Pedro Nunes	10
Silves – Castelo de Silves	9
Lisboa – Palácio Fronteira	8

Segue-se com 15 visualizações a entrada sobre a explicação do diário, lançada no início do projeto. Tanto esta entrada como a relativa à introdução oferecem um resumo do que vai ser abordado no blog.

Na Tabela 7 podemos observar o gráfico dos websites de referência onde o Facebook se encontra em primeiro lugar, o website do *Diário do Henrique* em segundo. Os restantes estão divididos entre o website Google e Facebook e o website *marisa8.wix.com* que é onde está alojado o jogo *A última história*.

Tabela 7. Tabela dos websites de referência.

Entradas do blog	Visualizações de página
www.facebook.com	34
projectodiariohenri.wix.com	25
lm.facebook.com	17
www.google.pt	12
m.facebook.com	4
editor.wix.com	3
marisa8.wix.com	3
www.google.com	2
www.google.com.br	1

7.1.4 Jogos

Os jogos não possuem informações estatísticas sobre a interação com as plataformas pois nenhum dado específico conseguiu ser recolhido sobre os mesmos.

7.1.5 E-book

O e-book foi colocado no website, aos utilizadores interessados em obter o e-book era pedido para responderem a um formulário com nome e e-mail e o e-book era enviado. O e-book não obteve nenhuma solicitação.

7.1.6 Programa Visita Guiada

De forma a compreender a influência do projeto *Diário do Henrique* no programa de televisão *Visita Guiada* é necessário observar a evolução da audiência do programa ao longo da temporada.

No início do projeto foram fornecidos os seguintes dados: a faixa etária que mais vê o programa é dos 44 aos 54, em especial na Zona Norte, seguida de Lisboa e Centro.

No final do projeto foram fornecidos resultados de audiências das emissões, de 15 de setembro a 12 janeiro, e a média da temporada de acordo com as seguintes variáveis: share (sh%), rating (rat% e rat#), e perfil dos espectadores (adesão adh%).

O *share*, retirado da amostra levantada, é o resultado em percentagem da divisão entre o total de casas que estão a ver determinado programa e o total de casas que têm a televisão ligada nesse momento. O *rating*, retirado da amostra levantada, é o resultado, em percentagem ou numerário (milhares), da divisão entre o total de casas que estão a ver determinado programa e o total de casas que possuem televisão. A adesão é o número total de indivíduos que veem o programa dentro da amostra levantada.

O universo é de 9684.3 indivíduos e a amostra de onde foram retiradas as estatísticas do share e rating do programa é de 2649 indivíduos.

A evolução do *rating*, representada no gráfico da Figura 36, ao longo do programa varia entre o mínimo de 0,1% e o máximo 2,4% e o mínimo de 8,1 mil e o máximo de 101,4 mil indivíduos. O *share* varia entre o mínimo de 0,1% e o máximo 1,0%. No gráfico em baixo podemos observar a evolução ao longo de todos os episódios do programa *Visita Guiada*. A média de rating é 0,5% e 50,3 mil indivíduos, e de share é 1,2%.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

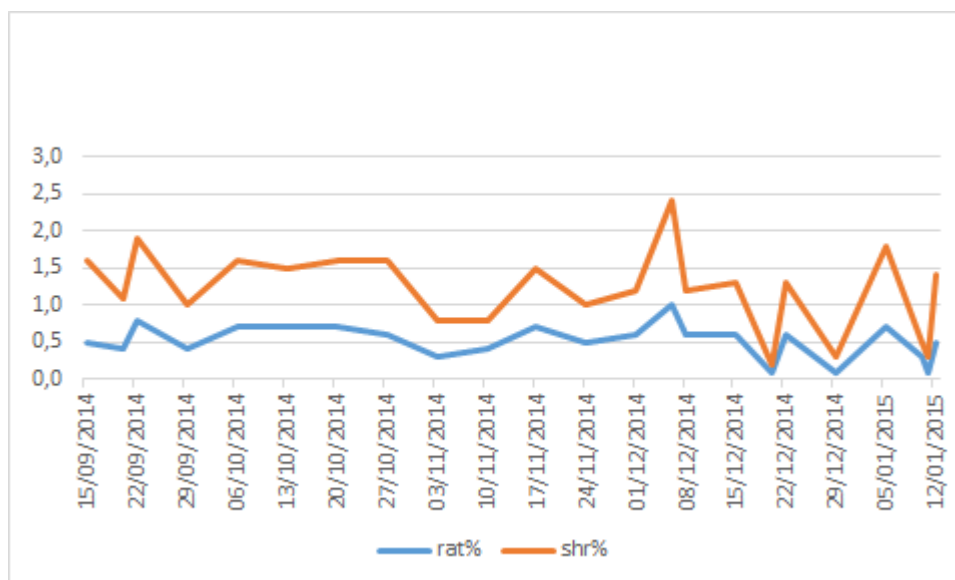


Figura 36. Gráfico da evolução do rating (%) e share (%) ao longo da temporada do programa Visita Guiada.

Relativamente ao perfil dos utilizadores, representada no gráfico da Figura 37 a distribuição por sexo e na Figura 38 a distribuição por faixa etária, podemos observar pelos gráficos seguintes que a maioria é do sexo masculino (60,5%, 30,4 mil indivíduos), e dentro da faixa etária acima dos 64 anos (26,1%, 13,1 mil indivíduos) e da faixa etária entre os 55 e 64 anos (25,8%, 13 mil indivíduos). As faixas etárias abaixo dos 34 anos têm uma representação inferior, somando as faixas etárias com menos de 34 anos obtemos um total de 10,8 % de adesão, menos de metade da adesão das duas faixas etárias com mais indivíduos.

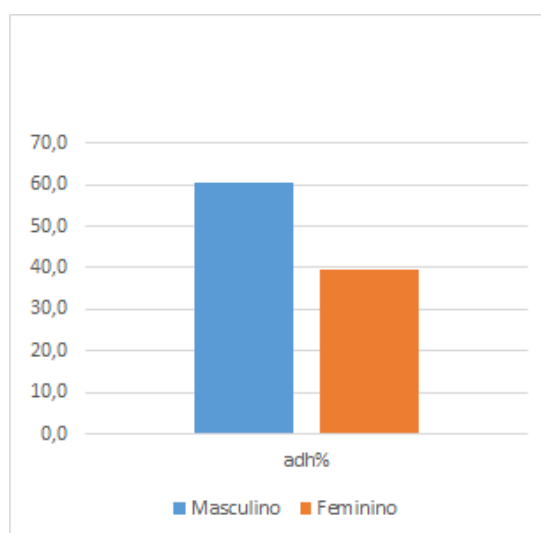


Figura 37. Distribuição da audiência da segunda temporada do programa Visita Guiada por sexo (adh%)

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

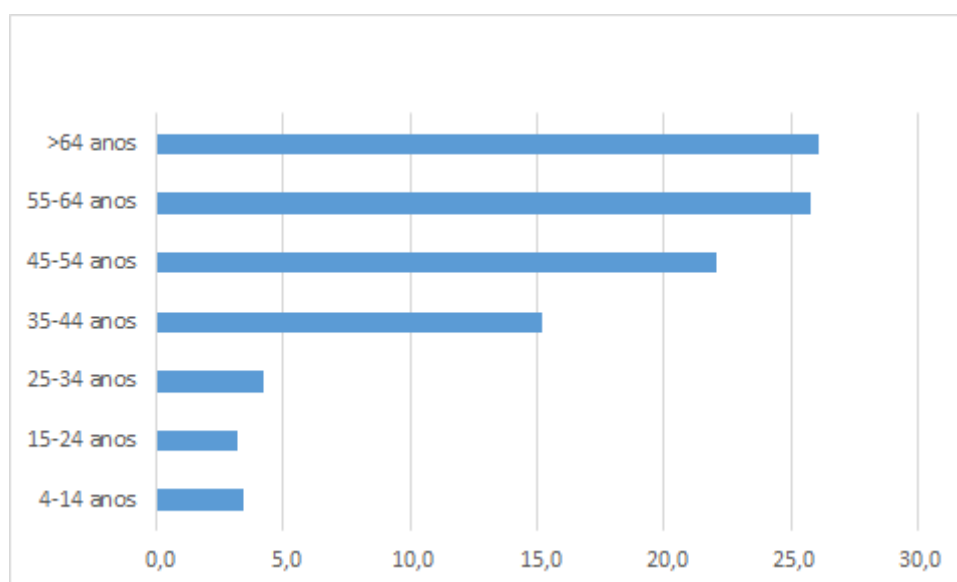


Figura 38. Distribuição da audiência da segunda temporada do programa Visita Guiada por idades (adh%).

7.2 Questionário

Foi realizado um questionário de forma a perceber o impacto do projeto *Diário do Henrique* no programa *Visita Guiada*. O questionário foi enviado por e-mail para a comunidade da FEUP e colocado no website para os alunos das escolas que participarem responderem. No total 140 pessoas responderam ao questionário.

Em primeiro lugar foi pedido aos utilizadores para dizerem qual o seu sexo. O número de utilizadores do sexo masculino é igual ao do sexo feminino: 70 utilizadores de cada sexo.

Na Tabela 8 estão presente o gráfico das idades dos utilizadores que responderam ao questionário. 59,3% dos utilizadores têm entre 19 e 25 anos, seguidos pela faixa etária entre 10-18 e 26-35 com uma percentagem de 14,3%. A maioria dos utilizadores que responderam ao questionário não se incluem na faixa etária pretendida para o projeto *Diário do Henrique*, de 140 pessoas apenas 20 se encontram na faixa etária alvo.

Tabela 8. Tabela relativo à distribuição por faixas etárias dos utilizadores

Faixa etária	10-18	19-25	26-35	36-55	56-70	+70
Número de utilizadores	20	83	20	15	2	0

De seguida foi colocada a questão: “Conhece o programa *Visita Guiada*?”. Só 20 utilizadores conhecem o programa *Visita Guiada*, enquanto os restantes 120 não conhecem o mesmo.

Dos 20 utilizadores que conhecem o programa 12 já o viram segundo as respostas à pergunta “Já viu o programa *Visita Guiada*?”.

Ainda dos 20 utilizadores que conhecem o *Visita Guiada* apenas 11 conhecem o Facebook do *Visita Guiada*, sendo que desses 11, 6 colocaram gosto na página segundo as respostas à questão “Conhece o Facebook do *Visita Guiada*?”. Os restantes 5 conhecem mas não colocaram gosto na página.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Dos 11 utilizadores que conhecem o Facebook do *Visita Guiada*, 6 colocaram gosto em imagens/publicações, 1 comentou publicações/imagens, 1 partilhou publicações/imagens e 1 efectuou outro tipo de interação. Nesta pergunta “Se sim, que interação efectuou com o mesmo?” os utilizadores podiam seleccionar várias respostas como podemos observar na Tabela 9.

Tabela 9. Tabela das respostas à questão "Se, sim, que interação efectuou com o mesmo?"

Opção	Número de utilizadores
Colocou gosto em imagens/publicações	6
Comentou publicações/imagens	1
Partilhou publicações/imagens	1
Outro	1

Relativamente ao website do RTPplay do *Visita Guiada* apenas 1 pessoa viu episódios de TV e outros episódios de rádio (não era possível seleccionar mais que uma resposta nesta pergunta). Tal como está representado na Tabela 10, 8 pessoas conhecem o website RTPplay do *Visita Guiada* mas nunca viram ou ouviram conteúdo de TV ou rádio do mesmo.

Tabela 10. Tabela das respostas à questão "Conhece o website RTPplay para o *Visita Guiada*?"

Opção	Número de utilizadores
Sim, mas não vi/ouvi conteúdo TV ou rádio	8
Sim, já vi episódios de TV do <i>Visita Guiada</i>	1
Sim, já ouvi episódios do <i>Visita Guiada</i>	0
Sim, já vi/ouvi episódios de TV e rádio do <i>Visita Guiada</i>	1
Não	130

Entrando nas questões sobre o *Diário do Henrique* foi feita a seguinte pergunta aos utilizadores “Tem conhecimento do projeto *Diário do Henrique* associado ao *Visita Guiada*?”. 16 utilizadores responderam que sim e 124 que não. Tendo em conta que apenas 20 pessoas das 140 que responderam ao questionário conheciam o *Visita Guiada*, apenas 4 desconheciam a existência do projeto *Diário do Henrique* associado ao programa *Visita Guiada*.

De forma a compreender qual o meio que melhor contribuiu para a divulgação do projeto foi efectuada a seguinte questão “Se sim, através de que meio”, esta pergunta podia ter várias respostas, representadas na Tabela 11. Das 16 pessoas, 13 tiveram acesso ao projeto através do Facebook *Henrique Magalhães*, 6 através do blog *Diário de Viagens a Portugal* e do Poster

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Diário do Henrique e 3 através do Facebook do *Visita Guiada*. É visível aqui o impacto positivo do Facebook na divulgação do projecto.

Tabela 11. Tabela das respostas à questão “Sem sim, através de que meio?” (relativo à pergunta “Tem conhecimento do projecto “*Diário do Henrique*” associado ao *Visita Guiada*?”).

Opção	Número de utilizadores
Facebook Henrique Magalhães	13
Blog Diário de Viagens a Portugal	6
Facebook Visita Guiada	3
Poster Diário do Henrique	6
Outro	1

De seguida foi colocada a questão ““Conhece o Facebook de “*Henrique Magalhães*?””. Das 16 pessoas que conhecem o projecto *Diário do Henrique*, 11 responderem que conheciam e colocaram gosto na página de Facebook *Henrique Magalhães* e 4 conhecem mas não colocaram gosto. No total, das 16 pessoas que conhecem o projecto, 15 conhecem o Facebook *Henrique Magalhães*.

À pergunta “Se sim, que interação efetuou com o mesmo”, 11 pessoas colocaram gosto em imagens/publicações, 2 comentaram publicações/imagens, 4 partilharam publicações/imagens e 1 teve outro tipo de interação. A esta pergunta os utilizadores poderiam seleccionar várias respostas. A interação maior foi a colocação de gostos, enquanto que comentários teve apenas 2 pessoas. Estes dados estão presentes no gráfico da Tabela 12.

Tabela 12. Tabela das resposta à questão “Se sim, que interação efetuou com o mesmo?” (relativo ao Facebook *Henrique Magalhães*).

Opção	Número de utilizadores
Colocou gosto em imagens/publicações	11
Comentou publicações/imagens	2
Partilhou publicações/imagens	4
Outro	1

9 pessoas responderam sim à questão “Conhece o blog *Diário de Viagens a Portugal*”. O blog *Diário de Viagens a Portugal* tem menos 6 pessoas do que aquelas que conhecem o Facebook *Henrique Magalhães*.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

As interações no blog são menores que no Facebook. Podendo seleccionar várias respostas, os utilizadores responderam à questão “Se sim, que interação efetuou com o mesmo?”, 1 comentou o blog, 2 partilharam artigos em redes sociais, 3 partilharam o blog em redes sociais e 1 teve outro tipo de interação, como podemos ver pelo gráfico da Tabela 13.

Tabela 13. Tabela das respostas à questão "Se sim, que interação efetuou com o mesmo?" (relativo ao blog *Diário de Viagens a Portugal*).

Opção	Número de utilizadores
Comentários	1
Partilha de artigos em redes sociais	2
Partilha do blog em redes sociais	3
Outro	2

Nas respostas à pergunta “Conhece o website do *Diário do Henrique*?” 11 pessoas responderam que sim, das 16 pessoas que conhecem o projeto, 5 não conhecem o website. As restantes 129 não conhecem o website.

Relativamente ao website do *Diário do Henrique* foi colocada a questão “Se sim, que interação efetuou com o mesmo?”. Nenhum dos utilizadores enviou um formulário de contacto, 7 jogaram jogos, 1 participou no concurso, 5 leram o e-book e 1 efetuou outra interação. Para esta pergunta podiam ser seleccionadas várias respostas pelo mesmo utilizador como podemos ver pela Tabela 14.

Tabela 14. Tabela das respostas à questão "Se sim, que interação efetuou com o mesmo?" (relativo ao website *Diário do Henrique*).

Opção	Número de utilizadores
Envio de formulário	0
Jogar os jogos	7
Participar no concurso	1
Leitura do E-Book	5
Outros	1

De seguida foi pedido para efetuarem uma classificação das plataformas de 0 (nenhuma interação) a 5 (máximo de interação). Só poderia ser escolhido um número de 0 a 5, uma resposta, para cada plataforma. Na tabela 4 estão as classificações de 0 a 5 dadas pelo total de utilizadores a cada plataforma.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Como podemos ver pela Tabela 15 todas as plataformas receberam mais de 100 zeros, isto é as plataformas na sua maioria não possuem nenhuma interação. O blog *Diário de Viagens a Portugal* foi a plataforma que obteve mais utilizadores a considerarem que não possui nenhuma interação. No nível um, dois e quatro a plataforma com mais respostas foi o website RTPplay *Visita Guiada*, que também é a plataforma com menos respostas a nível zero. No nível três a plataforma com mais respostas é o Facebook *Visita Guiada* e no nível cinco o Facebook *Henrique Magalhães*.

É necessário ter em conta que das 140 pessoas que responderam ao questionário apenas 11 pessoas conhecem o Facebook *Visita Guiada*, 10 o website RTPplay do *Visita Guiada*, 11 o website *Diário do Henrique*, 16 o Facebook do *Henrique Magalhães* e 9 o blog *Diário de Viagens a Portugal*.

Tabela 15. Tabela relativa à classificação dos utilizadores sobre ao nível de interação de cada plataforma

Nível de interação de cada plataforma	Facebook Visita Guiada	website RTPplay Visita Guiada	website Diário do Henrique	Facebook Henrique Magalhães	blog Diário de Viagens a Portugal
0	120	100	119	116	121
1	4	10	3	5	3
2	3	12	6	6	4
3	10	9	6	7	6
4	3	7	4	2	6
5	0	2	2	4	0

Foi pedido aos utilizadores para, seguindo a ideia da questão anterior, classificarem de 0 a 5 a sua utilização de cada uma das plataformas, sendo 0 a plataforma que menos utilizaram/acederam e 5 a plataforma que mais utilizaram/acederam. As respostas estão expostas na Tabela 16.

13 utilizaram a plataforma Facebook *Visita Guiada*, a plataforma com menos utilizadores, 32 utilizaram a plataforma website RTPplay *Visita Guiada*, 15 utilizaram o website *Diário do Henrique*, 19 utilizaram o Facebook *Henrique Magalhães* e 15 utilizaram o blog *Diário de Viagens a Portugal*. No nível um e dois a plataforma com mais utilizadores é o website RTPplay do *Visita Guiada*, no nível 3 o website RTPplay do *Visita Guiada*, o website *Diário do Henrique* e o Facebook *Henrique Magalhães* tem os 3 o mesmo número máximo de utilizadores, 4. No nível quatro o que possui mais utilizadores é o website *Diário do Henrique*. Novamente o website RTPplay afasta-se um pouco das outras plataformas, sendo que é a que têm mais utilizadores.

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

Tabela 16. Tabela relativa à classificação dos utilizadores sobre ao nível de utilização de cada plataforma.

Nível de utilização de cada plataforma	Facebook Visita Guiada	website RTPplay Visita Guiada	website Diário do Henrique	Facebook Henrique Magalhães	blog Diário de Viagens a Portugal
0	127	108	125	121	125
1	3	11	3	4	4
2	5	7	3	6	3
3	3	4	4	4	3
4	0	2	3	1	4
5	2	8	2	4	1

Para finalizar o questionário foram colocadas três questões. À primeira “O projeto *Diário do Henrique* deu-lhe a conhecer o programa *Visita Guiada*?” 9 pessoas responderam que sim, 4 que não pois já conheciam o programa e 127 responderam que não.

A segunda questão foi a seguinte “Se já conhecia Se já conhecia o programa, acha que o projeto *Diário do Henrique* fez com que visse e ouvisse o programa *Visita Guiada* e participasse no Facebook e RTPplay do mesmo?”. 9 pessoas responderam que sim e 52 que não.

À última questão “O projeto *Diário do Henrique* trouxe informação complementar ao programa de TV e rádio *Visita Guiada*?”, 44 pessoas responderam não, 8 responderam sim e 19 responderam talvez.

7.3 Discussão

O projeto *Diário do Henrique* teve uma audiência muito reduzida e pouca influência teve na audiência do programa *Visita Guiada*.

As plataformas do projeto *Diário do Henrique* tiveram poucos utilizadores, um número muito reduzido comparado com os utilizadores das plataformas do *Visita Guiada*, em especial do programa de televisão.

A audiência do programa de TV alterou a faixa etária com mais representação mas não para a faixa etária do projeto *Diário do Henrique*, mas sim para uma faixa etária mais elevada.

No Facebook houve um aumento de utilizadores da faixa etária alvo do projeto *Diário do Henrique*, mas essa mudança é sentida apenas na página *Henrique Magalhães* e não na página *Visita Guiada*, onde a percentagem de utilizadores de cada faixa etária se manteve estável.

Nos utilizadores que colocaram gosto e na evolução do total de gostos podemos ver que no *Visita Guiada* existem muitas variações ao longo do projeto, sem nenhuma ligação ao projeto *Diário do Henrique* que possa ser aferida. Na página *Henrique Magalhães* os maiores picos ocorrem no início do projeto, resultado de um esforço para divulgar o projeto pelas redes sociais e através das escolas. O aumento a partir de 21 de Outubro pode ser também resultado da colocação do website teaser como página inicial dos computadores do Agrupamento de Escolas do Padrão da Légua. O nível de interação com a página *Henrique Magalhães* também encontra os seus picos no início do projeto e entre 20 e 27 de Outubro.

Nas análises às publicações podemos ver que, nas que tiveram mais histórias criadas pelos utilizadores e nas publicações com mais interação, estão presentes publicações do início do projeto e também da Casa de Chá e Silves. O desenho da Casa de Chá está no topo das publicações visto que inaugura o início da aventura do Henrique por Portugal e é algo diferente, um desenho pintado a aguarela de uma localização e não uma fotografia como tinha sido feito até então.

A outra semana com mais presença nas principais publicações é a semana relativa a Silves, porque para além desta semana coincidir com a colocação do website nas escolas também é a semana com mais fotografias e a única que possui fotografia do Henrique nas localizações. Para além disso são de realçar publicações relativas a momentos chave da história, como o Henrique anunciar que vai procurar pistas sobre o diário da avó ou a sua decisão de completar o diário, assim como três fotografias com o Henrique, que também se encontram nas publicações com mais interação.

Para além das publicações do Facebook, as entradas do blog com mais visualizações são relativas à história, como a introdução do diário e a explicação para a existência do mesmo. Também aqui as entradas de Matosinhos- Casa de Chá e Silves- Castelo de Silves estão presentes entre as entradas com o maior número de visualizações.

O impacto do projeto *Diário do Henrique* foi pouco sentido no *Visita Guiada* apesar de que os utilizadores do *Diário do Henrique* que responderam ao questionário concordem que trouxe vantagens ao programa, como por exemplo o facto de ter oferecido mais informações sobre o

A audiência do projecto “Diário do Henrique”

programa de TV. Apesar disso os utilizadores não sentiram que o projeto *Diário do Henrique* os levasse até às plataformas do *Visita Guiada*, mas as plataformas do projeto, como podemos ver pelas proveniências de tráfego do Facebook *Henrique Magalhães* e do blog *Diário de Viagens a Portugal*, conseguiram criar uma ligação entre si. Através do questionário foi possível saber que 16 pessoas em 140 conheciam o projeto, das pessoas que conheciam o projeto, 15 conheciam o Facebook Henrique Magalhães (11 colocaram gosto), 9 conheciam o blog e 11 o website.

Sendo assim, apesar do baixo número de audiência, e de não ter expandido a audiência do programa de televisão *Visita Guiada* e do seu Facebook para a faixa etária pretendida, foi conseguida uma ligação entre as plataformas criadas para o projeto *Diário do Henrique*, mesmo tendo as plataformas do *Visita Guiada* funcionado sem uma grande ligação ao projeto.

Esta fraca ligação pode-se dever a diversos factores de entre os quais se destacam a diferença grande de idades da audiência do programa de televisão *Visita Guiada* e a audiência alvo do projeto.

Outro factor é a falta de marketing do projeto, a não implementação de uma barra durante o programa de televisão *Visita Guiada* que remetia para as plataformas e hashtags criados e a não criação do website *Visita Guiada* e a falta de partilha e diálogo no Facebook *Visita Guiada* relativamente ao outro Facebook e ao projeto, *Henrique Magalhães*.

A maior envolvimento do programa *Visita Guiada*, tendo em conta o número de utilizadores do Facebook e o número de pessoas que assiste ao programa de televisão, poderia ter contribuído para um aumento significativo da audiência das restantes plataformas do projeto *Diário do Henrique*. Também a falta de resposta, ou quando esta existia, a falta de tempo, das escolas que foram contactadas (agrupamentos de escolas dentro do distrito do Porto e de Matosinhos) para ajudar a divulgar o projeto contribuiu para a baixa audiência do projeto.

Tendo em conta o problema de investigação é possível ver, através do caso do *Diário do Henrique*, que apesar de ter conseguido cativar uma audiência de uma faixa etária mais baixa da do *Visita Guiada* esta audiência foi muito reduzida e a sua presença não foi sentida no aumento da audiência do programa. Mas apenas com um projeto só é possível responder parcialmente à questão, sendo que era necessário mais informações e futuros estudos para poder responder à questão por completo.

Capítulo 8

Conclusões

O mundo digital ofereceu a oportunidade de explorar e alargar formas de contar histórias, uma atividade tão presente na História do Homem, criando oportunidades para expandir a sua interatividade e o envolvimento do público.

Uma das formas de contar histórias que foi potenciada pelo mundo digital foi o *transmedia storytelling*. O *transmedia storytelling* é uma história contada por diferentes medias (Jenkins, Transmedia Storytelling, 2003) onde cada plataforma, como blog, redes sociais, website, programa de TV, possui partes diferentes da mesma história e oferecem aos espectadores novos elementos e informações da história.

Dentro do panorama televisivo o transmedia storytelling oferece diversas vantagens: pode trazer mais lucro assim como pode aumentar o número de espectadores leais às séries, o melhoramento e maior divulgação da série (Perryman, February 2008).

Foi escolhido para ser realizado um projeto transmedia storytelling, dentro de vários programas da RTP, o programa *Visita Guiada*. Este programa tem como principal objectivo a divulgação cultural e histórica de objetos artísticos importantes para Portugal. Com uma primeira temporada já terminada foram analisadas as diversas plataformas já existentes do programa, Facebook, website RTPplay, programa de rádio e de TV, e pensado um projeto transmedia para o mesmo. O projeto *transmedia* focava-se numa adaptação educativa para faixa etária entre os 12-18 anos, unindo as famílias no objectivo de divulgação cultural, artística e histórica do programa.

O projeto teve o nome de *Diário do Henrique* e acompanhava a aventura de Henrique, um rapaz de 13 anos, que, depois do falecimento da avó, encontrou o seu diário de viagens e partiu por Portugal para o completar, como a avó o desejava ter feito.

O projeto teve uma audiência muito baixa, ao contrário da audiência das plataformas do *Visita Guiada*. A ligação entre as plataformas criadas para o *Diário do Henrique* e as plataformas

Conclusões

já existentes do *Visita Guiada* era fraca e o projeto pouco impacto teve na audiência do programa, aliás a audiência em vez de se alargar para uma faixa etária mais baixa, alterou-se para o oposto, não se alargou mas aumentou o número de espectadores das faixas etárias mais altas.

As plataformas criadas para o projeto *Diário do Henrique* conseguiram ligação entre si, mesmo com uma audiência muito reduzida, e a informação e a história contada atravessou as plataformas ligando e levando os utilizadores de umas para as outras.

O apoio fornecido pelo Agrupamento de Escolas do Padrão da Légua, através da colocação de poster e do website *Diário do Henrique* como página inicial de todos os computadores das escolas E.B 2,3 de Leça do Balio e Escola Secundária do Padrão da Légua foi essencial para conseguir utilizadores da faixa etária pretendida, entre os 13-18 anos. Os resultados positivos deste apoio são visíveis por exemplo na alteração da faixa etária com mais gostos na página Facebook *Henrique Magalhães* e no aumento de gostos colocados na página e no aumento da interação dos utilizadores na página na altura destas ações.

A maior união entre as plataformas já existentes do *Visita Guiada* e as plataformas criadas para o projeto *Diário do Henrique* e uma estratégia de marketing mais desenvolvida e com mais financiamento poderia ter resultado num aumento de audiência.

Podemos assim concluir que os projetos *transmedia* mesmo tendo o potencial de aumentar a audiência de determinado programa continuam a necessitar de *marketing* para promover o projeto. Os projetos *transmedia*, como qualquer outro projeto de entretenimento, necessitam de *marketing* para os divulgar e assim conseguir o aumento da audiência de determinado programa de televisão trazendo várias vantagens como o aumento do lucro gerado e a maior envolvimento e interação dos espectadores. A comunicação do potencial do projeto, tanto em termos educativos como culturais, poderia ter chamado a atenção de um maior número de audiência para além daqueles que tiveram acesso ao poster.

Este projeto em específico não possuía qualquer orçamento para *marketing* sendo que a única divulgação feita foi através dos posters em duas escolas do Agrupamento de Escolas do Padrão da Légua, a Escola E.B. 2,3 de Leça do Balio e a Escola Secundária do Padrão da Légua.

Foi ainda possível perceber que é necessária formação em Portugal para os profissionais da área da televisão de modo a melhor explorarem o potencial do *transmedia* em projetos futuros e assim darem a conhecer à população esta forma de contar histórias, que ainda é incompreendida não existindo muito exemplos para ser bem conhecida pela população.

Para finalizar, a criação das plataformas de um projeto *transmedia* para um programa de TV já existente poderão ter pouco sucesso caso o público-alvo tenha uma faixa etária muito afastada do público-alvo do programa de TV. Deve ser feito um aproveitamento do público já existente e procurar alargar a audiência em quantidade mas dentro da faixa etária. Em especial em programas de nicho, onde a informação explorada e o tratamento do programa são muito específicos e colocados em contextos pouco amplos a toda a população.

No futuro deveriam ser criados mais projetos *transmedia* que englobem programas de televisão como plataforma principal, funcionando desde o seu conceito inicial como tal, ou

Conclusões

mesmo projetos criados para programas já existentes, embora com um risco maior que pode ser ultrapassado com uma envolvimento maior entre plataformas já existentes e plataformas a serem criadas. Projetos transmedia que têm um programa de televisão como plataforma principal têm potencial para serem bem sucedidos em Portugal e para terem uma boa aceitação por parte da população.

Programas televisivos como telenovelas podem ser um bom ponto de partida para a inserção e educação da população face ao que é o *transmedia storytelling*. São programas como um elevado número de audiência e que, por exemplo no Brasil, são criados com uma forte base *transmedia* por trás.

Uma investigação mais aprofundada destes projetos é necessária para a melhor compreensão de quais as práticas mais adequadas ao público português e a um contexto televisivo em Portugal. O estudo de caso do Diário do Henrique não oferece dados suficientes para afirmar com convicção se o transmedia poderá aumentar a audiência de um programa de televisão em Portugal. A criação de novos projetos e consequente estudo dos mesmos é essencial para encontrar soluções eficazes para a implementação do transmedia em televisão com sucesso, com, por exemplo, aumento do lucro e audiência para os produtores e canais televisivos portugueses.

Referências

- Aristóteles. (s.d.). Poética.
- Austin, A. C. (2007). *Expectations Across Entertainment Media*. Massachusetts Institute Of Technology.
- Campbell, J. (1968). *Princeton University Press*. Princeton University Press.
- Company, T. B. (Janeiro de 2015). *Inanimate Alice*. Obtido de Inanimate Alice: <http://www.inanimatealice.com/>
- Digital, P. (Janeiro de 2015). *Frankenstein, M.D.* Obtido de <http://www.frankensteinmd.com/about/>
- Doctor Who*. (Janeiro de 2015). Obtido de BBC: <http://www.bbc.co.uk/programmes/b006q2x0>
- Egri, L. (2007). *The Art of Dramatic Writing (Its basis in the creative interpretation of human motives)*. BN Publishing.
- Evans, E. (2008). Character, Audience Agency and Trans-Media Drama. *Media, Culture and Society*, Vol 30 Issue 1.
- Explore Doctor Who*. (Janeiro de 2015). Obtido de Doctor Who: <http://www.doctorwho.tv/50-years>
- Ford, S. E. (2007). *As the World Turns in a Convergence Culture*. Massachusetts Institute Of Technology.
- FOX. (Janeiro de 2015). *24 Moments*. Obtido de 24 Live Another Day Moments: www.24ladmoments.com
- Hayes, G. (2011). *How to Write a Transmedia Production Bible: A template for multi-platform producers*. Screen Australia.
- Jenkins, H. (15 de Janeiro de 2003). *Transmedia Storytelling*. Obtido de MIT Technology Review: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/page3/>

Referências

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York University Press.
- Lafever, F. (2010). *Transmedia storytelling as a marketing tool for Flemish television broadcasting companies*. MS, Coventry University.
- McKee, R. (1998). *Story*. Methuen Publishing Ltd.
- Miller, C. H. (2004). *Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment*. Focal Press.
- O'Flynn, D., & Foyer, A. (Janeiro de 2015). *Robot Heart Stories*. Obtido de Robot Heart Stories: <http://www.roboheartstories.com/about>
- Perryman, N. (February 2008). Doctor Who and the Convergence of Media: A Case Study in 'Transmedia Storytelling'. *Convergence*, Vol 14(1): 21–39.
- Preloaded. (Janeiro de 2015). *Spooks*. Obtido de Preloaded: <http://preloaded.com/games/spooks/>
- Producers Guild of America. (Junho de 2015). *Code of Credits- New Media*. Obtido de Producers Guild of America: http://www.producersguild.org/?page=coc_nm#transmedia
- Propp, V. I. (1984). *Morfologia do conto maravilhoso*. Forense-Universitária.
- RTPplay. (12 de Fevereiro de 2015). Obtido de RTP: http://www.rtp.pt/play/pesquisa?c_t=&q=VISITA+GUIADA
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, Vol. 3, pág. 586-606.
- Spooks. (Janeiro de 2015). Obtido de BBC: <http://www.bbc.co.uk/programmes/b006mf4b>
- Studios, D. T. (Janeiro de 2015). *Cosmic Voyage Enterprises*. Obtido de Conducttr: <http://www.conducttr.com/success-stories/cosmic-voyage-enterprises/>
- T. Dowd, M. N. (2013). *Storytelling Across Worlds: Transmedia for Creatives and Producers*. Focal Press.
- TNS/Google. (2014). Obtido de <http://www.slideshare.net/live4digital/pt-alllocalresults-connectedconsumerstudy2014>
- Toschi, A. (2009). The Entertainment Revolution: Does Transmedia Storytelling Really Enhance the Audience Experience. *California State University Fullerton*, pág. 33-170.
- Visita Guiada (I). (12 de Fevereiro de 2015). Obtido de RTP: <http://www.rtp.pt/programa/tv/p30796>
- Visita Guiada. (12 de Fevereiro de 2015). Obtido de Facebook: <https://www.facebook.com/visitaguiadartp?fref=ts>

ANEXOS

Conteúdos Visita Guiada

Blog “Diário de viagens a Portugal”

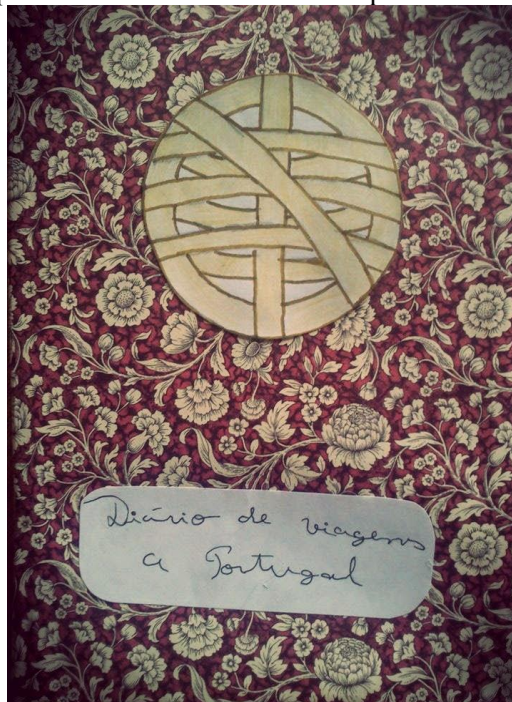
22 de Setembro

Mesmo no final das aulas aconteceu uma coisa muito má. A minha única avó faleceu. A minha mãe teve que tirar as coisas da casa onde vivia e fui com ela. Descobri no quarto o seu diário de viagens mas ainda não consegui encontrar os apontamentos e fotos. Nem o mapa que lhe ofereci.

Ela criou-me, no meio dos seus livros e das suas histórias. Especialmente histórias sobre a História de Portugal, sobre cavaleiros, princesas, monstros do mar, poetas e pintores. O único sonho dela era conhecer o lugar e as obras que marcaram todas estas histórias. Mas ela não podia sair pra lado nenhum, por causa do meu avô. Quando ele morreu ela começou a planear uma grande viagem por Portugal. Queria escrever um diário das suas viagens, mas nunca o conseguiu completar... e se eu não o visse apostado que ia parar ao lixo...

22 de Setembro

Amanhã publico as notas da minha avó. Ela tem dentro do diário folhas soltas com apontamentos mais gerais do que ela via. Eu vou colocando aqui.



23 de Setembro

19 de Setembro 2013. Coimbra.

Cidade situada no centro do país, banhada pelo rio Mondego e mais conhecida pela sua Universidade e tradição académica. Já foi capital do nosso país e é das cidades mais antigas da Europa. Como passei a manhã em Conimbriga, a visitar as ruínas romanas, de tarde não consegui visitar metade do que queria. Mas valeu pelo notável trabalho arqueológico e pela quantidade e qualidade das ruínas. Visitei a Universidade (dediquei especial atenção à Biblioteca Joanina da Universidade), a Sé Velha, e ao Museu Nacional do Castro. Aqui fiquei parada durante minutos a observar a magnífica obra de Filipe Houdart, escultor francês do século XVI que foi chamado a Portugal juntamente com outros escultores da sua época. Ele esculpiu esta “Última Ceia” entre 1530-1534, que foi colocada em exposição depois do seu restauro em 2012. A expressividade de cada indivíduo e a forma realista como retratou cada um mas mesmo assim conseguiu uni-los numa obra só, de forma tão dramática e coesa, tenho que concordar que é uma das melhores esculturas maneiristas portuguesas, e umas das obras pioneiras do maneirismo na Europa. As esculturas foram moldadas em barro cozido e, tal como o nome indica, representam a Última Ceia, com Cristo e os seus apóstolos.



"Última Ceia", de Houdart



Museu Nacional de Machado de Castro

24 de Setembro

03 de Outubro de 2013. Lisboa

Lisboa... a capital do nosso país, banhada pelo Tejo. A musa de tantos fadistas, músicos, poetas, escritores, pintores, enfim... Tanto que podia ser dito sobre esta cidade. Mas como vim aqui só de passagem visitei pouca coisa. Comecei pelo clássico dos turistas: Torre de Belém, Mosteiro dos Jerónimos, o Padrão dos Descobrimentos, o Museu da Marinha e o Planetário Calouste Gulbenkian. Fica tudo perto por isso tive que aproveitar. Levei merenda para hoje. Almocei perto do Jardim da Praça do Império mas a meio do almoço encontrei uma antiga colega minha da fábrica de têxteis que se mudou para cá quando a fábrica fechou. Ela mora perto do Palácio Fronteira. Praticamente arrastou-me até lá. Eu já o conhecia como uma exemplar de barroco e também pelos seus jardins. No final ofereceu-me um pastel de belém e convidou-me para à noite ir jantar a uma tasca e ouvir Fado. Claro que aceitei. Tenho que pensar em fazer uma nova visita a Lisboa... ainda me falta tanto para ver.

Nota: Ver outros exemplares de Barroco como o Convento de Mafra.



25 de Setembro



A introdução do diário da minha avó.

Diário de Viagens em Portugal

Sempre adorei História, em especial a história do meu país, quando era mais nova queria até ser professora e partilhar o meu conhecimento com as novas gerações e aprender algo com eles. Mas a vida foi dura. Fui forçada a deixar a escola muito nova para trabalhar com a minha mãe numa fábrica. Comprava os meus livrinhos mas tenho que admitir que grande parte da minha leitura a fazia na

biblioteca (ia sempre a pé até lá nos fins de semana) ou enquanto desfolhava os livros na livraria. Ninguém se importava que ficasse lá a ler, mesmo sabendo que não ia comprar nenhum livro. A determinada altura casei e fui viver para Matosinhos, para uma pequena casinha. Não tinha tempo para a livraria ou para a biblioteca, muito menos para me tornar professora. Então segui outros sonhos: viajar por Portugal com a minha família. Mas a vida pregou-me outra partida. O meu marido ficou aleijado e para sempre condenado a viver acamado, sem andar e quase sem mexer. Nunca o deixei, como poderia deixar o meu amor assim? Os meus sonhos perderam-se mas a minha sede de conhecimento nunca termina. Os meus filhos e o meu neto trouxeram-me de volta o desejo de ensinar e de conhecer mais da História do meu país. Sentados na cama junto ao meu querido marido contava-lhes todas as histórias e aventuras que sabia, mostrava-lhes livros e lia-lhes poemas. Então um dia, já muito doente, a terminar as suas forças, o meu marido fez-me prometer que quando ele morresse eu partiria à descoberta de tudo o que tinha deixado para trás por ele. Era a única coisa que queria, que fosse feliz como recompensa por todo o amor e dedicação que lhe dei a vida toda. Eu prometi-lhe, e quando ele morreu... parti.

29 de Setembro

06 de Outubro de 2013. Faro

De Lisboa parti para Faro, a capital do Algarve. Já toda a gente esteve no Algarve e me falou das incríveis praias. Decidi vir antes nesta altura do ano porque, para além de ser mais barato e estar mais vazio, não vim aqui para me bronzear. Mas não foi recusar um banho no mar. Neste Algarve onde o Mediterrâneo acaba e o Atlântico começa.

Faro. Vou começar por procurar bolos de amêndoas para comer, um doce típico desta região, e arranjar umas alfarrobas e figos para levar para o meu neto. Depois concentro-me no Centro Histórico de Faro. É incrível como as pessoas passam anos e anos férias nesta região e nem se dão ao trabalho de conhecer a riqueza histórica e cultural, nem que seja só deste Centro Histórico. As influências da história até na gastronomia da região. Quando andava a pesquisar fiquei bastante interessada na iconografia religiosa de Faro e sua ligação com a escravatura. A minha filha já cá esteve e falou-me de quatro igrejas essenciais mesmo no Centro Histórico. Vai ser por elas que vou começar. (foto do centro histórico)



06 de Outubro

21 de Outubro de 2013. Tomar.

Aproveitei esta semana para ver a Feira de Santa Iria aqui em Tomar. Tomar pertence ao distrito de Santarém. O rio que atravessa a cidade é o Rio Nabão que é afluente do Rio Zêzere. Vim aqui visitar o Castelo de Tomar e o Convento de Cristo. E claro, espero ter tempo para mais. No Convento de Cristo estou ansiosa para ver a Janela da Sala do Capítulo, mais conhecida por Janela Manuelina. Foi construída por Diogo Arruda (entre 1510 e 1513). É dos melhores exemplares de arte manuelina, que se chama manuelina por ter sido desenvolvida no reinado de D.Manuel I e inspirava-se principalmente na época dos descobrimentos portugueses. Aliás na capa do meu diário tenho um dos símbolos mais utilizados por esta corrente: a esfera armilar.

Estou a escrever no autocarro e ao meu lado vem um rapaz, que estuda arquitetura, que a saber do objectivo da minha viagem me decidiu contar o que sabia sobre o termo charola. É um termo arquitetónico (que também se pode dizer deambulatório) que normalmente se aplica a uma passagem que circula uma área central. No caso de Tomar com objectivo religioso, visto que faz parte do obra dos templários (que inclui o castelo).



13 de Outubro

04 de Outubro de 2013. Lisboa

Hoje partirei para Faro, mas fiquei a noite passada em Lisboa a convite da minha colega. Estou agora à espera do autocarro de partida para Faro. Decidi escrever visto que fiquei a pensar no Museu Militar em especial no pintor Adriano de Sousa Lopes. Durante a 1ª Guerra Mundial, na qual Portugal participou ao lado dos Aliados, as grandes potências levavam artistas para os campos de guerra para quando voltassem, pintassem o que lá viveram para a população ver. Portugal não fazia isso mas Sousa Lopes partiu para a guerra na mesma, queria criar uma obra que enaltecesse os militares portugueses. Quando voltou a sua visão não era a mesma, como acontecia aos restantes artistas (e a todos os homens). Deu bem para sentir isso ao ver as sete pinturas que estão na sala da Grande Guerra, no Museu Militar.



20 de Outubro

07 de Outubro de 2013. Silves

Aproveitei que estava em Faro e vim passar o dia em Silves, que faz parte do distrito de Faro.

A minha primeira visita foi ao Castelo de Silves, tão belo de um vermelho tijolo (de arenito), gasto pelo tempo. Este castelo é um dos melhores exemplares de arquitetura militar islâmica em Portugal. A palavra Algarve vem de Al Gharb, que significa Ocidente em árabe. Este Al Gharb, antes de ser conquistado e reconquistado pelos cristãos, pertencia ao Al Andalus, o nome que os conquistadores islâmicos davam à península Ibérica. O Algarve era então conhecido pelo Al Gharb do Al Andalus, isto é o Ocidente da zona da península Ibérica que os povos islâmicos conquistaram.

E este castelo de Silves é um dos grandes exemplares desse tempo, assim como o Poço Cisterna, que ainda se pode descer até ao nível da água para visitar (e vale mesmo a pena).

Nota: Uma das cisterna no castelo chama-se “Cisterna dos Cães”... nem vale a pena dizer porque.



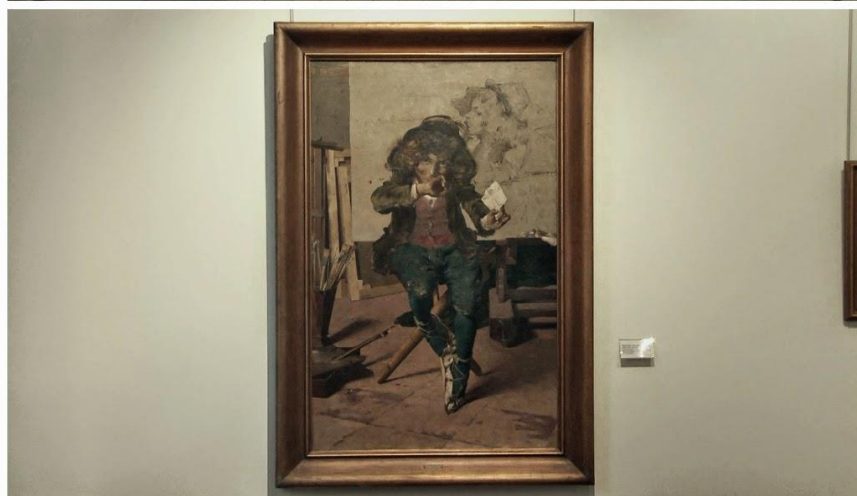
27 de Outubro

10 de Outubro de 2013. Porto

Porto, banhado pelo Rio Douro, mesmo junto à minha cidade Matosinhos, a terra da Francesinha, das sete pontes, das Tripas à Moda do Porto, dos Clérigos, das Caves de Vinho do Porto, do Bolhão, da Sé, da Ribeira, do Castelo do Queijo e de tantos outros monumentos, sítios e iguarias. Conheço bem esta cidade, o único sítio que podia visitar em tardes livres. A cidade onde a minha filha escolheu para viver e onde o meu neto nasceu.

Bem, hoje decidi passar pelo Museu Soares dos Reis, situado no Palácio das Carrancas. Já muitos reis passaram por aqui, mas agora ficam por cá os seus retratos e muitas outras obras que compõe este museu. Um dos artistas que mais me chama a atenção por aqui é o Henrique Pousão. Um artista que só viveu 25 anos (de 1859 até 1884) mas que deixou uma obra inovadora e onde se podem ver influências internacionais da época. Aqui no Museu tem muitas das suas obras naturalistas. Se tivesse que seleccionar uma obra escolheria o “Auto-Retrato”, uma obra enigmática e cheia de subtilezas tão bem trabalhadas e que lhe dão uma profundidade incrível.

Hoje fico-me pelo Pousão que daqui a pouco vou buscar o Henrique à escola.



03 de Novembro

01 de Dezembro de 2013. Évora

Évora, pertence ao Alentejo. Sempre um bom sítio para visitar e relaxar. Fui à Igreja de São Francisco, à Capela dos Ossos, às Termas Romanas, vi o Templo Romano, também conhecido por Templo de Diana. Enquanto procurava pelas minhas notas percebi que deixei tudo em casa. O diário, o mapa, anotações, caneta, tudo. Resolvi perguntar por informações turísticas para me aconselharem algo a visitar, sabia umas coisas de cabeça, mas sem mapas não ia a lado nenhum. Aconselharam-me a visitar o Fórum da Fundação Eugénio de Almeida. Tenho que trazer o Henrique aqui, ele ia adorar o dragão de quatro cabeças (sim, quatro cabeças) e a cuspir fogo que vi nas pinturas murais das Casas Pintadas (do século XVI)... mas nem máquina fotográfica tinha para tirar uma foto.



10 de Novembro

03 de Novembro de 2013. Lisboa

Decidi voltar a Lisboa para um pequeno roteiro científico.

Primeiro a Sala da Esfera no Hospital de São José. No Hospital de São José estava alojado o colégio de Santo Antão, criado pelos jesuítas a pedido do rei (séc. XVI). Na Aula da Esfera era ensinado Matemática, e tornou-se num centro de excelência no ensino da matemática. Era nesta sala que as novidades científicas eram trazidas a Portugal.

Tudo isto veio com os descobrimentos, pois tornou-se necessário formar os nossos aventureiros homens do mar e assim criar locais que suportassem esta necessidade.

Para além de ser um dos maiores polos do ensino da Matemática, a Aula da Esfera possui uns painéis de azulejos magníficos.

De seguida, neste meu roteiro científico vou a outro local: ao Museu da Marinha, ver o Nónio, um importante instrumento de orientação náutica inventado por Pedro Nunes.

Pedro Nunes morreu antes da Aula da Esfera ser uma grande sala de ensino, mas os jesuítas levaram o seu conhecimento até lá.

Tudo isto prova que a Igreja Católica, ao contrário do que se pensa, não obstruiu o conhecimento, bem pelo contrário! E que Portugal foi um grande polo de conhecimento científico.



17 de Novembro

16 de Novembro de 2014

Hoje acordei cedo de mais. Sabia que só ia partir na minha visita de tarde mas estava demasiado ansioso. Levantei-me, vesti-me e tomei o pequeno almoço a correr. Não queria perder tempo nenhum. Tinha que rever e juntar tudo o que tinha consigo sobre a Casa de Chá para a visitar com os meus pais.

Sei que este nervosismo parece estranho... vou fazer algo tão simples, é só uma visita guiada. Mas a verdade é que estou nervoso pela minha avó, quero que ela se orgulhe de mim, quero que ela saiba que vou homenagear o trabalho dela com todo o amor e com o rigor que ela tanto defendia. E isso é difícil, é um grande peso para mim.

Os meus pais ainda dormiam por isso procurei fazer pouco barulho. A julgar pelo tempo que eles demoraram a descer acho que não consegui fazer silêncio suficiente.

Eu acabei de preparar tudo, peguei na máquina fotográfica e coloquei tudo na minha mochila. Já toda equipada para uma tarde de aventura.

Depois do almoço lá fomos nós. A meio do caminho começou a chover torrencialmente. Mas depois parou. Quando estávamos a chegar a Leça da Palmeira voltou a chover com força. A rua onde estávamos começou a encher-se de água e a minha mãe teve que dar a volta atrás com o carro. Mesmo não sabendo bem o caminho e demorando o dobro do tempo (ficamos um bocadito perdidos) finalmente chegámos lá. Tão perto do mar.

O mar estava turbulento e as nuvens que o cobriam pareciam as nuvens mais negras que tinha visto, mas a chuva já tinha parado. Decidimos então ir a pé da praia de Leça, ver o Farol e a Capela da Boa Nova.

O Farol tem um museu com coisas relacionadas com o tema mas só está aberto à quarta infelizmente. Este farol foi construído em 1926 e ainda hoje serve para ajudar a navegação. Está situado a norte foz do rio Leça e mesmo perto do Porto de Leixões, o segundo maior porto artificial de Portugal.

A capela é um pouco mais antiga. Existem registos que dizem que existe desde 1369, mas o que é certo é que os frades franciscanos se instalaram aí a partir do século XIV e passado um século saíram de lá. Existia aí um convento mas aos poucos foi sendo destruído e só sobrou o que conhecemos hoje.

A Casa de Chá é bastante mais recente. Actualmente existe lá um restaurante de luxo.

A Casa de Chá de Siza Vieira foi o primeiro edifício do século XX a ser classificado monumento nacional. O arquiteto é o Álvaro Siza Vieira, nascido em Matosinhos, e só tinha 25 anos quando ainda ninguém sabia no grande e premiado arquiteto que Siza Vieira se iria tornar.

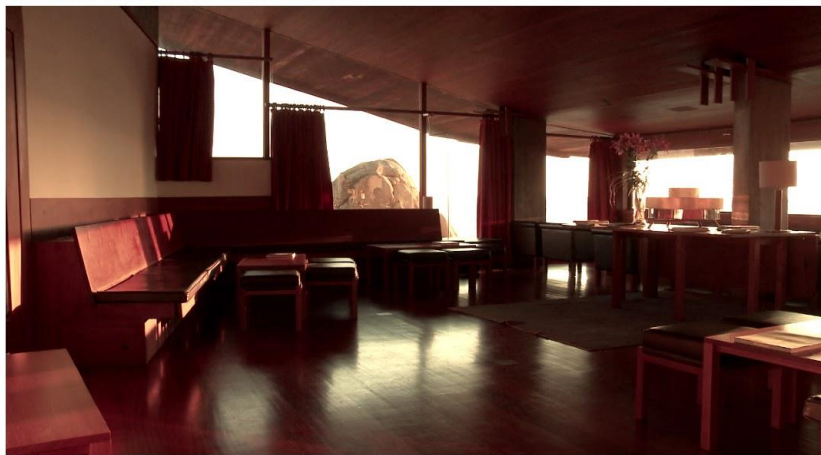
A Casa foi construída entre as rochas, junto ao mar. Parece que faz parte da paisagem, e até dentro do edifício parece que se prolonga para o mar... parece que é uma rocha com vista para o mar, mas cheia de luz.

Não muito longe daqui é a Piscina das Marés, também uma obra do Siza Vieira. Como começou a chover fomos até lá de carro e vi apenas de longe... mas lembrei-me que já tinha estado naquela piscina no verão do ano passado.

Antes de irmos embora comemos um gelado e compramos língua da sogra, uma espécie de doce. O sabor é parecido com a bolacha dos gelados de cone, mas melhor.

Agora estou em casa a escrever este texto e a pensar se conseguirei seguir o sonho da minha avó sem o destruir. Hoje correu bem, é verdade, mas os fins de semana que aí vem são em locais mais distantes e que não conheço bem... vão exigir muito mais de mim.

Mas onde quer que a minha avó esteja espero que esteja orgulhosa do meu trabalho. Espero que saiba que o sonho dela não morreu com ela, mas vai viver sempre comigo.



24 de Novembro de 2014

23 de Novembro de 2014

Chegámos muito tarde a Loulé na sexta-feira passada. Perdemos o autocarro e tivemos que vir de carro. Foi uma viagem muito cansativa, especialmente para a minha mãe que vinha a guiar.

Como já tínhamos o quarto marcado no hotel em Loulé, chegamos e fomos logo dormir.

Acordamos um pouco tarde de manhã e fomos passear por Loulé.

Loulé é um local muito antigo, é certo que o homem esteve aqui presente no Paleolítico Antigo, na época dos romanos, mulçumanos, até pertencer a Portugal (D.Afonso III conquistou Loulé aos Mouros).

Esta região sempre foi próspera, por exemplo na altura dos romanos desenvolveu-se a indústria conserveira, agricultura e exploração mineira (cobre e ferro). Os mulçumanos fizeram desenvolver ainda mais a cidade e a sua base história parte desta altura.

Depois dos Descobrimentos até hoje, passando por vários sectores de actividade e beneficiando de boa localização e recursos naturais ricos e diversos, Loulé cresceu e prosperou.

Visitei vários locais: o Castelo de Loulé, a Igreja Matriz, o monumento a Duarte Pacheco, o mercado... e a praia, claro.

No Domingo fui a Almancil.

Não é propriamente um sítio grande ou com alguma coisa de diferente ou especial. Aliás a Igreja de São Lourenço até se encontra fora da vila.

Quando o meu pai a viu não percebeu porque fizemos aquela distância para a ver. É uma igreja branca como tantas outras.

Mas esta igreja é uma obra prima do Barroco, não pela sua arquitectura, mas por causa do tesouro universal de azulejaria que se encontra lá dentro.

Aliás quando foi mandada construir a ideia não era ser um templo grandioso mas sim um local reconhecido e belo pelo seu pormenor e decoração.

Quando a Igreja de Almancil foi mandada construir (século XVIII), Portugal estava na fase final do período dos Grandes Mestres da Azulejaria portuguesa. No caso da Igreja de São Lourenço de Almancil, o autor foi Policarpo Bernardes.

O interior é espectacular. Para além dos azulejos para que o altar foi banhado a ouro. Nunca do exterior íamos perceber a riqueza que tem lá dentro.

Tive pena de não estar bom tempo para passarmos mais tempo na praia, mas valeu a pena. A minha avó sabia escolher, ela percebia que a Arte portuguesa não se fez com grandes obras mas com obras singulares, preciosas pela sua especificidade.

Henrique Magalhães e Joana Henriques (a minha mãe)



30 de Novembro de 2014

30 de novembro de 2014

Hoje voltámos a casa de Ílhavo. Como é perto fomos Sábado de manhã para Aveiro. É uma cidade mesmo bonita, desde a Catedral de Aveiro ao Mosteiro de Jesus. Mas o mais particular e o que mais gostei foi de andar nos barcos Moliceiros num dos canais da Ria de Aveiro.

Jantamos por Aveiro e ficamos por lá num hotel. Domingo de manhã acordamos cedo para aproveitar o dia. Mas estávamos todos um pouco mal dispostos. Por culpa minha acho eu. Na sexta como não tive aulas de tarde aproveitei e preparei umas coisas para almoçar no dia seguinte, para compensar os meus pais pelo dinheiro que estão a gastar. A minha mãe quis ajudar mas não eu queria ajuda. Não foi lá muito boa ideia.

A fazer fronteira com o município de Aveiro está Ílhavo. Daqui partiram a maioria dos capitães de navios bacalhoeiros, especialmente de longo curso. O bacalhau muito amado por todos os portugueses e que estes homens partiam para pescar numa actividade considerada uma lenda... por causa de todos os ricos que esta aventura da pesca trazia... riscos e tristeza.

Para celebrar a ligação de Ílhavo à pesca do bacalhau existe o Museu de Ílhavo. Lá está, por exemplo, uma réplica em tamanho real de um navio bacalhoeiro dos anos 20 do séc.XX. Mais o que mais gostei de ver foi as dezenas de bacalhaus vivos que tem no Museu, todos dentro de um aquário que recria o seu habitat natural.

A coragem dos que partiam e a dor dos que por cá ficavam é bem sentida quando começamos a ouvir a histórias e a ver os objetos que habitavam o seu dia-a-dia e a sua actividade. Vale mesmo a pena visitar este Museu.

Henrique Magalhães



Facebook do Henrique Magalhães

Conteúdos postados no Facebook Henrique Magalhães

22 de Setembro

Colocação da primeira foto de perfil:



- Agora que começaram as aulas criei esta página para contar o meu dia-a-dia... [#diariohenrique](#)
- Vejam o blog que criei please <http://diariodeviagensaportugal.blogspot.pt/> [#diariohenrique](#) [#avó maria](#) [#coimbra](#) [#lisboa](#)
- Colocação da primeira foto de capa do facebook:



23 de Setembro

- Lembrei-me hoje que o ano passado fomos a Conimbriga. A profe de História diz que vamos fazer outra visita de estudo este ano. Vou-lhe sugerir irmos a Coimbra <http://diariodeviagensaportugal.blogspot.pt/2014/09/coimbra-museu-nacional-de-machado-e.html>. Já foram a Coimbra? Eu acho que só lá fui visitar o Portugal dos Pequeninos :)
#tpc #historia #diariohenrique #coimbra #renascimento #barroco #grandedemaisproportugaldospequeninos #visitadeestudo
- Lisboa também era uma boa ideia. Em Lisboa já visitei bastantes monumentos, a Torre de Belém, o Mosteiro dos Jerónimos e assim. Também fui à Gulbenkian e claro quando era pequenito ia sempre ao Zoo, ao Oceanário e ao Pavilhão do Conhecimento. #lisboa #diariohenrique

24 de Setembro

- Colocação de foto de capa:



- Não sei como nunca tinha visto isto antes :P
https://www.youtube.com/watch?v=tFl_CJLFWCU&list=PL2332BC2EBB3870B8 #brutal #brunoaleixo
- Esqueci-me de colocar a introdução do diário. Amanhã coloco isso no blog. Por enquanto, fica aqui uma entrada sobre Lisboa. #avomaria #sónãopercoacabeça #diariohenrique
<http://diariodeviagensaportugal.blogspot.pt/2014/09/lisboa-palacio-fronteira.html>

25 de Setembro

- Hoje não vou ter aulas de tarde. De tarde ia jogar futebol mas vou ter que ir com a minha mãe à casa dos meus avós ... vou aproveitar e ver se descubro mais coisas do diário. #furo #diariohenrique #avomaria
- Viram a cena que a minha avó falou da capa do diário dela ? É a esfera armilar. Está presente na nossa bandeira nacional e representa os descobrimentos portugueses. #pro #esferaarmilar #diariohenrique #avomaria

26 de Setembro

- Hoje vai ser a Noite Europeia dos Investigadores. Em Portugal vai haver atividades em Lisboa, Coimbra e Aveiro... Vejam aqui: <http://www.noiteeuropeiadoinvestigadores.pt/>

- Em Lisboa vai ser no MUHNAC (não consigo dizer sem me rir), Museu Nacional de História Natural e da Ciência. Deve ser um sítio bom pra uma visita de estudo... mas esta vou dizer à prof de ciências tongue emoticon #muhnac#lisboa #diariohenrique
- Bem, durante o fim-de-semana vai haver mais uma cena brutal em Lisboa: o The Famous Humour Fest. #humor #lisboa

Vejam aqui: <http://www.thefamoushumourfest.pt/>

29 de Setembro

-Colocação da foto de perfil:



- Voltei smile emoticon Bem, já tenho testes marcados até ao fim do ano. A prof de português diz que nos vai dar um tpc importante mas não disse qual... espero que não seja nada de gramática. #diariohenrique #gramáticanão
- Hoje tive a tarde livre smile emoticon Não é todos os dias.

30 de Setembro

- Acho que a maioria das fotos que tenho do Algarve são na praia --' Vou ver se encontro as fotos da viagem a Sagres. #sorrygrandma #algarve
- Por falar em praia, vejam o que encontrei no youtube. #diariohenrique#tartaruga #wtf #praia
<https://www.youtube.com/watch?v=jIfonrUGQtY&list=UU6XMPKIDFleHs7jPwQVgjpw>

01 de Outubro

- Ontem à noite estive a ver as fotos todas e afinal fui visitar vários sítios no Algarve. Lembro-me bem da fortaleza de Sagres. Fomos visitar em honra ao Infante D. Henrique, mesmo que ainda seja longe de Faro. Partilhamos o nome e nascemos os dois na Invicta smile emoticon #diariohenrique #invicta #henriques #algarve #sagres
- Partilha de foto: A minha foto em Sagres smile emoticon #diariohenrique #sagres

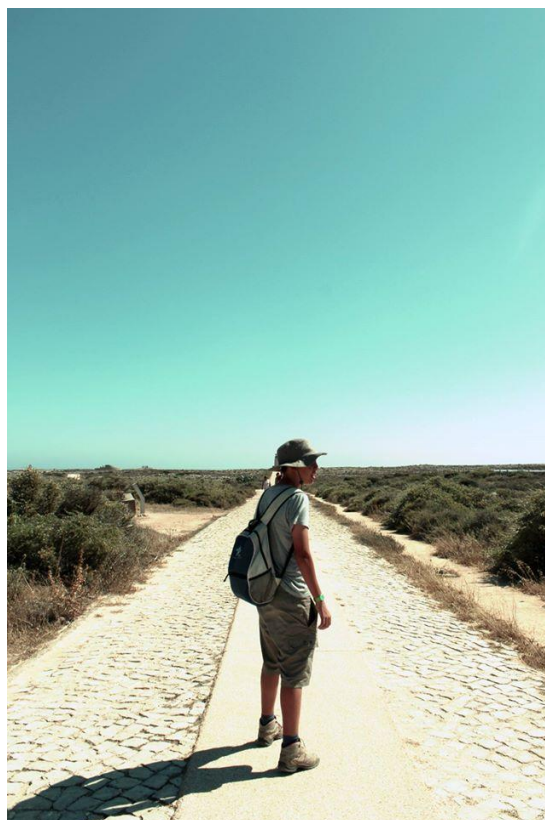


Figura 1. Imagem partilhada do Henrique em Sagres

02 de Outubro

- Portugal era um dos maiores traficantes de escravos (entre o século XVI e XIX)... hum, e ao que parece no Algarve existiu o primeiro mercado. A minha avó chegou a falar sobre isso quando lá foi. [#diariohenrique#algarve](#)
- Sabiam que apesar da escravatura, nós nos misturamos com os escravos e que, no Algarve, especialmente nas igrejas, existem provas disso? A minha mãe viu isso na TV mas não se lembra em que programa. Alguém sabe? [#diariohenrique](#) [#escravatura](#) [#algarve](#)

03 de Outubro

- Falei com a prof de História sobre o programa de tv e ela disse que não conhecia. Vou procurar pela net. [#diariohenrique](#)

06 de Outubro

- Hoje vou ver o programa de tv que a minha mãe me falou... e calha mesmo ser sobre Tomar *gasp emoticon* Que cena brutal. [#diariohenrique](#) [#tomar](#) [#coincidências](#)

07 de Outubro

- Descobri uma cena mesmo estranha. Quer dizer já vi na tv mais que uma vez mas não deixa de ter piada... é a festa dos tabuleiros, em Tomar: <http://www.tabuleiros.org/>. Eu acho que não conseguia andar com aquilo na cabeça. [#festatabuleiros](#) [#tomar](#)

08 de Outubro

- Sabiam que Tomar foi sede da Ordem do Templo e de Cristo. E, claro, o Infante D.Henrique foi muito importante para a cidade? [#diariohenrique#infantehenrique](#)
- E já descobri porque é que o Infante foi importante para Tomar: ele era o governador da Ordem do Templo (dos templários)... Esta Ordem foi muito importante para o impulsionar dos descobrimentos. [#diariohenrique#templarios](#) [#descobrimentos](#) [#tomar](#)

09 de Outubro

- Como estudar cansa um bocado já adiantei a próxima entrada do diário da minha avó para depois partilhar com vocês na segunda [smile emoticon](#)[#diariohenrique](#) [#avomaria](#)
- Como estudar cansa um bocado já adiantei a próxima entrada do diário da minha avó para depois partilhar com vocês na segunda [smile emoticon](#)[#diariohenrique](#) [#avomaria](#)

10 de Outubro

- Pra semana (dia 17) começa uma festa importante em Tomar: a Feira de Santa Iria (que é a padroeira de Tomar). [#tomar](#) [#feirasantairia](#)
- Podem procurar mais cenas sobre a Feira de Santa Iria por aqui:www.cm-tomar.pt
- Segunda é o aniversário do meu tio (não é filho da avó Maria). Por isso não vou ter tempo pra ver o programa com a minha mãe. Até via noutro dia mas tenho andado muito ocupado... [#wiiu](#) [#jogar](#) [#dormir](#)[#escolaconsolaescolaconsola](#)

14 de Outubro

- Se hoje em dia, com tudo o que vemos na TV e na internet, os soldados que vão para a guerra ficam tão mal... imaginem o choque para Adriano de Sousa Lopes, que as ideias que tinha da guerra devia ser de histórias e quadros cheios de heróis e cenas do género... [#diariohenrique](#) [#guerra](#)

15 de Outubro

- Sabiam que a entrada de Portugal na 1ª Guerra Mundial foi uma das razões que mais levou à queda da 1ª República (1910-1926)?[#primeiraguerramundial](#) [#diariohenrique](#) [#primeirarepublica](#)
- Foi o General Gomes da Costa que pôs fim à 1ª República, porque o grande esforço militar que Portugal fez para entrar na 1ª Guerra Mundial trouxe graves dificuldades económicas. A moeda perdeu valor e o nível de vida da população baixou. [#diariohenrique](#) [#primeiraguerramundial](#)[#primeirarepublica](#)

16 de outubro

- Lembram-se de contar que a profª de português gostou da ideia do blog do diário da minha avó? Ela disse que eu devia juntar tudo e fazer um livro [smile emoticon](#) [#avomaria](#) [#diariohenrique](#) [#livro](#) [#português](#)

16 de Outubro

- Esta segunda vou colocar uma entrada sobre um sítio que, por acaso, visitei este ano [smile emoticon](#) Fica no Algarve e é muito conhecido pelo seu Castelo e Poço Cisterna. É um lugar com muitos vestígios de ocupação mulçumana e onde um dos primeiros reis de Portugal esteve... Até tem uma estátua dele à entrada. [#castelo](#) [#algarve](#) [#diariohenrique](#)

17 de Outubro

- Aqui está a foto do rei Tentem adivinhar qual é o rei e onde está esta estátua. [#reiportugal](#) [#diariohenrique](#)



Figura 2. Imagem partilhada de estátua em Silves

20 de Outubro

- Aqui está o link desta semana [smile emoticon](#) É em Silves... [#diariohenrique](#) [#silves#algarve](#) [#castelosilves](#)

21 de Outubro

- Por falar em coisas que a minha avó escreveu. Vocês viram a explicação sobre a origem do nome Algarve? [#diariohenrique](#) [#avomaria](#) [#algarve](#)

22 de Outubro

- Uma foto minha dentro do Poço Cisterna. Não é o dos cães, é outro. Este podemos entrar e descer por umas escadas manhosas até ao nível da água. [#diariohenrique](#) [#poçocisterna](#) [#silves](#) [#algarve](#)

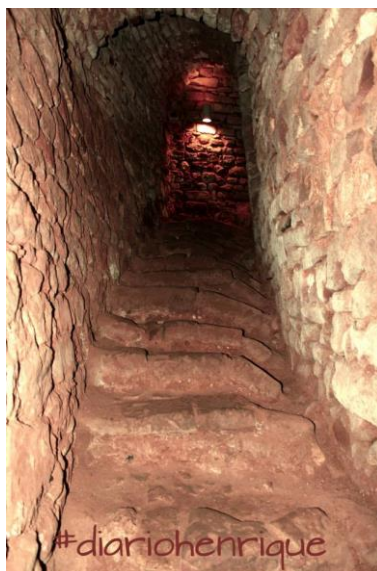


Figura 3. Imagem partilhada do Henrique no poço

23 de Outubro

- contei à profe de português que ia avançar com o livro. Ela disse que me ajudava... o que é que vocês acham da ideia? [#diariohenrique](#) [#livro](#)
- Criação de álbum com as seguintes fotografias :





24 de Outubro

- As entradas no diário andam todas trocadas no blog mas como as folhas estavam soltas dentro do diário eu fui colocando e nem reparei nas datas frown emoticon #sorry #diariohenrique

27 de Outubro

- Aqui está o link sobre o Porto #diariohenrique #avomaria
- Podem visitar aqui o site do Museu Nacional Soares dos Reis <http://www.museusoaresdosreis.pt/> #mnsr #porto #diariohenrique

28 de Outubro

- O palácio foi construído pela família Moraes e Castro. No Palácio tinham também a fábrica. Depois, muitos acontecimentos tiveram lugar aí, por exemplo, estiveram lá alojados tanto os franceses (o general Soult) como ingleses (duque de Wellington) durante as invasões francesas. #mnsr #porto #diariohenrique

29 de Outubro

- D.Manuel II doou o palácio à Misericórdia e depois acaba por ser comprado pelo Estado para aí se instalar o Museu Soares dos Reis smile emoticon #mnsr #porto #diariohenrique

30 de Outubro

- Sabiam que o Henrique Pousão morreu muito novo por causa de tuberculose? [#pousão](#) [#mnsr](#) [#porto](#) [#diariohenrique](#)
- Já viram o auto-retrato do Pousão? Tem um rapaz sentado num banco com um desenho infantil na mão e a rir-se. Atrás dele, num cavalete, está uma tela com um retrato do mesmo rapaz desenhado a carvão, mas numa posição diferente [smile emoticon](#) [#pousão](#) [#mnsr](#) [#porto](#) [#diairohenrique](#)

31 de Outubro

- Para a semana a entrada do diário vai ser num sítio bem diferente (e a minha avó falou em dragões lá pro meio :P) [#diariohenrique](#)

3 de Novembro

- Descobri que estas pinturas eram dos inícios de 1500. Como é que sobreviveram tanto tempo? Pinturas na parede mais de 500 anos e ainda tão perfeitas? [#diariohenrique](#) [#evora](#) [#casaspintadas](#)

4 de Novembro

- Acho que já sei porque é que as pinturas se aguentaram bem [smile emoticon](#) Nos finais do séc.XVI e o séc.XIX aquele sítio esteve completamente esquecido... [#diariohenrique](#) [#evora](#) [#casaspintadas](#)
- Estas pinturas foram encomendadas pelo D.Francisco da Silveira. Já imaginaram no Renascimento eles viverem assim no meio destas pinturas? [#diariohenrique](#) [#evora](#) [#casaspintadas](#)

5 de Novembro

- O TPC de português vai ser escrever um texto narrativo livre... hum Ideias? [#diariohenrique](#) [#tcp](#) [#portugues](#)

6 de Novembro

- Voltei com a minha mãe a casa da minha avó.Finalmente encontrei o mapa [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#avomaria](#)
- Depois coloco aqui o mapa para vocês verem. Acho que só tenho mais uma entrada no diário da minha avó... mas ela tem mais locais assinalados [frown emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#avomaria](#)

7 de Novembro

- Tive uma ideia... vou terminar o sonho da minha avó! Vou aos outros sítios que a minha avó queria ir e escrever sobre eles [grin emoticon](#) O que acham?[#diariohenrique](#) [#avomaria](#)

10 e Novembro

- A nova entrada do diário [smile emoticon](#) [#lisboa](#) [#diariohenrique](#) [#museumarinha](#)[#hospitalsãojosé](#)
- Lembram-se dos apontamentos que falei na sexta? Eu vou colocando-os. Todas as segundas-feiras como sempre [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#avomaria](#)

11 de Novembro

- Visitem [smile emoticon](http://diariohenrique.pt.vc/) <http://diariohenrique.pt.vc/>
- Hoje vou à Biblioteca da FLUP pesquisar sobre os locais que a minha avó queria visitar mas não conseguiu. Vou começar pela Casa de Chá que é aqui mais perto. [#diariohenrique](#)
- Aqui está o mapa da minha avó [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#avomaria](#)



Figura 4. Imagem partilhada do mapa presente no diário da avó do Henrique

12 de Novembro

- Ontem adormeci na Biblioteca [unsure emoticon](#) Sonhei que uma Mega-Ratazana que queria comer o que tinha andado a pesquisar... Podem ir a este site, em “Jogos” cliquem no “Henrique vs Mega-Ratazana” para terem uma ideia do meu sonho [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#)
- Este fim-de-semana vou a Leça da Palmeira, à Casa de Chá do Siza Vieira [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#leçadapalmeira](#) [#sizavieira](#) [#casadechá](#)

13 de Novembro

- Alguém conhece mais algum dos locais que a minha avó assinalou? São os seguintes: Igreja de Almancil (em Loulé), Sinagoga de Tomar, Museu de Ciência da Universidade de Coimbra, Museu Marítimo de Ílhavo e a Sé do Funchal. [#diariohenrique](#)
- Vou tentar ir aos outros locais durante os próximos fins-de-semana. Os meus pais até gostaram da ideia [smile emoticon](#) Mas para além das fotografias (a minha mãe tira) vou tentar fazer um desenho para ilustrar a minha história.
- Se tiverem histórias, textos, desenhos e fotos destes locais enviem por favor. [#diariohenrique](#)

14 de Novembro

- Lembram-se daquele programa que eu falei? O Visita Guiada? Eles durante esta temporada tem falado dos mesmos locais que a minha avó [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#visitaguiada](#)
- Eles vão emitir para a semana um programa sobre a Casa de Chá [gasp emoticon](#)[#visitaguiada](#) [#casadechá](#) [#diariohenrique](#)
- Vou pedir-lhes ajuda para completar o diário da minha avó [smile emoticon](#) Pode ser que partilhem no facebook do programa... [#visitaguiada](#) [#diariohenrique](#)

17 de Novembro

- Amanhã vou partilhar a pintura que fiz da Casa de Chá da Boa Nova. Foi um fim-de-semana mesmo em cheio! [#diariohenrique](#) [#casadecha](#)[#leçadapalmeira](#) [#matosinhos](#)

18 de Novembro

- Eu fiz assim para escrever o texto:
 - 1) Recolhi as informações sobre a Casa de Chá que a minha avó tinha levantado e juntei às informações que encontrei na Biblioteca da FLUP.
 - 2)Escrevi um resumo e seleccionei alguns tópicos
 - 3)No domingo depois do almoço fui com os meus pais até à Casa de Chá e fiz-lhe uma visita guiada pelo local [smile emoticon](#)
 - 4) Tirei fotos e escrevi apontamentos.
 - 5)Cheguei a casa e escrevi o diário [grin emoticon](#)
[#diariohenrique](#) [#casadechá](#) [#leçadapalmeira](#)
- Aqui está a pintura que fiz da Casa De Chá [smile emoticon](#) Espero que gostem



Figura 5. Imagem partilhada no facebook da Casa de Chá

19 de Novembro

- A apresentação do texto correu mesmo bem. A professora gostou do texto (mas podia melhorar ainda)... mas do que ela gostou mesmo foi de tudo o que eu fiz para escrever o texto. Deu-me os parabéns [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#portugues](#)
- Vou continuar a escrever sobre as localizações seguintes. A próxima será em Ílhavo. Vou passar lá o fim-de-semana com os meus pais... já temos tudo planeado para as próximas semanas até ao início de Dezembro... depois só devemos continuar em Janeiro [grin emoticon](#) [#diariohenrique](#)

20 de Novembro

- Se ainda não leram a entrada do diário deviam ler [wink emoticon](#) E depois visitar a Casa de Chá, claro [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#casadechá](#) [#leçadapalmeira](#) [#matosinhos](#)
- Os senhores do restaurante que agora está a ocupar a Casa de Chá foram muito simpáticos e deixaram-me espreitar... quando tiver o meu dinheiro vou querer uma casa assim em sintonia com o mar... parecia que fazia parte da paisagem [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#restauranteboanova](#) [#casadechá](#) [#leçadapalmeira](#) [#matosinhos](#)

21 de Novembro

- Já estou a preparar as coisas pra ir pra Almancil (em Loulé). Vamos partir hoje à noite. Estou a pensar pintar um desenho dos locais em vez de só colocar uma fotografia... [#diariohenrique](#) [#almancil](#) [#loulé](#) [#pintura](#)
- Vamos de autocarro pra Loulé [smile emoticon](#) Não se esqueçam que segunda partilho o diário [grin emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#loulé](#) [#almancil](#)

24 de Novembro-

- Aqui está a nova entrada do diário [smile emoticon](#) (com uma ajuda da minha mãe) [#diariohenrique](#) [#loulé](#) [#almancil](#)
- Pesquisem aqui imagens da Igreja do Almancil [#almancil](#) [#loulé](#) [#diariohenrique](#)

25 de Novembro

- Podem encontrar aqui mais informações sobre o Barroco [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#barroco](#) [#igrejaalmancil](#) [#almancil](#) [#loulé](#)
- Aqui está o desenho que fiz da Igreja de Almancil [smile emoticon](#) Espero que gostem. [#diariohenrique](#) [#pintura](#) [#igrejaalmancil](#) [#loulé](#) [#almancil](#)



Figura 6. Imagem partilhada no facebook da Igreja de Almancil

26 de Novembro

- Sabiam que o autor dos azulejos da Igreja de Almancil, Policarpo Bernardes, é filho de um dos maiores mestre de azulejaria portuguesa, António de Oliveira Bernardes? [#azulejo](#) [#azulejoportuguês](#) [#diariohenrique](#) [#barroco](#) [#igrejaalmancil](#) [#almancil](#) [#loulé](#)
- A técnica do azulejo, se for bem feito e de qualidade, geralmente é muito exigente. Mas a cena mais engraçada é que apesar disso nestes projetos, como na Igreja de Almancil, o mestre nem precisava de ir ao sítio onde iam estar os azulejos. [#azulejo](#) [#azulejoportuguês](#) [#diariohenrique](#) [#barroco](#) [#igrejaalmancil](#) [#almancil](#) [#loulé](#)

27 de Novembro

- A Igreja de Almancil sobreviveu intacta ao terramoto de 1755, é o único edifício de Almancil que sobreviveu ao longo tempos, sendo que os restantes que são conhecidos (por exemplo forte de Farrovilhas) foram destruídos por diversas razões. [#diariohenrique](#) [#barroco](#) [#igrejaalmancil](#) [#almancil](#) [#loulé](#)
- No dia 10 de Agosto muitos fiéis vão até à Igreja de São Lourenço para o dia da festa de São Lourenço. [#diariohenrique](#) [#barroco](#) [#igrejaalmancil](#) [#almancil](#) [#loulé](#)

28 de Novembro

- Amanhã vamos visitar o Museu de Ílhavo. Como é aqui perto vamos só durante o sábado [smile emoticon](#) [#ilhavo](#) [#diariohenrique](#)
- Segunda-feira publico a nova entrada do diário em Ílhavo [smile emoticon](#) Espero que esta viagem corra melhor que as anteriores...[#diariohenrique](#) [#ilhavo](#)

1 de Dezembro

- Aqui está a entrada do diário de hoje [smile emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#ilhavo](#)
- Site do Museu Marítimo de Ílhavo [#diariohenrique](#) [#museumaritimodeilhavo](#) [#ilhavo](#)

2 de Dezembro

- Os locais de pesca falados no Museu que me lembram eram: na Terra Nova e na Gronelândia, na Ria e um pouco por todo o litoral português. [#diariohenrique](#) [#bacalhau](#) [#museumaritimodeilhavo](#) [#ilhavo](#)
- Um desenho que fiz de um bacalhau [smile](#) [emoticon](#) [#bacalhau](#) [#diariohenrique](#) [#museumaritimodeilhavo](#)



Figura 7. Imagem partilhada no facebook dos bacalhaus presentes no Museu de Ílhavo

3 de Dezembro

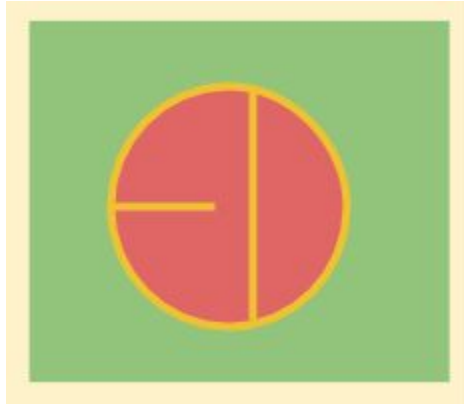
- A primeira vez que a pesca de bacalhau pelos portugueses é referenciada em documentos é em 1353, para um acordo em que os portugueses são autorizados a pescar bacalhau na costa inglesa [#diariohenrique](#) [#pescabacalhau](#)
- A pesca do bacalhau não começou em 1353 mas já é bastante antiga, pelo menos desde o século X [#diariohenrique](#) [#pescabacalhau](#)

4 de Dezembro

- A maioria dos pescadores, mesmo no século XX, era amador e para além de não passar por nenhuma inspeção médica, o que fazia com que sofressem muitas doenças e morressem na viagem. Na 2ª Guerra Mundial tiveram apoio médico por parte dos franceses, e este comprovaram o sofrimento e doença que habitava na maioria das embarcações. [#diariohenrique](#) [#pescabacalhau](#)
- Por causa da grande percentagem de acidentes e doenças foi criado o navio-hospital Gil Eanes. O Gil Eanes está ancorado em Viana do Castelo e funciona como pousada da juventude mas também pode ser visitado [smile](#) [emoticon](#) [#diariohenrique](#) [#gileanes](#)

18 de Dezembro

- Finalmente estou de férias. A viagem pelas maravilhas que a minha avó queria visitar já terminou [frown](#) [emoticon](#) Mas enviem textos sobre as vossas maravilhas para colocar no e-book. Quanto mais contribuições mais completo ele fica!!! Visitem este site [diariohenrique.pt.vc](#) para saberem mais pormenores



DIÁRIO DO HENRIQUE

O Diário completo e muito mais...

Maria Meireles

O QUE É O DIÁRIO DO HENRIQUE?

O projecto transmedia "Diário do Henrique" aborda a história de Henrique, um rapaz de 13 anos, que utiliza as redes sociais para pedir ajuda de modo a completar um desejo da sua avó antes de morrer: escrever um diário sobre as diversas maravilhas de Portugal.

Podes explorar esta história através de diferentes plataformas: este website, o facebook do Henrique, o blog "Diário de Viagens a Portugal", os jogos do Henrique e o e-book "Diário do Henrique".

O "Diário do Henrique" está associado ao programa de tv "Visita Guiada", onde podes explorar e saber mais sobre os locais que a avó e o Henrique visitam.

O QUE É O VISITA GUIADA?

"Visita Guiada" é um programa de televisão e de rádio sobre os tesouros do património cultural portugueses.

Tesouros com reconhecido valor universal - peças que qualquer país ocidental se orgulharia de integrar no seu património e pouco conhecidos dos portugueses.

De um cálice de prata com decoração moçárabe e mil anos de idade a um claustro que está referenciado como obra-prima do renascentismo europeu, passando por uma coleção de arte africana classificada como uma das melhores do mundo, a natureza dos objetos, o seu contexto geográfico e o seu tempo histórico variam de episódio para episódio.

QUERES SABER MAIS?

Visita o website diariohenrique.pt/vc para saber quais as plataformas existentes para tu explorares, desde jogos, facebook, blog...

HISTÓRIA

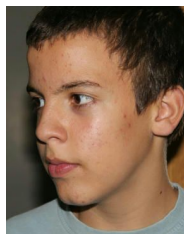
Um rapaz de 13 anos, Henrique, decide criar um diário baseado num diário de viagens a Portugal que descobriu na casa da sua falecida avó. Ele procura pistas e publica partes do diário no facebook mas falta-lhe o mapa da avó e alguns dados. Um dia tem como trabalho de casa escrever uma história sobre alguém da sua família. O rapaz escolhe a sua falecida avó. Henrique vai à procura de algo mais na casa dos avós e descobre o mapa e o que lhe faltava. Henrique decide seguir o mapa para completar o diário. Mas sozinho não tem forma de visitar os locais e pede ajuda a quem possa encontrar as páginas perdidas do diário da avó.

PERSONAGENS



Avó Maria

Maria trabalhou desde pequena e nunca conseguiu realizar o seu sonho: criar um diário de maravilhas a Portugal. Desde que o neto Henrique nasceu que ela lhe contava histórias sobre a História de Portugal. Viúva e reformada decide finalmente seguir o seu sonho... mas morreu antes de o conseguir concretizar.



Henrique Magalhães

Henrique é um rapaz de 13 anos que vive no Porto. Adora jogar futebol e jogos no computador e consolas. Desde pequeno que gosta de História por causa das histórias que a avó lhe contava. Quando ela morreu descobriu o diário que a avó tinha começado. Henrique decide completa-lo.

DIÁRIO DE VIAGENS A PORTUGAL: AS VIAGENS DA AVÓ

DIÁRIO DE VIAGENS A PORTUGAL - EXPLICAÇÃO

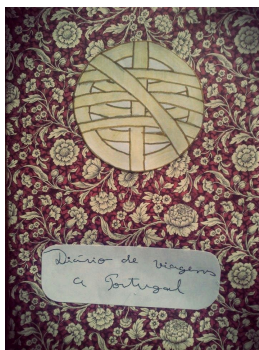
Mesmo no final das aulas aconteceu uma coisa muito má. A minha única avó faleceu. A minha mãe teve que tirar as coisas da casa onde vivia e fui com ela. Descobri no quarto o seu diário de viagens mas ainda não consegui encontrar os apontamentos e fotos. Nem o mapa que lhe ofereci.

Ela criou-me, no meio dos seus livros e das suas histórias. Especialmente histórias sobre a História de Portugal, sobre cavaleiros, princesas, monstros do mar, poetas e pintores. O único sonho dela era conhecer o lugar e as obras que marcaram todas estas histórias. Mas ela não podia sair pra lado nenhum, por causa do meu avô. Quando ele morreu ela começou a planear uma grande viagem por Portugal. Queria escrever um diário das suas viagens, mas nunca o conseguiu completar...

Se eu não o visse aposto que ia parar ao lixo...

Henrique Magalhães

FOTO DO DIÁRIO DA MINHA AVÓ



O Henrique reuniu os excertos do diário da avó o “Diário de Viagens a Portugal” e publicou-os num blog dedicado à avó. Aqui estão as entradas por ordem cronológica de publicação e as imagens que as acompanham, mas primeiro a introdução que ele iniciava o diário.

INTRODUÇÃO DO DIÁRIO DA MINHA AVÓ

"Diário de Viagens a Portugal

Sempre adorei História, em especial a História do meu país, quando era mais nova queria até ser professora e partilhar o meu conhecimento com as novas gerações e aprender algo com eles.

Mas a vida foi dura. Fui forçada a deixar a escola muito nova para trabalhar com a minha mãe numa fábrica. Comprava os meus livrinhos, mas tenho que admitir que grande parte da minha leitura a fazia na biblioteca (ia sempre a pé até lá nos fins de semana) ou enquanto desfolhava os livros na livraria. Ninguém se importava que ficasse lá a ler, mesmo sabendo que não ia comprar nenhum livro.

A determinada altura casei e fui viver para Matosinhos, para uma pequena casinha. Não tinha tempo para ir à livraria ou à biblioteca, muito menos para me tornar professora.

Então criei outros sonhos: viajar por Portugal com a minha família. Mas a vida pregou-me outra partida. O meu marido ficou aleijado e para sempre condenado a viver acamado, sem andar e quase sem se mexer. Nunca o deixei, como poderia deixar o meu amor assim?

Os meus sonhos perderam-se mas a minha sede de conhecimento nunca termina. Os meus filhos e o meu neto trouxeram-me de volta o desejo de ensinar e de conhecer mais da História do meu país. Sentados na cama, junto ao meu querido marido, contava-lhes todas as histórias e aventuras que sabia, mostrava-lhes livros e lia-lhes poemas.

Então um dia, já muito doente, a terminar as suas forças, o meu marido fez-me prometer que quando ele morresse eu partiria à descoberta de tudo o que tinha deixado para trás por ele.

Era a única coisa que queria, que fosse feliz como recompensa por todo o amor e dedicação que lhe dei a vida toda.

Eu prometi-lhe, e quando ele morreu... parti."

COIMBRA - MUSEU NACIONAL DE MACHADO E CASTRO

"19 de Setembro 2013. Coimbra.

Cidade situada no centro do país, banhada pelo rio Mondego e mais conhecida pela sua Universidade e tradição académica. Já foi capital do nosso país e é das cidades mais antigas da Europa.

Como passei a manhã em Conimbriga, a visitar as ruínas romanas, de tarde não consegui visitar metade do que queria. Mas valeu pelo notável trabalho arqueológico e pela quantidade e qualidade das ruínas.

Visitei a Universidade (dediquei especial atenção à Biblioteca Joanina da Universidade), a Sé Velha, e ao Museu Nacional de Machado e Castro. Aqui fiquei parada durante minutos a observar a magnífica obra de Filipe Houdart, escultor francês do século XVI que foi chamado a Portugal juntamente com outros escultores da sua época. Ele esculpiu esta "Última Ceia" entre 1530-1534, que foi colocada em exposição depois do seu restauro em 2012.

A expressividade de cada indivíduo e a forma realista como retratou cada um mas mesmo assim conseguiu uni-los numa obra só, de forma tão dramática e coesa, tenho que concordar que é uma das melhores esculturas maneiristas portuguesas, e umas das obras pioneiras do maneirismo na Europa. As esculturas foram moldadas em barro cozido e, tal como o nome indica, representam a Última Ceia, com Cristo e os seus apóstolos."

Avó Maria



"Última Ceia", de Houdart

LISBOA - PALÁCIO FRONTEIRA

"03 de Outubro de 2013. Lisboa

Lisboa... a capital do nosso país, banhada pelo Tejo. A musa de tantos fadistas, músicos, poetas, escritores, pintores, enfim... Tanto que podia ser dito sobre esta cidade.

Como vim aqui só de passagem visitei pouca coisa. Comecei pelo clássico dos turistas: Torre de Belém, Mosteiro dos Jerónimos, o Padrão dos Descobrimentos, o Museu da Marinha e o Planetário Calouste Gulbenkian. Fica tudo perto por isso tive que aproveitar.

Levei merenda para hoje. Almocei perto do Jardim da Praça do Império mas a meio do almoço encontrei uma antiga colega minha da fábrica de têxteis que se mudou para cá quando a fábrica fechou. Ela mora perto do Palácio Fronteira. Praticamente arrastou-me até lá.

Eu já o conhecia como uma exemplar de barroco e também pelos seus jardins. No final ofereceu-me um pastel de belém e convidou-me para à noite ir jantar a uma tasca e ouvir Fado. Claro que aceitei. Tenho que pensar em fazer uma nova visita a Lisboa... ainda me falta tanto para ver. Nota: Ver outros exemplares de Barroco como o Convento de Mafra."

Avó Maria



Palácio Fronteira

FARO - CENTRO HISTÓRICO

"06 de Outubro de 2013. Faro

De Lisboa parti para Faro, a capital do Algarve.

Já toda a gente esteve no Algarve e me falou das incríveis praias. Decidi vir antes nesta altura do ano porque, para além de ser mais barato e estar mais vazio, não vim aqui para me bronzear. Mas não recusei um banho no mar deste Algarve, onde o Mediterrâneo acaba e o Atlântico começa.

Vou começar por procurar bolos de amêndoas para comer, um doce típico desta região, e arranjar umas alfarrobas e figos para levar para o meu neto. Depois concentro-me no Centro Histórico de Faro.

É incrível como as pessoas passam anos e anos férias nesta região e nem se dão ao trabalho de conhecer a riqueza histórica e cultural, nem que seja só deste Centro Histórico. As influências da história até na gastronomia da região.

Quando andava a pesquisar fiquei bastante interessada na iconografia religiosa de Faro e sua ligação com a escravatura. A minha filha já cá esteve e falou-me de quatro igrejas essenciais mesmo no Centro Histórico. Vai ser por elas que vou começar."

Avó Maria

Fotos tiradas pela avó:



TOMAR - CONVENTO DE CRISTO

"21 de Outubro de 2013. Tomar.

Aproveitei esta semana para ver a Feira de Santa Iria aqui em Tomar.

Tomar pertence ao distrito de Santarém. O rio que atravessa a cidade é o Rio Nabão que é afluente do Rio Zêzere. Vim aqui visitar o Castelo de Tomar e o Convento de Cristo. E claro, espero ter tempo para mais.

No Convento de Cristo estou ansiosa para ver a Janela da Sala do Capítulo, mais conhecida por Janela Manuelina. Foi construída por Diogo Arruda (entre 1510 e 1513). É dos melhores exemplares de arte manuelina, que se chama manuelina por ter sido desenvolvida no reinado de D.Manuel I e inspirava-se principalmente na época dos descobrimentos portugueses. Aliás na capa do meu diário tenho um dos símbolos mais utilizados por esta corrente: a esfera armilar.

Estou a escrever no autocarro e ao meu lado vem um rapaz, que estuda arquitetura, que a saber do objectivo da minha viagem me decidiu contar o que sabia sobre o termo charola. (sempre interessantes os temas de conversa com estranhos)

É um termo arquitetónico (que também se pode dizer deambulatório) que normalmente se aplica a uma passagem que circula uma área central.

No caso de Tomar com objectivo religioso, visto que faz parte do obra dos templários (que inclui o castelo)."

Avó Maria

Fotos tiradas pela avó:



LISBOA- MUSEU MILITAR

"04 de Outubro de 2013. Lisboa

Hoje partirei para Faro, mas fiquei a noite passada em Lisboa a convite da minha colega. Estou agora à espera do autocarro de partida para Faro. Decidi escrever visto que fiquei a pensar no Museu Militar em especial no pintor Adriano de Sousa Lopes.

Durante a 1ª Guerra Mundial, na qual Portugal participou ao lado dos Aliados, as grandes potências levavam artistas para os campos de guerra para que, quando voltassem, pintassem o que lá viveram para a população ver.

Portugal não fazia isso mas Sousa Lopes partiu para a guerra na mesma, queria criar uma obra que enaltecasse os militares portugueses.

Quando voltou a sua visão não era a mesma, como acontecia aos restantes artistas (e a todos os homens). Deu bem para sentir isso ao ver as sete pinturas que estão na sala da Grande Guerra, no Museu Militar."

Avó Maria

Fotos tiradas pela avó:



SILVES - CASTELO DE SILVES

"07 de Outubro de 2013. Silves

Aproveitei que estava em Faro e vim passar o dia em Silves, que faz parte do distrito de Faro.

A minha primeira visita foi ao Castelo de Silves, tão belo de um vermelho tijolo (de arenito), gasto pelo tempo. Este castelo é um dos melhores exemplares de arquitetura militar islâmica em Portugal.

A palavra Algarve vem de Al Gharb, que significa Ocidente em árabe. Este Al Gharb, antes de ser conquistado e reconquistado pelos cristãos, pertencia ao Al Andalus, o nome que os conquistadores islâmicos davam à península Ibérica. O Algarve era então conhecido pelo Al Gharb do Al Andalus, isto é o Ocidente da zona da península Ibérica que os povos islâmicos conquistaram.

E este castelo de Silves é um dos grandes exemplares desse tempo, assim como o Poço Cisterna, que ainda se pode descer até ao nível da água para visitar (e vale mesmo a pena).

Nota: Uma das cisterna no castelo chama-se "Cisterna dos Cães"... nem vale a pena dizer porque."

Avó Maria

Fotos tiradas pela avó:



MUSEU SOARES DOS REIS: HENRIQUE POUSÃO

"10 de Outubro de 2013. Porto

Porto, banhado pelo Rio Douro, mesmo junto à minha cidade Matosinhos, a terra da Francesinha, das sete pontes, das Tripas à Moda do Porto, dos Clérigos, das Caves de Vinho do Porto, do Bolhão, da Sé, da Ribeira, do Castelo do Queijo e de tantos outros monumentos, sítios e iguarias.

Conheço bem esta cidade, o único sítio que podia visitar em tardes livres. A cidade onde a minha filha escolheu para viver e onde o meu neto nasceu.

Hoje decidi passar pelo Museu Soares dos Reis, situado no Palácio das Carrancas. Já muitos reis passaram por aqui, ficam por cá os seus retratos e muitas outras obras que compõe este museu.

Um dos artistas que mais me chama a atenção por aqui é o Henrique Pousão. Um artista que só viveu 25 anos (de 1859 até 1884) mas que deixou uma obra inovadora e onde se podem ver influências internacionais da época. Aqui no Museu tem muitas das suas obras naturalistas. Se tivesse que seleccionar uma obra escolheria o "Auto-Retrato", uma obra enigmática e cheia de subtilidades tão bem trabalhadas e que lhe dão uma profundidade incrível.

Hoje fico-me pelo Pousão que daqui a pouco vou buscar o Henrique à escola."

Avó Maria

Fotos tiradas no Museu Nacional Soares dos Reis:



ÉVORA - CASAS PINTADAS

"01 de Dezembro de 2013. Évora

Évora, pertence ao Alentejo. Um bom sítio para visitar e relaxar.

A vista da planície alentejana era tranquilizante. Ao olhar para ela via a linha do horizonte num dia calmo na praia. De repente, uma oliveira cortou a linha e senti então o cheiro a terra que enchia o ar, não o cheiro a mar que eu teimava em recordar.

Nesse dia fui à Igreja de São Francisco, á Capela dos Ossos, às Termas Romanas, vi o Templo Romano, também conhecido por Templo de Diana. Enquanto procurava pelas minhas notas percebi que deixei tudo em casa. O diário, o mapa, anotações, caneta, tudo. Resolvi perguntar por informações turísticas para me aconselharem algo a visitar, sabia umas coisas de cabeça, mas sem mapas não ia a lado nenhum. Aconselharam-me a visitar o Fórum da Fundação Eugénio de Almeida.

Tenho que trazer o Henrique aqui, ele ia adorar o dragão de quatro cabeças (sim, quatro cabeças) e a cuspir fogo que vi nas pinturas murais das Casas Pintadas (do século XVI)... mas nem máquina fotográfica tinha para tirar uma foto. Gentilmente um senhor emprestou-me a câmara dele para tirar fotos. Depois vai enviar ao meu neto pela internet."

Avó Maria

Fotos tiradas em Évora:



DIÁRIO DE VIAGENS A PORTUGAL: AS VIAGENS DO HENRIQUE

A avó faleceu antes de conseguir concluir o seu Diário. Seguindo o mapa da avó o Henrique viajou até às restantes localizações e escreveu a sua própria história.



Mapa que o Henrique encontrou junto com o Diário.

MATOSINHOS- CASA DE CHÁ

“16 de Novembro de 2914

Hoje acordei cedo de mais. Sabia que só ia partir na minha visita de tarde mas estava demasiado ansioso. Levantei-me, vesti-me e tomei o pequeno-almoço a correr. Não queria perder tempo nenhum. Tinha que rever e juntar tudo o que tinha consigo sobre a Casa de Chá para a visitar com os meus pais. Sei que este nervosismo parece estranho... vou fazer algo tão simples, é só uma visita guiada.

Mas a verdade é que estou nervoso pela minha avó, quero que ela se orgulhe de mim, quero que ela saiba que vou homenagear o trabalho dela com todo o amor e com o rigor que ela tanto defendia. E isso é difícil, é um grande peso para mim.

Os meus pais ainda dormiam por isso procurei fazer pouco barulho. A julgar pelo tempo que eles demoraram a descer acho que não consegui fazer silêncio suficiente.

Eu acabei de preparar tudo, peguei na máquina fotográfica e coloquei tudo na minha mochila. Já toda equipada para uma tarde de aventura.

Depois do almoço lá fomos nós. A meio do caminho começou a chover torrencialmente. Mas depois parou. Quando estávamos a chegar a Leça da Palmeira voltou a chover com força. A rua onde estávamos começou a encher-se de água e a minha mãe teve que dar a volta atrás com o carro. Mesmo não sabendo bem o caminho e demorando o dobro do tempo (ficamos um bocadito perdidos) finalmente chegámos lá. Tão perto do mar.

O mar estava turbulento e as nuvens que o cobriam pareciam as nuvens mais negras que tinha visto, mas a chuva já tinha parado. Decidimos então ir a pé da praia de Leça, ver o Farol e a Capela da Boa Nova.

O Farol tem um museu com coisas relacionadas com o tema mas só está aberto à quarta infelizmente. Este farol foi construído em 1926 e ainda hoje serve para ajudar a navegação. Está situado a norte foz do rio Leça e mesmo perto do Porto de Leixões, o segundo maior porto artificial de Portugal.

A capela é um pouco mais antiga. Existem registos que dizem que existe desde 1369, os frades franciscanos se instalaram aí a partir do século XIV e passado um século saíram de lá. Existia aí um convento mas aos poucos foi sendo destruído e só sobrou o que conhecemos hoje. A Casa de Chá é bastante mais recente. Actualmente existe lá um restaurante de luxo. Aqui está um desenho que fiz dela:



A Casa de Chá de Siza Vieira foi o primeiro edifício do século XX a ser classificado monumento nacional. O arquiteto é o Álvaro Siza Vieira, nascido em Matosinhos, e só tinha 25 anos quando ainda ninguém sabia no grande e premiado arquiteto que Siza Vieira se iria tornar.

A Casa foi construída entre as rochas, junto ao mar. Parece que faz parte da paisagem, e até dentro do edifício parece que se prolonga para o mar... parece que é uma rocha com vista para o mar, mas cheia de luz.

Não muito longe daqui é a Piscina das Marés, também uma obra do Siza Vieira. Como começou a chover fomos até lá de carro e vi apenas de longe... mas lembrei-me que já tinha estado naquela piscina no verão do ano passado.

Antes de irmos embora comemos um gelado e comprámos língua da sogra, uma espécie de doce. O sabor é parecido com a bolacha dos gelados de cone, mas melhor.

Agora estou em casa a escrever este texto e a pensar se conseguirei seguir o sonho da minha avó sem o destruir. Hoje correu bem, é verdade, mas os fins-de-semana que aí vem são em locais mais distantes e que não conheço bem... vão exigir muito mais de mim.

Mas onde quer que a minha avó esteja espero que esteja orgulhosa do meu trabalho. Espero que saiba que o sonho dela não morreu com ela, mas vai viver sempre comigo.”

Henrique Magalhães

Fotos da Casa de Chá:



ALMANCIL - IGREJA DE SÃO LOURENÇO

"23 de Novembro de 2014

Chegámos muito tarde a Loulé na sexta-feira passada. Perdemos o autocarro e tivemos que vir de carro. Foi uma viagem muito cansativa, especialmente para a minha mãe que vinha a guiar.

Como já tínhamos o quarto marcado no hotel em Loulé, chegamos e fomos logo dormir.

Acordamos um pouco tarde de manhã e fomos passear por Loulé.

Loulé é um local muito antigo, é certo que o homem esteve aqui presente no Paleolítico Antigo, na época dos romanos, mulçumanos, até pertencer a Portugal (D. Afonso III conquistou Loulé aos Mouros).

Esta região sempre foi próspera, por exemplo na altura dos romanos desenvolveu-se a indústria conserveira, agricultura e exploração mineira (cobre e ferro). Os mulçumanos fizeram desenvolver ainda mais a cidade e a sua base história parte desta altura.

Depois dos Descobrimentos até hoje, passando por vários sectores de actividade e beneficiando de boa localização e recursos naturais ricos e diversos, Loulé cresceu e prosperou.

Visitei vários locais: o Castelo de Loulé, a Igreja Matriz, o monumento a Duarte Pacheco, o mercado... e a praia, claro.

No Domingo fui a Al Mancil.

Não é propriamente um sítio grande ou com alguma coisa de diferente ou especial. Aliás a Igreja de São Lourenço até se encontra fora da vila. Podem ver este desenho que fiz da Igreja:



Quando o meu pai a viu não percebeu porque fizemos aquela distância para a ver. É uma igreja branca como tantas outras.

Mas esta igreja é uma obra prima do Barroco, não pela sua arquitectura, mas por causa do tesouro universal de azulejaria que se encontra lá dentro.

Aliás quando foi mandada construir a ideia não era ser um templo grandioso mas sim um local reconhecido e belo pelo seu pormenor e decoração.

Quando a Igreja de Almancil foi mandada construir (século XVIII), Portugal estava na fase final do período dos Grandes Mestres da Azulejaria portuguesa. No caso da Igreja de São Lourenço de Almancil, o autor foi Policarpo Bernardes.

O interior é espectacular. Para além dos azulejos para que o altar foi banhado a ouro. Nunca do exterior íamos perceber a riqueza que tem lá dentro.

Tive pena de não estar bom tempo para passarmos mais tempo na praia, mas valeu a pena. A minha avó sabia escolher, ela percebia que a Arte portuguesa não se fez com grandes obras mas com obras singulares, preciosas pela sua especificidade.”

Henrique Magalhães e Joana Henriques

Fotos da Igreja de São Lourenço de Almancil:



ÍLHAVO - MUSEU DE ÍLHAVO

"30 de Novembro de 2014

Hoje voltámos a casa de Ílhavo. Como é perto fomos Sábado de manhã para Aveiro. É uma cidade mesmo bonita, desde a Catedral de Aveiro ao Mosteiro de Jesus. Mas o mais particular é o que mais gostei foi de andar nos barcos Moliceiros num dos canais da Ria de Aveiro.

Jantamos por Aveiro e ficamos por lá num hotel. Domingo de manhã acordamos cedo para aproveitar o dia. Mas estávamos todos um pouco mal dispostos. Por culpa minha acho eu. Na sexta como não tive aulas de tarde aproveitei e preparei umas coisas para almoçar no dia seguinte, para compensar os meus pais pelo dinheiro que estão a gastar. A minha mãe quis ajudar mas não eu queria ajuda. Não foi lá muito boa ideia.

A fazer fronteira com o município de Aveiro está Ílhavo. Daqui partiram a maioria dos capitães de navios bacalhoeiros, especialmente de longo curso. O bacalhau muito amado por todos os portugueses e que estes homens partiam para pescar numa actividade considerada uma lenda... por causa de todos os riscos que esta aventura da pesca trazia... riscos e tristeza.

Aqui está um desenho de um bacalhau:



Para celebrar a ligação de Ílhavo à pesca do bacalhau existe o Museu de Ílhavo. Lá está, por exemplo, uma réplica em tamanho real de um navio bacalhoeiro dos anos 20 do séc.XX. Mais o que mais gostei de ver foi as dezenas de bacalhaus vivos que tem no Museu, todos dentro de um aquário que recria o seu habitat natural.

A coragem dos que partiam e a dor dos que por cá ficavam é bem sentida quando começamos a ouvir as histórias e a ver os objetos que habitavam o seu dia-a-dia e a sua actividade. Vale mesmo a pena visitar este Museu.”

Henrique Magalhães

Fotos tiradas no Museu de Ílhavo:



FIM

Todas as fotografias foram cedidas pelo programa “Visita Guiada” à exceção das fotografias da personagem que pertencem a Maria Meireles