

Exercícios mentais:

narrativas transmídia e estruturas complexas

Vicente Gosciola e
André Sens (Orgs.)



Exercícios mentais: narrativas transmídia e estruturas complexas

Vicente Gosciola
André Sens
Organizadores



Ria Editorial - Comité Científico

Abel Suing (UTPL, Equador)
Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)
Andrea Versuti (UnB, Brasil)
Angelo Sottovia Aranha (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)
Carlos Arcila (Universidad de Salamanca, Espanha)
Catalina Mier (UTPL, Equador)
Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Diana Rivera (UTPL, Equador)
Fatima Martínez (Universidad do Rosário, Colômbia)
Fernando Ramos (Universidade de Aveiro, Portugal)
Fernando Gutierrez (ITESM, México)
Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)
Gabriela Coronel (UTPL, Equador)
Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Brasil)
Hernán Yaguana (UTPL, Equador)
Jenny Yaguache (UTPL, Equador)
Jerónimo Rivera (Universidad La Sabana, Colombia)
Jesús Flores Vivar (Universidad Complutense de Madrid, Espanha)
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)
John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)
Joseph Straubhaar (Universidade do Texas – Austin, Estados Unidos)
Juliana Colussi (Universidad do Rosario, Colombia)
Koldo Meso (Universidad del País Vasco, Espanha)
Lorenzo Vilches (Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha)
Lionel Brossi (Universidad de Chile, Chile)
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Maria Eugenia Porém (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Marcelo Martínez (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)
Mauro Ventura (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Octavio Islas (Pontificia Universidad Católica, Equador)
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)
Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)
Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil)
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil)
Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo – USP, Brasil)
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, Brasil)
Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

Exercícios mentais: narrativas transmídia e estruturas complexas. Vicente Gosciola & André Sens (Orgs.). - 1ª edição - Aveiro: Ria Editorial, 2020.

335 p.

Livro digital, PDF.

Arquivo Digital: download e online
Modo de acesso: www.riaeditorial.com
ISBN 978-989-8971-35-7

1. Comunicação. 2. Narrativa Transmídia. 3. Estruturas Complexas.
I. Gosciola, Vicente. II. Sens, André. III. Título.

Copyright das imagens pertencem aos seus respectivos autores.

© Design e Foto de Capa: Denis Renó

Diagramação: Luciana Renó

© Ria Editorial
Aveiro, Portugal
riaeditora@gmail.com
<http://www.riaeditorial.com>

Licença:
: Atribuição - Não Comercial - Sem Obras Derivadas 4.0 Internacional



: Você é livre para:
- copiar, distribuir, exhibir, e executar a obra
Baixo as seguintes condições:
- Atribuição. Você deve atribuir a obra na forma especificada pelo autor ou o licenciante.
- Não Comercial. Você não pode usar esta obra com fins comerciais.
- Sem Obras Derivadas. Você não pode alterar, transformar ou criar sobre

esta obra.

<https://creativecommons.org/licenses/?lang=pt>



ESSA OBRA FOI AVALIADA INTERNAMENTE E EXTERNAMENTE POR PARECERISTAS

Todos os textos foram avaliados e seleccionados pelos organizadores da obra. Os comentários dos organizadores foram enviados aos autores, que, mediante a aprovação, receberam tempo hábil para eventuais correcções.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pela avaliador externo Dr. Danilo Bressan que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma: “Pesquisei há mais de quinze anos sobre estruturas complexas, desde narrativas hipertextuais às narrativas transmídia, tendo, inclusive, organizado algumas obras sobre esses temas. Porém, observo, neste livro, um impecável papel de avaliação e seleção de textos por parte dos organizadores Vicente Gosciola e André Sens. De igual maneira, reconheço valor científico nos procedimentos, pois todo o conteúdo foi avaliado por pares cegos, impedidos de se autoavaliarem. Diante disso, e considerando a qualidade impecável do conteúdo apresentado, recomendo a publicação do livro “Exercícios mentais: narrativas transmídia e narrativas complexas”. O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Autores

Andressa Zoi Nathanailidis

Carla Luzia de Abreu

Chantal Arduini Amaya

Diego Fabián Avendaño Ramírez

Glaucia Davino

Helena Gusson Demarchi

Ingrid Schmidt

Laura Sanábio Freesz Rezende

Liliane de Lucena Ito

Lizandro Angulo Rincón

Luis Felipe de A. Custódio

Ma. Celeste Marrocco

Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho

Melisa Busaniche

Otniel López Altamirano

Paula Maria Lima Galama

Vicente Gosciola

Wendy Montes Ponce

Yeison Camilo Conde González

Sumário

Prefácio	11
----------------	----

PARTE 1 - COMPLEXIDADE

A semiótica de Peirce na compreensão da comunicação transmídia durante a pandemia.....	15
---	----

Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho

Samba em confinamento: um olhar intersemiótico sobre a narrativa dos videoclipes em tempos de globalização, pandemia e outras crises.....	35
---	----

Andressa Zoi Nathanailidis

Paula Maria Lima Galama

Cultura visual e <i>fake news</i> : realidades sugeridas	59
--	----

Carla Luzia de Abreu

Reportagens em quadrinhos na web: as narrativas hipermidiáticas do site quatro marias	77
--	----

Laura Sanábio Freesz Rezende

PARTE 2 - TRANSMIDIALIDADES

Skam: análise das narrativas transmídia em nove países que criaram e recriaram a série.....	100
--	-----

Helena Gusson Demarchi

Vicente Gosciola

Análisis de las estructuras narrativas de la propuesta transmedial Malvinas30.....	122
<i>Ma. Celeste Marrocco</i>	

Projetar transmídia: experimentação de articulações de conteúdos, num trabalho experimental no laboratório de humanidades digitais.....	151
<i>Glauca Davino</i>	

Análisis crítico de la producción transmedia “Mujeres en venta” desde una perspectiva social y comunitaria.....	168
<i>Lizandro Angulo Rincón</i>	

<i>Love, victor</i> : transmídia, <i>crossmedia</i> ou o quê?.....	196
<i>Luis Felipe de A. Custódio</i>	
<i>Vicente Gosciola</i>	

Ficción transmedia en Argentina. Análisis del canon de la serie <i>Go: vive a tu manera</i>	213
<i>Chantal Arduini Amaya</i>	

De historia, patrimonio y narrativa transmedia.....	229
<i>Melisa Busaniche</i>	

PARTE 3 - HIBRIDISMOS

Modelo de formación y producción transmedia para la radio y la televisión comunitaria del departamento del Tolima (Colombia).....	243
<i>Diego Fabián Avendaño Ramírez</i>	
<i>Yeison Camilo Conde González</i>	

Jornalismo transmídia em reportagens hipermídia: distribuição, interação e expansão de conteúdo.....	266
<i>Liliane de Lucena Ito</i>	
Narrativa transmídia em desenhos animados: de <i>Gravity Falls</i> a <i>A Casa da Coruja</i>	288
<i>Vicente Gosciola</i>	
<i>Ingrid Schmidt</i>	
Transmediacilina: combate sintomas de pandemia.....	313
<i>Otniel López Altamirano</i>	
<i>Wendy Montes Ponce</i>	
<i>Índice Remissivo</i>	332

**Exercícios mentais:
narrativas transmídia e
estruturas complexas**

PREFÁCIO

Publicar uma obra em 2020 é um atestado de superação. Afinal, a humanidade viveu a maior crise sanitária do século com a pandemia do novo Coronavírus. A estagnação e as incertezas tomaram conta de nossas vidas. Nossas atividades profissionais sofreram uma convulsão operacional. Economias afundaram desde fevereiro. Apesar de todos esses problemas, nada supera a pior das situações: na data desta publicação, o número de vítimas fatais confirmadas superou a marca de 1,5 milhão de seres humanos.

Apesar de toda essa crise histórica, a ciência seguiu com a sua força, independente da área do saber. Pesquisadoras e pesquisadores continuaram produzindo conhecimento, e algumas dessas pessoas encontraram na ciência uma válvula de escape. Com isso, tornou-se possível preparar essa obra, que reúne pesquisadores **de diversos países** em torno de temas fundamentais para observar a sociedade pré-pandemia, compreender o mundo em meio à pandemia e pensar em um futuro depois da COVID-19. Um cenário onde novos valores estão sendo construídos e/ou recuperados, rotinas estão sendo reformuladas e a ecologia dos meios ganhou uma reestruturação.

Diante disso, apresentamos o livro ***Exercícios mentais: narrativas transmídia e estruturas complexas***, organizado pelos brasileiros Vicente Gosciola e André Sens e que resulta do 3º Congresso Internacional *Media Ecology and Image Studies* – MEISTUDIES. Os textos aqui reunidos foram avaliados às cegas para o congresso. Em seguida, foram apresentados no evento, em uma versão original. Em seguida, foram

todos reavaliados e, quando necessário, ajustados, para participarem no livro. Além disso, a versão final do livro foi também avaliada por um parecerista externo, que apresentou decisão favorável para a publicação da obra como é oferecida neste arquivo.

Ressaltamos, nesta apresentação, a importância da junção de três instituições para concretizar o livro que apresentamos: o MEISTUDIES, criado em abril de 2018 e consolida um projeto de disseminação do conhecimento científico de forma livre, aberta e democrática através de cinco edições repartidas entre o congresso internacional e o congresso ibero-americano, a editora luso-brasileira Ria Editorial, que desde a primeira edição apostou no nosso projeto através da publicação dos textos selecionados em formato de e-book, a Universidade Técnica Particular de Loja – UTPL, do Equador, que desde 2019 apoia formalmente o evento, fortalecendo ainda mais a disseminação do conhecimento. Também agradecemos ao apoio de diversas instituições, redes e programas de pós-graduação que apoiaram o evento e, obviamente, são coautoras deste livro. Entretanto, essa obra só obteve êxito graças às autoras e aos autores, que destinaram parte de seu precioso, e em muitos casos sofrido, tempo de 2020 para a construção de um mundo melhor, onde a ciência é protagonista. Para elas e eles, os nossos mais sinceros aplausos.

Na condição de diretores acadêmicos do MEISTUDIES, dedicamos essa obra em memória das vidas, das esperanças e das estruturas perdidas durante a pandemia, e desejamos que na próxima edição do congresso possamos contemplar expectativas melhores. Enquanto isso, desejamos que o conhecimento aqui apresentado sirva de alento e fortalecimento

para que possamos preparar-nos para essa tão desejada contemplação.
Boa leitura.

Andrea Versuti
Denis Renó
Vicente Gosciola
Diretores Acadêmicos
MEISTUDIES

PARTE 1 - COMPLEXIDADE

A SEMIÓTICA DE PEIRCE NA COMPREENSÃO DA COMUNICAÇÃO TRANSMÍDIA DURANTE A PANDEMIA

Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho¹

1 INTRODUÇÃO

Na medida em que o SARS-CoV2 se espalha, novas descobertas científicas são alcançadas, a Organização Mundial da Saúde (OMS) divulga novas recomendações e os governos de cada país adotam posturas para combater a pandemia. Notícias são divulgadas pela mídia tradicional, compartilhadas e comentadas nas redes sociais digitais. Memes com críticas a atitudes governamentais, credíes populares com remédios milagrosos para a cura da doença e outras informações sem qualquer tipo de checagem também são propagadas.

Esse cenário caracteriza a dinâmica da pandemia como transmídia, intitulada dessa forma por Jenkins (2003) especificamente para narrativas de entretenimento, mas cuja noção foi ampliada pelo mesmo autor (Jenkins, 2010, 2017). No entanto, para nós, a compreensão da dinâmica transmídia pode ser mais aprofundada a partir do pragmaticismo de Charles Peirce, quando compreendida como parte de um processo

1. Mestra em Comunicação.
Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF.
marina_sad@hotmail.com

comunicacional multicódigos, levando-se em consideração a incompletude do interpretante (Peirce, 1931-1958, §1.339) no processo de semiose.

Nesse contexto, a proposta é estudar a disseminação das informações sobre o medicamento Cloroquina na atual pandemia, observando as novas significações geradas na semiose, a partir da circulação das informações nas revistas científicas, meios de comunicação tradicionais e redes sociais digitais.

2 A DINÂMICA TRANSMÍDIA DA PANDEMIA

Uma publicação de 5 de janeiro de 2020, no site da OMS, divulgava a propagação de uma doença respiratória ainda desconhecida. Na nota, a OMS relatava que seu escritório na China havia sido informado, em 31 de dezembro de 2019, sobre casos de uma pneumonia sem motivos identificados na cidade de Wuhan, situada na província de Hubei. Em 3 de janeiro, haviam sido diagnosticados 44 pacientes com a infecção, sendo 11 casos graves (Organização Mundial da Saúde [OMS], 2020).

Desde então, a doença, a princípio desconhecida, começou a se espalhar pelo mundo: a Tailândia foi o primeiro país a notificar um caso fora da China, em 13 de janeiro, seguida pelos EUA, em 21 de janeiro, e Austrália, no dia 25, mesma data em que a França informou a primeira infecção na Europa. Quando a Índia reportou seu primeiro caso, em 30 de janeiro, a OMS declarou que a doença (já denominada de Covid-19) era uma emergência de saúde pública de preocupação internacional, elevando-a para o nível de pandemia em 11 de março.

A expansão do vírus é acompanhada pela expansão na circulação de informações, a qual possui características transmídia. O termo foi cunhado

por Jenkins em um artigo de 2003 fazendo referência principalmente ao conteúdo de ficção.

Na forma ideal da narrativa transmídia, cada meio faz o que tem de melhor - de modo que uma história possa ser introduzida em um filme, expandida através da televisão, romances e quadrinhos, e seu mundo pode ser explorado e experimentado através do jogo. Cada entrada da franquia precisa ser independente o suficiente para permitir o consumo autônomo (Jenkins, 2003).

Em 2009, Jenkins (2009a e 2009b) detalhou mais as características das narrativas transmídia de ficção por meio de sete princípios, os quais, mais tarde, foram ampliados para a ideia de uma educação transmídia (Jenkins, 2010). Outros autores como Moloney (2011) aplicaram tais características ao jornalismo. Mais recentemente, o próprio Jenkins (2017) inseriu os conceitos de lógica e localização transmídia os quais permitem a aplicação do termo de forma ainda mais ampla. “A lógica transmídia significa duas coisas interrelacionadas: os objetivos que uma produção transmídia se destina a atender e as suposições feitas sobre o relacionamento desejado entre consumidores, produtores e textos transmídia” (Jenkins, 2017, p. 222). Já a localização diz respeito as diferentes formas de transmídia que podem surgir em contextos sociais, culturais e industriais diversos.

Assim, é possível aplicar a dinâmica transmídia no contexto da pandemia do novo coronavírus tendo em vista, que, as informações e as ações independentes implicam-se mutuamente e produzem um todo aprofundado coerente. No entanto, para nós, a compreensão da dinâmica transmídia pode ser aprofundada a partir do pragmaticismo de Charles Peirce, quando compreendida como parte de um processo

comunicacional multicódigos. O termo multicódigos leva em consideração que a comunicação se realiza de forma sinestésica, ou seja, a partir da hibridização dos códigos. Sendo assim, os signos podem representar seus objetos com múltiplos padrões de semelhança, seja de forma tátil, visual, sonora e verbal, o que pode levar as mentes interpretadoras a terem mais consciência de seus processos e hábitos inferenciais (Pimenta, 2016). Para a melhor compreensão de nossa proposta, vamos retomar rapidamente algumas ideias da Semiótica de Peirce.

3 RÁPIDA INTRODUÇÃO À SEMIÓTICA DE PEIRCE

Para Peirce (1931-1958, §1.339), o signo é triádico, com três correlatos: signo, objeto e interpretante. O signo representa o objeto, mas porque o objeto determina esse signo, afeta-o de alguma forma. Contudo, a representação só se completa, porque causa um efeito em uma mente denominado interpretante. Pimenta e Ferreira (2019, posição 3577 do Kindle) fornecem um exemplo bem didático para a compreensão do signo triádico:

Em primeiro lugar, o objeto determina o signo. Por exemplo, existe uma casa, o objeto, e uma foto é tirada, tornando-se signo dela. A casa determina a foto por qualidades objetivas: se existencialmente é azul, aparecerá azul na foto. Já o signo determina o interpretante. Características da foto determinarão a interpretação que se fará dela. Se, em suas qualidades intrínsecas, a casa é azul na foto, será interpretada como “casa azul”. E, por meio do signo, o interpretante ainda determina logicamente o objeto, ou seja, a interpretação da foto determina a concepção sobre o objeto, uma vez que só há acesso a ele por meio da tríade. Se a casa é interpretada como sendo azul, para essa mente será uma casa azul.

Para Peirce, seriam dois os tipos de objetos: dinâmico, aquele que existe independente do signo, e o imediato, veiculado pelo signo, o que do objeto dinâmico o signo nos mostra. Da mesma forma, há diferentes interpretantes, de acordo com as categorias fenomenológicas², quais sejam, Imediato, Dinâmico e Final ou Normal. O Imediato são todas as possibilidades interpretativas que um signo pode gerar, enquanto o Dinâmico são as interpretações que de fato existiram, ocorreram. Por último, o Normal são todas as interpretações que virão a surgir a partir do desenvolvimento do signo, como uma verdade que sempre se procura alcançar (Peirce, 1931-1958, §4.536). Há, ainda, uma segunda divisão dos interpretantes, também baseada na fenomenologia: interpretantes emocional, energético e lógico. O emocional refere-se a um primeiro momento de ação do signo que causa algum sentimento. A partir disso, pode haver outro efeito, o qual determinará algum tipo de esforço físico ou mental, sendo assim, energético. Na elaboração mental, lógica, surge, por fim, o interpretante lógico (Peirce, 1931-1958, §4.536, §CP 5.475).

Importante ressaltar que o Interpretante não se confunde com o intérprete, mente em que o Interpretante se desenvolve. O Interpretante sempre gera um novo signo (Peirce, 1931-1958, §1.339), iniciando um novo ciclo de determinação e representação, ou Semiose (Peirce, 1931-1958,

2. A Fenomenologia ou Faneroscopia é a ciência que estuda a experiência sem preconceitos e objetivos, tentando representar amplamente a realidade (Peirce, 1931-1958, §1.2801, §5.121). Peirce propôs três categorias fenomenológicas, Primeiridade, Secundidade e Terceiridade. A Primeiridade é o universo das possibilidades, um contínuo de qualidades, e é a única das categorias que pode se sustentar sozinha. Já a Secundidade se refere ao existencial, a ação e reação, o conflito típico daquilo que existe, englobando também as possibilidades da Primeiridade. Por fim, a Terceiridade está relacionada a abstrações, padrões e hábitos, abarcando as possibilidades da Primeiridade e a existencialidade da Secundidade (Peirce, 1931-1958, §1.25, §1.35, §5.66, §1.536-537)

§5.484), ação do signo, como Peirce define, que é infinita. Isso significa que os objetos dinâmicos representados por signos visuais (imagens), sonoros (vídeos ou áudios), táteis (texturas) e verbais (textos escritos), em um processo multicódigos, originam interpretantes que não contemplam todo o objeto, pois o signo leva ao conhecimento apenas do objeto imediato. Sendo assim, o interpretante precisa continuar a se desenvolver, transformando-se em signo de uma tríade subsequente, fazendo com que as relações de interpretação sejam infinitas. No exemplo da casa fornecido por Pimenta e Ferreira (2019, posição 3600 do Kindle), podemos ter, então:

Quando o interpretante inicial assume o papel de signo, o objeto pode permanecer sendo a casa, gerando, assim, um primeiro interpretante adicional, como pode, também, se constituir como a relação entre a casa e seu signo, a foto, ou, ainda, como a relação entre a casa, a foto, e seu interpretante.

4 TRANSMÍDIA A PARTIR DA SEMIÓTICA DE PEIRCE

A partir das ideias de Peirce, Alzamora (2018) explica a dinâmica transmídia como um processo de mediação que envolve sucessivos procedimentos de determinação e representação relacionados no próprio ambiente midiático e na intercessão entre duas ou mais mídias. Assim, segundo a pesquisadora, a determinação situa-se no universo narrativo da referência (ao objeto, que determina o signo e, por sua vez, o interpretante), enquanto que, na representação, está a capacidade criativa (interpretante) sempre relacionada a uma determinação referencial.

É importante ressaltar que a representação do objeto realizada pelo interpretante combina novos signos a partir da experiência colateral (Peirce, 1931-1958, §8.183), a familiaridade com o objeto que o signo está representando. Para Peirce (1931-1958, §2. 231) sem a experiência colateral, sem que se tenha qualquer conhecimento sobre o que está sendo veiculado, nem mesmo existirá signo. Portanto, para que haja interpretação, são necessários signos adjacentes que fazem parte do repertório do intérprete e estão para além do interpretante, pois esse contém apenas aquilo que o signo consegue transportar do objeto dinâmico (Santaella, 2008).

Tudo isso leva Alzamora (2018) a explicar que, segundo a Semiótica de Peirce, a dinâmica transmídia é um processo sígnico em permanente expansão reticular com a proliferação de interpretantes. No Interpretante Imediato está o convite para a participação, participação que se tornará um novo signo, o interpretante dinâmico, mas somente pela associação de outros signos por meio da experiência colateral na representação. Já os Interpretantes Emocional, Energético e Lógico podem ser compreendidos como as diferentes formas de representação.

Alzamora e Gambarato (2014) corroboram com essa ideia, explicando que cada usuário produziria diferentes interpretantes, relacionado ao mesmo objeto, de acordo com seu nível de informação e repertório. As pesquisadoras argumentam que especificamente os interpretantes dinâmicos (Peirce, 1931-1958, §8.315) - experienciados em cada ato de interpretação - podem transformar toda a experiência na dinâmica transmídia, por produzirem variabilidade, já que envolvem tanto emoções quanto ações. Essa variabilidade se traduz em uma riqueza de possibilidades comunicativas, atuando em um sentido de liberdade, falta

de condicionamento e a eliminação do óbvio. O interpretante dinâmico poderia ser resumido, assim, como as possibilidades criativas do signo, ou seja, a partir do repertório de cada mente interpretadora, surgem combinações e relações que geram novos interpretantes os quais podem mudar constantemente a partir de progressos tecnológicos, estéticos, artísticos e científicos.

Para as autoras, a motivação para a participação do público ocorre a partir do interpretante emocional, o esforço de participação, do interpretante energético, e a coerência na produção coletiva por meio do interpretante lógico. A coerência narrativa seria uma combinação entre a intenção comunicativa (interpretante imediato) e a comunicação efetiva (interpretante dinâmico) que resultaria em uma interpretação comum a partir de uma instância regulatória ideal (interpretante final). No entanto, como o ideal pragmático é algo que se busca alcançar, as ocorrências efetivas são divergentes para motivar a atividade comunicacional em tríades subsequentes dentro das narrativas transmídia.

5 A SEMIOSE DA CLOROQUINA

O medicamento cloroquina e sua derivada hidroxicloroquina, com toxicidade atenuada, são indicadas para tratamento de pacientes com malária, artrite reumatóide e lúpus. No entanto, um estudo do Instituto de Virologia de Wuhan, de fevereiro de 2020, apontou a eficácia da cloroquina no controle da infecção pelo vírus da covid-19 *in vitro*. O objeto cloroquina representado, primeiramente, pelo signo estudo do Instituto de Virologia de Wuhan, gerou interpretantes diversos a partir dos signos adjacentes proporcionados pela experiência colateral

dos diferentes intérpretes: organizações de saúde, entidades de classes ligadas à saúde, médicos, governantes, conglomerados de mídia e demais cidadãos. Alguns resultados da semiose e seus vários processos de significação foram reunidos na tabela abaixo (Tabela 1).

Tabela 1

Fatos sobre a Cloroquina e a Hidroxocloroquina

Data	Fato	Fonte
04/02/2020	Pesquisa publicada na revista <i>Nature</i> , realizada por cientistas do Instituto de Virologia de Wuhan, apontam eficácia da cloroquina no controle da infecção pelo vírus da covid-19 in vitro.	Recuperado de: encurtador.com.br/eIS79
03 a 10/03/2020	Interpol realiza operação Pangea para dismantelar grupos organizados internacionais que falsificam e contrabandeam equipamentos médicos e remédios ligados à covid-19. Em comparação com a mesma operação de 2018, houve um aumento de 100% nas apreensões de cloroquina não autorizada, o que pode ser conectado à pandemia.	Recuperado de: encurtador.com.br/mGTX6
16/03/2020	Estudo publicado no <i>International Journal of Antimicrobial Agents</i> apontou redução ou desaparecimento da carga viral em pacientes com covid-19 que usaram hidroxiclороquina associado a azitromicina. A pesquisa, realizada por cientistas franceses liderados pelo infectologista Didier Raoult, da Universidade de Medicina de Marselha, foi realizada em uma amostra de 30 pacientes. A melhora clínica desses pacientes não foi avaliada, apenas a carga viral presente na mucosa do nariz.	Recuperado de: encurtador.com.br/kprPS , encurtador.com.br/oHTZ5 e encurtador.com.br/ejUY4
19/03/2020	Trump diz, em coletiva, que medicamento será disponibilizado para tratar a covid-19. “Ele existe por muito tempo, então saberemos se algo não sair como o planejado. Não vai matar ninguém” disse, acrescentando que buscava a segurança e o bem-estar dos estadunidenses.	Recuperado de: encurtador.com.br/vOR05
	Anvisa publica nota esclarecendo que cloroquina e hidroxocloroquina são registrados para o tratamento da artrite, lúpus eritematoso, doenças fotossensíveis e malária. Diz não existirem estudos conclusivos sobre a utilização do medicamento contra Covid-19 e alerta sobre os perigos da automedicação.	Recuperado de: encurtador.com.br/mnosv

20/03/2020	Anvisa publica nota reforçando que não há estudos conclusivos sobre a eficácia de hidroxicloroquina e cloroquina para o tratamento do novo coronavírus nem recomendação da agência para a sua utilização. Informa, ainda, que os medicamentos passarão a ser de controle especial para evitar desabastecimento no mercado.	Recuperado de: encurtador.com.br/ ABFQY
	Lagos, na Nigéria, registrou casos de intoxicação por cloroquina. Ore Awokoya, assessora especial de saúde do governo, relaciona o fato ao pronunciamento de Trump durante coletiva. Disse, ainda, que houve corrida às farmácias para a compra do medicamento.	Recuperado de: encurtador.com.br/ zGMQ0
21/03/2020	Em tuíte, presidente Jair Bolsonaro traz vídeo relatando que vai ampliar a produção da cloroquina pelo Exército e que Anvisa proibiu exportação da substância.	Recuperado de: encurtador.com.br/ jFNX8
23/03/2020	Em sua coletiva diária, Donald Trump diz que a cloroquina pode ser "uma dádiva de Deus" se for bem-sucedida contra o novo coronavírus. "Há uma boa chance de que isso possa ter um grande impacto. Seria uma dádiva de Deus se funcionasse. Isso realmente mudaria a situação"	Recuperado de: encurtador.com.br/ avwP3
24/03/2020	Matéria da CNN relata que um morador de Phoenix, nos Estados Unidos, morreu e sua mulher foi internada depois que os dois tomaram fosfato de cloroquina. Ambos teriam se medicado, na verdade, com um aditivo usado em aquários para limpar tanques de peixes. A mulher relatou ter descoberto a conexão da cloroquina com o coronavírus durante uma entrevista coletiva de Donald Trump.	Recuperado de: encurtador.com.br/ hjBV3
25/03/2020	Em entrevista coletiva, o então ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, anuncia que pacientes graves com Covid-19 serão medicados com cloroquina e hidroxocloroquina. O tratamento deveria ser realizado durante 5 dias apenas em hospitais.	Recuperado de: encurtador.com.br/ bdm24
26/03/2020	Ministério da Saúde começa a distribuir aos estados 3,4 milhões de unidades de cloroquina e hidroxicloroquina que serão usados em pacientes com formas graves da Covid-19.	Recuperado de: encurtador.com.br/ krFG3
27/03/2020	Entra em vigor protocolo que libera a substância para uso apenas em pacientes hospitalizados em caso grave. Protocolo foi assinado por Sandra de Castro Barros, diretora do Departamento de Assistência Farmacêutica e Insumos Estratégicos, e por Denizar Vianna de Araújo, secretário de Ciência, Tecnologia, Inovação e Insumos Estratégicos em Saúde.	Recuperado de: encurtador.com.br/ ftxVX
28/03/2020	<i>Food and Drug Administration</i> (FDA), agência norte-americana de vigilância sanitária, liberou o uso dos medicamentos para o tratamento de pacientes graves internados em hospitais.	Recuperado de: encurtador.com.br/ eozG7

30/03/2020	Facebook e Instagram apagam vídeo publicado pelo presidente Jair Bolsonaro no dia 29/03 por promover desinformação. No vídeo, o presidente conversava com um vendedor ambulante em Taguatinga, no Distrito Federal e, em um dos trechos, diz “Aquele remédio lá, hidroxicloroquina, está dando certo em tudo o que é lugar”.	Recuperado de: encurtador.com.br/ anzFK
31/03/2020	Em pronunciamento em rede nacional, Bolsonaro cita os medicamentos como possíveis tratamentos, mas lembra que ainda faltam testes para uso na população geral. Disse, novamente, que o governo pretende produzir o medicamento em laboratórios químicos-farmacêuticos militares. “Em 12 dias, serão produzidos 1 milhão de comprimidos de cloroquina, além de álcool em gel”, acrescentou.	Recuperado de: encurtador.com.br/ wHNUV
16/04/2020	Parecer nº 04/2020 do Conselho Federal de Medicina estabelece critérios e condições para a prescrição de cloroquina e de hidroxicloroquina em pacientes com diagnóstico confirmado de covid-19. O parecer reconhece não existirem certezas sobre o uso das drogas na prevenção e tratamento da doença, mas diz que, diante da excepcionalidade da situação, recomenda a prescrição em três situações (paciente com sintomas leves descartadas outras viroses, paciente com sintomas importantes sem necessidade de cuidados intensivos e paciente crítico em cuidados intensivos), a partir da avaliação do médico, em decisão compartilhada com o paciente.	Recuperado de: encurtador.com.br/ nBHQ1
08/05/2020	Jornais relatam estudo publicado pela revista britânica <i>The New England Journal of Medicine</i> (encurtador.com.br/aiuvT) que investigou a eficácia do tratamento da hidroxicloroquina em pacientes hospitalizados com Covid-19 no <i>Presbyterian Hospital</i> , em Nova York. Participaram do estudo 1.376 pessoas em quadro moderado a grave avaliado a partir do nível de saturação de oxigênio no sangue inferior a 94%. A conclusão foi de que o risco de entubação ou de morte não foi significativamente maior ou menor entre os que receberam hidroxicloroquina em comparação aos que não receberam	Recuperado de: encurtador.com.br/ nBHQ1
11/05/2020	Pesquisa publicada no <i>Journal of the American Medical Association – JAMA</i> indica que a hidroxicloroquina não evita mortes pela covid-19 e pode causar problemas no coração, tanto sozinha como quando associada à azitromicina. Participaram do estudo 1.438 pacientes de 25 hospitais do estado de Nova Iorque, nos EUA, internados há pelo menos 24 horas	Recuperado de: encurtador.com.br/ vxLWZ

15/05/2020	Demissão do oncologista Nelson Teich do cargo de Ministro da Saúde. Um dos motivos seria que o médico se recusava a mudar o protocolo de utilização da cloroquina e hidroxocloroquina no SUS	Recuperado de: encurtador.com.br/gAG26
17/05/2020	Folha publica notícia informando que o governo pagou pelo quilo da cloroquina em pó quase seis vezes o preço de menos de um ano antes. Em 2020, o preço do quilo é de R\$ 1.304, enquanto, em 2019, era de R\$ 219,98. A compra foi feita sem licitação e como parte das ações de enfrentamento à pandemia. Segundo a reportagem, a diferença de preço se deve ao aumento de custo decorrente da pandemia, do aumento do preço dos fretes internacionais e da variação da cotação do dólar que se valorizou mais de 40% no ano.	Recuperado de: encurtador.com.br/mnV49
18/05/2020	Associação de Medicina Intensiva Brasileira, Sociedade Brasileira de Infectologia e Sociedade Brasileira de Pneumologia e Tisiologia divulgam documento em que não recomendam a utilização de hidroxocloroquina, cloroquina e de suas associações com azitromicina as quais podem causar, inclusive, arritmias. As avaliações foram realizadas em pacientes hospitalizados, e, portanto, não há base para o uso das drogas em ambulatorios. Assim, a indicação era para que os medicamentos fossem utilizados em pacientes graves internados e em constante monitoramento.	Recuperado de: encurtador.com.br/IFXYZ e encurtador.com.br/gpzQ4
	Folha publica notícia relatando a existência de grupos de médicos em defesa da prescrição precoce de cloroquina e hidroxocloroquina, como “Médicos pela Vida na Covid-19” (encurtador.com.br/hyN12 e encurtador.com.br/fjNP7) que, segundo a reportagem, permite e estimula o apoio à prescrição do medicamento via grupos de WhatsApp. Já em Recife, um grupo de médicos autodenominado “Doutores de Verdade” passou a ser investigado em sigilo pelo Conselho Regional de Medicina de Pernambuco por distribuir cloroquina em comunidades pobres.	Recuperado de: encurtador.com.br/bwFMU
19/05/2020	Presidente Jair Bolsonaro diz, em <i>live</i> nas redes sociais “Você não quer? Você não faz. Você não é obrigado a tomar cloroquina. Quem é de direita toma cloroquina. Quem é de esquerda toma Tubaina”.	Recuperado de: encurtador.com.br/innG2 e encurtador.com.br/ervyF
20/05/2020	Ministério da Saúde modifica o protocolo para que pacientes infectados com sintomas leves ou moderados possam receber cloroquina. A prescrição fica a critério do médico e é necessário que o paciente ou familiares deem o consentimento por meio de uma declaração. O novo protocolo passa a valer na rede pública de saúde.	Recuperado de: encurtador.com.br/wCGU5
	Bolsonaro tuita sobre mudança de protocolo e acrescenta: “Ainda não existe comprovação científica, mas sendo monitorada e usada no Brasil e no mundo. Contudo, estamos em Guerra: ‘Pior do que ser derrotado é a vergonha de não ter lutado’”.	Recuperado de: encurtador.com.br/ikosL

21/05/2020	Secretaria de Comunicação publicou um tuíte em que declarava que a “hidroxicloroquina é o tratamento mais eficaz contra o coronavírus atualmente disponível”	Recuperado de: encurtador.com.br/ GQRX0
22/05/2020	A revista <i>The Lancet</i> publica grande estudo em que a segurança e os benefícios da cloroquina e da hidroxicloroquina tiveram avaliação ruim no tratamento da covid-19. A pesquisa, liderada por Mandeep R Mehra, do centro cardiovascular da Escola de Medicina de Harvard, analisou dados de 96.032 pacientes com Covid-19 em 671 hospitais em todo o mundo.	Recuperado de: encurtador.com.br/ aeGT3
	Após a divulgação do estudo, o tuíte da Secretaria de Comunicação do dia anterior foi apagado.	Recuperado de: encurtador.com.br/ antT4
	O Conselho Nacional de Saúde solicita a suspensão da recomendação do ministério para o uso de cloroquina em casos leves de Covid-19, alegando a falta de estudos que comprovem a eficácia da cloroquina.	Recuperado de: encurtador.com.br/ byNZ8
	A Organização Mundial de Saúde (OMS) suspende temporariamente o uso da substância, em pesquisas sob sua coordenação, para reavaliar a segurança da droga. O diretor-geral da entidade, Tedros Adhanom Ghebreyesus, justificou a ação em função dos resultados do estudo publicado na <i>The Lancet</i> .	Recuperado de: encurtador.com.br/ vBPSY
29/05/2020	Cento e quarenta médicos e pesquisadores de diferentes países enviam uma carta à <i>Lancet</i> para solicitar transparência em relação ao estudo publicado no dia 22. No documento, eles apontam vários problemas com relação à metodologia, aos dados e ao processo de revisão e solicitam a validação da pesquisa por um comitê independente indicado pela OMS.	Recuperado de: encurtador.com.br/ ijEIL
31/05/2020	O governo dos EUA comunica que mandaria duas milhões de doses de hidroxicloroquina para o Brasil como uma ação de solidariedade, segundo o Ministério das Relações Exteriores. O ministério diz, ainda, que o medicamento seria usado como profilático para profissionais de saúde no país e para o tratamento de infectados.	Recuperado de: encurtador.com.br/ bcrD4
Fim de maio	Matéria do <i>The Guardian</i> revela que a Surgisphere, empresa que forneceu os dados dos hospitais para a pesquisa publicada no dia 22, não possuía histórico relevante na área e contava com somente seis funcionários, sendo um escritor de ficção científica e uma modelo de conteúdo adulto. O médico Sapan Desai, um dos autores, é executivo-chefe da empresa.	Recuperado de: encurtador.com.br/ imwHW
02/06/2020	The Lancet retrata-se dizendo que as informações estavam sendo questionadas e que o estudo passava por uma auditoria externa	Recuperado de: encurtador.com.br/ fkALY

03/06/2020	OMS avisa sobre retomada dos testes com a hidroxicloroquina, alegando que revisou dados de seus próprios estudos e não encontrou aumento na mortalidade entre os pacientes. Incentivou, ainda, pesquisa com a droga, desde que devidamente monitoradas.	Recuperado de: encurtador.com.br/ lBR04
	Pesquisa da Universidade de Minnesota publicada no <i>The New England Journal of Medicine</i> conclui que o remédio não é eficaz contra coronavírus para prevenção ou tratamento e causa graves efeitos colaterais. O estudo foi realizado com 821 pacientes dos EUA e Canadá.	Recuperado de: encurtador.com.br/ ityZ2
04/06/2020	<i>The Lancet</i> publica uma retratação dos três autores que escreveram com Sapan Desai, em que os pesquisadores justificaram não terem conseguido acesso aos dados completos usados na pesquisa e, por isso, não garantiam a veracidade das fontes. Também solicitaram que o estudo fosse retirado do ar.	Recuperado de: encurtador.com.br/ ityZ2
11/06/2020	Postagens no Facebook informam que a secretaria municipal de Saúde de Porto Feliz (interior de São Paulo) distribuía kits com cloroquina e azitromicina aos infectados, evitando registros de mortes por Covid-19 na cidade. No entanto, nesta data, o boletim epidemiológico apontava 354 casos confirmados e 6 óbitos.	Recuperado de: encurtador.com.br/ ltFLT
15/06/2020	FDA revoga a autorização para o uso de cloroquina e hidroxicloroquina no tratamento da Covid-19, alegando que não está comprovada a eficácia dos medicamentos e que evidências apontam efeitos colaterais. No entanto, os médicos ainda podem prescrever os medicamentos contra a Covid-19 se desejarem, já que elas permanecem disponíveis para tratar outras doenças.	Recuperado de: encurtador.com.br/ TUX89
18/06/2020	Notícias informam que o Ministério Público de Contas pediu ao TCU que abra investigação para averiguar se houve superfaturamento na compra de insumos para produção de cloroquina pelo Exército. A solicitação pede avaliação, ainda, da gestão de risco envolvida na decisão e da responsabilidade direta de Bolsonaro na orientação e determinação para a ampliação da produção, mesmo sem comprovação científica sobre a eficácia da droga contra a Covid-19. Para justificar o pedido, são apresentadas reportagens da Folha de S.Paulo e da revista Época sobre o preço pago pelo governo nos insumos do medicamento e sobre o aumento na produção do remédio.	Recuperado de: encurtador.com.br/ drHMU

29/06/2020	Ofício desta data, do Ministério da Saúde para a Fiocruz, enfatiza a importância do tratamento precoce contra a covid-19 com uso de cloroquina e solicita a ampla divulgação do medicamento. Além da Fiocruz, o documento foi destinado para o INI (Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas) e ao IFF (Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira).	Recuperado de: encurtador.com.br/ gtwW4
04/07/2020	O conselho diretivo do projeto <i>Solidarity</i> da OMS, responsável pelos estudos da Cloroquina no combate à Covid-19, recomendou paralisar definitivamente os testes. Os resultados apontaram que pacientes hospitalizados não têm benefício e correm o risco, ainda que raro, de arritmia cardíaca. A decisão refere-se às pesquisas com pacientes hospitalizados, mas não impede a possibilidade de estudos em doentes fora dessa condição ou como profilaxia pré ou pós-exposição para a Covid-19.	Recuperado de: encurtador.com.br/ twGH2 e encurtador. com.br/muJKP
07/07/2020	Bolsonaro, diagnosticado com Covid-19, divulga vídeo nas redes sociais dizendo que tratamento contra o coronavírus com hidroxicloroquina estava funcionando. No vídeo, ele toma um comprimido.	Recuperado de: encurtador.com.br/ hHU04
08/07/2020	Bolsonaro tuíta: “Aos que torcem contra a Hidroxicloroquina, mas não apresentam alternativas, lamento informar que estou muito bem com seu uso e, com a graça de Deus, viverei ainda por muito tempo”	Recuperado de: encurtador.com.br/ pzBT4
09/07/2020	Bolsonaro aparece sozinho e sem máscara em sua live semanal e volta a recomendar o uso da hidroxicloroquina.	Recuperado de: https://youtu.be/SFLD7xpDmuY
16/07/2020	Postagem no Twitter mostra kit enviado de brinde a profissionais de saúde por filial da administradora de planos de saúde Unimed, em Brusque, Santa Catarina. O kit traz remédios supostamente para serem usados na prevenção da Covid-19, entre eles, a hidroxicloroquina. A operadora afirmou seguir protocolo utilizado pela prefeitura de Porto Feliz, em São Paulo.	Recuperado de: encurtador.com.br/ chE79 e encurtador. com.br/ajILU
	Estudo realizado em 40 estados americanos e 3 províncias do Canadá não observou melhora nas condições de saúde nem diminuição de óbitos entre pacientes medicados com hidroxicloroquina. Relatam, ainda, a existência de efeitos adversos. Já uma pesquisa espanhola avaliou a redução da carga viral e a melhora dos sintomas dos pacientes e diminuição da hospitalização, concluindo que não houve benefícios.	Recuperado de: encurtador.com.br/ilpS6 e encurtador.com.br/qxAB2
17/07/2020	A partir dos estudos publicados na véspera, a SBI (Sociedade Brasileira de Infectologia) divulga um informe reforçando posição contrária ao uso da hidroxicloroquina como profilaxia ou em pacientes hospitalizados.	Recuperado de: encurtador.com.br/ fEJ14

19/07/2020	A AMB (Associação Médica Brasileira) divulga nota esclarecendo que os estudos não são conclusivos sobre o uso da cloroquina e defendendo a autonomia dos profissionais para receitar o medicamento.	Recuperado de: encurtador.com.br/ lnf23
13/08/2020	Em evento no Pará, Bolsonaro diz: “Eu sou a prova viva que deu certo [o uso da cloroquina]. Muitos médicos defendem esse tratamento, e sabemos que mais de 100 mil pessoas morreram no Brasil. Caso tivessem sido tratadas lá atrás com esse medicamento, poderiam essas vidas terem sido evitadas”	Recuperado de: encurtador.com.br/ cegmA

Elaboração própria

Conforme podemos perceber, o estudo de Wuhan gerou possibilidade para várias interpretações, mostrando a presença do interpretante imediato, que funciona como um convite a participação do processo interpretativo, como explica Alzamora (2018). No interpretante dinâmico surgem demais pesquisas, ações governamentais, notas de conselhos, notícias falsas, investigações, aumento no preço dos insumos, entre outras, mas apenas porque novos signos foram associados por meio da experiência colateral.

Líderes políticos, por exemplo, passam a falar sobre o remédio e incentivar o seu uso em discursos, entrevistas coletivas e nas redes sociais. Comunicações oficiais pedem a órgãos de saúde divulgação extensiva da cloroquina, medidas são tomadas para ampliar a produção da droga e para a criação de um protocolo oficial relativo à utilização do medicamento no combate da doença. É possível que esses governantes estejam em um contexto de grande crise econômica em seus países (já vivenciada ou muito previsível) além de, provavelmente, possuírem pensamento anticientificista.

Já agências reguladoras e conselhos de classe, conhecedores dos efeitos adversos que podem ocorrer e temendo o desabastecimento para os que realmente dependem do medicamento, alertam a população

sobre a indicação da droga e os perigos a ela associados. Também tomam atitudes para evitar o falta do medicamento e orientar a possível utilização pelos infectados.

Assim, os repertórios diversos, de cada mente interpretadora, originam novas combinações e relações que, por sua vez geram novas semioses. Por exemplo, a partir do incentivo de governantes, que começaram a citar a cloroquina após o estudo chinês, cidadãos compram e usam a droga na esperança de profilaxia. Conteúdos com desinformação sobre o remédio passam a circular e, como consequência, são retirados do ar pelas redes sociais digitais. Os próprios órgãos públicos apagam postagens após publicação de novas pesquisas que desmentem o que foi publicado anteriormente. O preço dos insumos para a fabricação da droga passa a ser superfaturado, fato que, por sua vez, começa a ser investigado pelos órgãos competentes.

Nesses processos, também podemos verificar a presença dos interpretantes emocional, energético e lógico. A motivação para a ação se dá no interpretante emocional, por exemplo, o medo dos políticos em terem avaliação ruim caso ocorra uma crise econômica, o medo dos cidadãos em contrair a doença e até morrerem e a confiança em seus governantes. No caso do grupo de médicos que se unem nas redes sociais para defender o medicamento no combate à Covid-19, a motivação pode ser um sentimento de fidelidade ao presidente, por exemplo.

Já o interpretante energético, que gera o esforço de participação, leva os governantes e demais órgãos a se manifestarem. Também gera a criação de protocolos para a utilização do medicamento atrelado à Covid-19 e modificação dos mesmos a partir de pesquisas ou da vontade política, a auto-demissão de ministros da saúde, o compartilhamento de

conteúdo com desinformação, a união para a defesa do medicamento ou para a argumentação contrária a ele.

Por fim, o interpretante lógico é o que permite a tais atitudes formarem um todo coerente, por exemplo, os governantes incentivam o uso da cloroquina, pois temem impopularidade se houver crise econômica. Os EUA doaram doses de Cloroquina ao Brasil, porque em poucos dias retirariam a recomendação para a utilização da droga no tratamento da Covid-19.

Por fim, no Interpretante Normal está a nossa busca por alcançar uma verdade final sobre a utilização do medicamento relacionada à doença causada pelo SARS-CoV2.

CONCLUSÃO

Conforme observamos, a semiótica de Peirce apresenta as ferramentas necessárias para a compreensão da dinâmica transmídia em contextos diversos, como na pandemia de Covid-19 e no contexto da Cloroquina explicitado acima. Também foi possível esclarecer que a dinâmica assim denominada por Jenkins (2003) está inserida no contexto multicódigos, em que os signos representam seus objetos por meio de texto, áudio, vídeos e meios táteis (como o kit distribuído aos médicos em Porto Feliz).

Assim, a partir dos aspectos aqui apresentados, esperamos realizar estudos mais aprofundados que trabalhem mais minuciosamente não só os interpretantes adicionais gerados, como no estudo de Pimenta e Ferreira (2019), mas também os diferentes tipos de signos envolvidos nesses processos, por exemplo. Acreditamos, também, ser possível

ampliar as pesquisas para trabalhar a dinâmica transmídia a partir de outras ideias do pragmaticismo de Peirce.

REFERÊNCIAS

- Alzamora, G., & Gambarato, R. (2014). Peircean Semiotics and Transmedia Dynamics. Communicational Potentiality of the Model of Semiosis. *Ocula - Occhio semiotico sui medi*, 15, 1. <https://goo.gl/RnCLRd>
- Alzamora, G. (2018). A semiotic approach to transmedia storytelling. In R. R. Gambarato & M. Freeman (Orgs.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 438-446). Routledge.
- Jenkins, H. (2003, janeiro 15). Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling. MIT. <https://goo.gl/qDFMyo>
- Jenkins, H. (2009a, dezembro 12). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). *Henry Jenkins*. <https://goo.gl/32u6c4>
- Jenkins, H. (2009b, dezembro 12). Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. *Henry Jenkins*.. <https://goo.gl/Y6uvMC>
- Jenkins, H. (2010, junho 21). Transmedia Education: The 7 Principles Revisited. *Henry Jenkins*. http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html

- Jenkins, H. (2017). Transmedia Logics and Locations. In B. W. L. D. Kurtz & M. Bourdaa (Eds.), *The Rise of Transtexts: Challenges and Opportunities* (pp. 220–240). Routledge.
- Moloney, K. T. (2011). *Porting Transmedia Storytelling to Journalism*. [Dissertação de Mestrado, University of Denver].
- Organização Mundial da Saúde (2020, janeiro 5). Pneumonia of unknown cause – China. encurtador.com.br/pvGP9
- Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected Papers*. Harvard University Press.
- Pimenta, F. (2016). *Ambientes multicódigos, efetividade comunicacional e pensamento mutante*. Unisinos.
- Pimenta, F., & Ferreira, S. (2019). Fluxos semióticos e suas consequências ontológicas nas redes. In L. Santaella (Org.), *Desafios humanos no contemporâneo* (posição 3560-3790 do Kindle). Estação das Letras e Cores.

SAMBA EM CONFINAMENTO: UM OLHAR INTERSEMIÓTICO SOBRE A NARRATIVA DOS VIDEOCLIPES EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO, PANDEMIA E OUTRAS CRISES

Andressa Zoi Nathanailidis¹
Paula Maria Lima Galama²

INTRODUÇÃO

A música no Brasil, sobretudo a música popular, ocupa um local privilegiado no que concerne à história das práticas socioculturais. Marcos Napolitano (2005, p. 7) explica que ela assume, nesse sentido, o lugar “das mediações, fusões, encontros de diversas etnias, classes e regiões que formam o nosso grande mosaico nacional”. Sob a condição de mediadora, portanto, a música guarda em si potências dialógicas e tradutórias que possibilitam a interpretação de contextos sociais e históricos. Tal fato se torna ainda mais evidente quando abordamos as especificidades inerentes à canção popular. A música no Brasil, sobretudo a música popular, ocupa um local privilegiado no que concerne à história

-
1. Doutora em Letras. Professora na Universidade Federal do Espírito Santo (UFES/CEUNES).
andressa.nathanailidis@ufes.br
 2. Doutora em Música. Professora na Faculdade de Música do Espírito Santo (Fames).
paula.galama@fames.es.gov.br

das práticas socioculturais. Marcos Napolitano (2005, p.7) explica que ela assume, nesse sentido, o lugar “das mediações, fusões, encontros de diversas etnias, classes e regiões que formam o nosso grande mosaico nacional”. Sob a condição de mediadora, portanto, a música guarda em si potências dialógicas e tradutórias que possibilitam a interpretação de contextos sociais e históricos. Tal fato se torna ainda mais evidente quando abordamos as especificidades inerentes à canção popular.

O pesquisador José Miguel Wisnik, ao investigar a essência da canção popular, explica: “as canções absorvem frações do momento histórico, os gestos e o imaginário, as pulsões latentes e as contradições, das quais ficam impregnadas, e que poderão ser moduladas em novos momentos, por novas interpretações”(Wisnik, 1999, p. 214).

Considerando tal propriedade, quando se trata da sociedade contemporânea, é preciso considerar que, a canção popular encontrou no videoclipe um importante aliado em relação à propagação de seus significados de origem. As diversas significações despertadas a partir das conexões inter-sígnicas estabelecidas entre imagem e sons (verbais e não-verbais) ampliam as possibilidades da canção popular, de modo a desvelar importantes aspectos inerentes à história da atualidade.

Em 11 de março de 2020, o diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom declarou ao mundo a pandemia da COVID-19, enfermidade desencadeada pelo Novo Coronavírus (SARS-COV). Diante da inexistência de vacinas ou medicamentos adequados ao tratamento da doença, a Organização passou a recomendar o Isolamento Social como principal medida à prevenção da doença. Nos países atingidos, apenas os serviços essenciais se mantiveram abertos ao atendimento presencial, de modo que os serviços e

seus operadores tiveram de readequar suas rotinas. Não demorou para que diversos artistas ou pessoas ativas da sociedade se organizassem a fim de propor soluções criativas para vencer a angústia, consequência do isolamento causado pela pandemia. Face à condição de isolamento e, também, à capacidade difusora das informações possibilitada pela internet, vieram à tona, videocliques diversos, elaborados em diferentes partes do planeta e cujas temáticas vieram a ser, exatamente, a questão da pandemia e seus efeitos — presentes e/ou futuros. Considerando a bagagem histórica das manifestações culturais de cunho social, o samba, como gênero, não poderia ficar de fora e abarca os dois videocliques escolhidos para esta análise intersemiótica.

O samba sempre foi o gênero escolhido para dar voz ao “povo miúdo” do Brasil (expressão usada por Tinhorão (1998):

E como grande parte dos ex-escravos e seus descendentes trabalhadores do campo – que ajudariam a dobrar a população da capital em vinte e oito anos, fazendo-a passar de 522.651 habitantes em 1890 para 1.077.000 em 1918 – continuavam a ser os baianos antes trazidos para o Vale do Paraíba com a expansão da cultura do café, seria entre tais comunidades (em 1897 acrescidas com a desmobilização de tropas recrutadas pelo exército na Bahia para lutar contra o fanático Antônio Conselheiro) que iriam surgir no Rio as duas maiores criações coletivas do povo miúdo no Brasil: o carnaval de rua dos ranchos e suas marchas, e o ritmo do samba. (Tinhorão, 1998, p. 264)

Neste artigo, intentamos realizar a leitura crítica de dois videocliques produzidos por artistas brasileiros, a saber: O Mundo Parou (Dudu Nobre, Edi Rock, Dexter e Ivo Meirelles) e Samba da Quarentena (Luísa Toller, Gustavo de Medeiros e Henrique Cartaxo). Para tanto, será utilizada como base teórico-metodológica a teoria da tradução intersemiótica

desenvolvida por Júlio Plaza (2013). Antes da efetiva realização da leitura em questão, entretanto, discorreremos acerca do videoclipe, bem como da fundamentação teórica que norteará a leitura em questão.

1. FUNDAMENTOS PARA A COMPREENSÃO DO VIDEOCLIFE

Arlindo Machado (2005, p. 173) define o videoclipe como “um formato enxuto e concentrado, de curta duração, de custos relativamente modestos se comparados com os de um filme ou de um programa de televisão e com um amplo potencial de distribuição”. As origens desta ferramenta remontam ao cinema vanguardista do início do século XX, tendo este se fixado como gênero televisivo de ampla popularidade em meio ao contexto contemporâneo. As primeiras manifestações cinematográficas que estabelecem a sincronia entre som e imagem remetem às décadas de 1920 e 1930. Conforme dispõe o pesquisador Thiago Soares (2012, p. 21), nesse período as imagens possuíam o acompanhamento musical, sendo que a seleção das músicas se dava em função da projeção realizada. “a escolha da partitura estava relacionada ao teor das imagens apresentadas”. Soares (2012, p. 21) explica que, neste período, havia também uma grande influência do jazz, gênero musical que buscava se consolidar no mercado. Data dessa época, inclusive, o lançamento do primeiro filme cantado da História do Cinema: “O Cantor de Jazz”, protagonizado por Al Jolson.

Com o decorrer dos anos, cresceu o número de experimentações filmicas em que as associações entre vídeo e áudio se davam. Na década de 1940, Oskar Fischinger desenhou a sequência animada “Fantasia”, da

Disney. Já na década de 1950, com o surgimento da televisão, emerge outro exemplo de fundamental importância: Paul Whiteman's Teen Club, da Rede Americana ABC. (Soares, 2012).

Em relação ao formato videoclipe, tal como conhecemos na atualidade, os pesquisadores Marildo Nercolini e Ariane Diniz Holzbach (2009) explicam que não há um consenso em relação à data de surgimento deste produto. Apesar disso, dizem, considera-se os anos de 1970 como marco, sendo a produção *Bohemian Rhapsody*, da banda Queen, considerada o primeiro videoclipe pela 'New Musical Express (NME3) importante referência musical europeia. A produção em questão, segundo Nercolini e Holzbach (2009), diferenciava-se pelo fato de deter uma intenção: a de servir ao lançamento de uma música nos meios de comunicação.

O desenvolvimento da indústria fonográfica e dos meios de comunicação, em geral, possibilitou ao videoclipe ampla popularidade à década de 1980. Nesse sentido, a criação da emissora Music Television (MTV), dedicada à exibição ininterrupta de vídeos, contribuiu em muito para tal popularização. Inclusive, foi por meio da MTV que o termo "videoclipe" passou a ser utilizado — "clipe que significa 'recorte' (de jornal, revista, por exemplo), pinça ou grampo, enfoca justamente o lado comercial desse audiovisual." (Soares, 2012, p. 32). Com o decorrer dos anos, houve uma reformulação na grade de programação da MTV Brasil. Os vídeos deixaram de ser veiculados em horário nobre, passando a emissora a investir em entrevistas, reality shows e outros gêneros. Paralelamente a tal fato, a internet expandia cada vez mais seu espaço, consolidando-se como uma das principais formas de difusão deste gênero, sobretudo, a partir do advento do Youtube (Zanetti & Belo, 2012).

O tempo permitiu ao videoclipe “roupagens” mais heterogêneas. Se inicialmente, a produção do gênero era restrita aos grandes veículos de massa, detendo um caráter eminentemente comercial (voltado à venda e difusão da imagem artística com cenários luxuosos que persuadem a partir da sinestesia relacionada a sentimentos de liberdade), com o tempo abriu-se espaço para produções mais poéticas, para a videoarte (Machado, 2000). Além disso, a realização dessas produções, hoje, também é possível de forma autônoma, com custos baixos e utilização de aparato tecnológico mais simples e de fácil acesso.

Considerando a multiplicidade relativa à produção dos vídeos, Machado (2000) propõe uma classificação, em que tais produções são divididas em três categorias ou grupos; à qual explica:

O primeiro, mais primitivo de todos, é o que faz o clipe promocional mais ordinário, mera ilustração de uma canção preexistente. Com esse grupo não vale a pena perder tempo. O segundo [...] compreende toda uma comunidade de realizadores oriunda do cinema ou do vídeo experimentais e que, aliada a compositores e intérpretes mais ousados logrou transformar este formato de televisão num campo vasto e aberto para a reinvenção do audiovisual. Mas, há ainda um terceiro grupo [...] é aquele que encara o clipe como uma forma de audiovisual plena e autossuficiente, capaz de dar uma resposta mais moderna à busca secular de uma perfeita síntese da imagem e do som. Esse terceiro grupo é formado por um outro tipo de realizadores: são em geral, músicos que, além de dar conta de toda a tarefa de composição e interpretação de suas peças musicais, enfrentam também eles próprios a concepção visual do clipe. (Machado, 2000, p. 182)

Propomos nesta pesquisa a leitura crítica-intersemiótica de audiovisuais que, ao nosso ver, integram a terceira categoria, dentre as propostas por Machado (2000), uma vez que a estética produzida por estes reforça o conteúdo performado em oralidade pelas canções. Historicamente,

como aponta Godwin (1992), os estudos relacionados ao videoclipe privilegiaram os aspectos imagéticos destas produções. Percebemos, entretanto, na atualidade, uma tendência “outra”, ligada à compreensão do gênero como estrutura monádica a partir do entendimento das conexões entre as diferentes linguagens que o integram.

Acerca da construção semântica que se estabelece em meio à linguagem audiovisual, expõe Norval Baitello Jr, pesquisador que investiga o campo da cultura da semiótica e da mídia:

Ao contrário do que postural a palavra em seu senso comum, uma imagem não se esgota apenas no sentido da visão: há imagens olfativas, auditivas, táteis, gustativas e proprioceptivas. Tampouco são as imagens apenas registros sobre suportes externos, pois o intenso e complexo trânsito entre os registros no mundo exterior ao corpo humano e seu intrincado processamento interior é que merece ser observado (Baitello, 2014, p. 22)

Para Baitello (2014, p. 22), prossegue elencando que a questão audiovisual desperta uma “incubação” de imagens dentro do homem, fato que desencadeia uma retroalimentação face a seus processos imaginativos.

As imagens que se incubam dentro do homem, em suas vísceras, sua pele, seus músculos ou seu cérebro, quando emergem, criam ambientes de sociabilidades – parcerias, complementariedades, cumplicidades – e de cultura – crenças, imaginários, comunhões – que, por sua vez, alimentam e estimulam a geração e incubação de mais imagens. A este processo chamamos de imaginação: a geração de imagens a partir de sentimentos, sensações, percepções e seu oposto, a geração de sentimentos e sensações a partir de imagens, ou ainda a criação de imagens a partir de imagens, imagem sobre imagem, que por sua vez, com sua capacidade de captura, evocam emoções, novas ou revisitadas, explosivas ou silentes.

Especificamente quanto à questão dos videoclipes, Jeder Janotti Jr. e João André Alcântara (2018) afirmam:

O videoclipe mantém características de sua configuração audiovisual englobando aspectos de sua televisualidade, que é perpassada pelos gêneros musicais e por um emaranhado de “estratégias de comunicabilidade” que agrupam aspectos sonoros e visuais. Não se trata somente de imagem associada às músicas, mas do modo como certos cenários construídos nas mediações dos gêneros musicais e das imagens articulam visualidades musicais. (Janotti & Alcântara, 2018, p. 23)

Ao assumir, pois, toda a complexidade própria ao gênero audiovisual “videoclipe”, pretendemos apresentar uma leitura que contemple as diversas tramas que compõem a semântica performativa deste produto (sons, imagens, gestos, cores, texturas, etc), de modo a buscar compreender possíveis significações despertadas por estes em meio ao contexto de pandemia.

Para tanto, tomaremos como base teórico- metodológica de nossa pesquisa exploratória a teoria da tradução intersemiótica, a qual buscamos expor a seguir.

2. TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA:

A modalidade “tradução intersemiótica” foi definida pela primeira vez pelo linguista russo Roman Jakobson (1969, p. 72). Segundo Jakobson, tal categoria (também chamada de transmutação) consiste na interpretação de signos verbais por meio de sistemas de signos não-verbais, quando se traduz, por exemplo, “da arte verbal para a música, a dança, o cinema ou a pintura”. Jakobson (1969) compreende a linguagem como

experiência ligada aos aspectos da cognição. Em sendo uma experiência cognitiva, pode ser recodificada em função dos objetivos que intenta atingir. Nesses termos, afirma:

Toda experiência cognitiva pode ser traduzida e classificada em qualquer língua existente. Onde houver uma deficiência, a terminologia poderá ser modificada por empréstimos, calços, neologismos, transferências semânticas e, finalmente, por circunlóquios. (Jakobson, 1969, p. 67)

No Brasil, as investigações acerca da tradução intersemiótica ganharam profundidade por meio dos estudos de Julio Plaza (2013). Baseado em Charles Sanders Pierce, Plaza (2013) expande a concepção de Jakobson acerca da tradução intersemiótica, compreendendo que não apenas os signos verbais podem ser traduzidos para signos não verbais; mas que o contrário também pode acontecer. Desta forma, Plaza (2013, p.1) entende que outros sistemas sígnicos também podem ser convertidos em sistemas verbais, havendo, assim, neste processo tradutório, um caráter dialético. Plaza (2013, p. 14) conceitua a tradução intersemiótica à seguinte maneira:

Tradução como prática crítico-criativa na historicidade dos meios de produção e re-produção como leitura, como metacriação, como ação sobre estruturas eventos, como diálogo de signos, como síntese e reescritura da história. Quer dizer: como pensamento em signos, como trânsito dos sentidos, como transcrição de formas na historicidade.

Em sua concepção, a tradução intersemiótica se estabelece como processo criativo dinâmico entre textos, uma forma de retextualização sobre um texto pré-existente; um elo criativo entre momentos diversos:

“passado-presente-futuro, lugar-tempo onde se processa o movimento de transformação de estruturas e eventos”.

O autor compreende que em tal processo tradutório devemos considerar a relação entre os signos e os suportes físico-tecnológicos que emergem a cada contexto histórico. Afirmar, a respeito:

(...) as formas da linguagem atual, junto com as formas produtivas, contaminam e semantizam a leitura, assim como determinam a recepção, ao mesmo tempo em que elas definem sua própria historicidade. Passado-presente-futuro estão atravessados pelas antigas e novas formas tecnológicas (Plaza, 2013, p. 08).

Plaza (2013, p. 79) institui uma tipologia das traduções, referências, algumas vezes simultâneas, que instrumentalizam o exame das traduções reais. De acordo com o autor, são três possibilidades relativas à tradução intersemiótica: 1) tradução icônica ou transcrição, que atua por meio da semelhança existente entre estruturas, instituindo analogias entre objetos imediatos, gerando significações a partir de semelhanças que se relacionam ao objeto de origem. Pode assumir caráter isomórfico (formas semelhantes) ou paramórfico (formas distintas); 2) tradução indicial ou transposição: determina certa continuidade, no todo ou em parte, em relação ao signo original, proporcionando relações de causa-efeito que determinam a interpretação a partir da experiência dos sujeitos; 3) tradução simbólica ou transcodificação: focaliza a linguagem figurativa, operando a partir de metáforas, símbolos ou outros signos de caráter convencional.

Ao admitirmos o gênero audiovisual como uma ampliação da performance cançãoeira possível graças ao aparato tecnológico atual, reconhecemos também a importância de seu (s) suporte (s), além do hibridismo e da complexidade das formas sógnicas que o integram.

Da mesma forma, em relação às categorias tipológicas propostas por Plaza (2013), entendemos que estas se complementam à medida que se realizam as leituras de natureza intersemiótica.

Dado ao conteúdo exposto, passamos, então, à análise proposta, na qual discorreremos acerca dos videoclipes “Samba da Quarentena” e “O mundo Parou”.

3. SAMBA DA QUARENTENA

Composto por Luísa Toller, Gustavo de Medeiros e Henrique Cartaxo, *Samba da Quarentena* oferece a narrativa do isolamento social e seus desdobramentos afetivo-emocionais.

O vídeo tem início com a imagem focalizada de um recipiente de álcool em gel. Em 0’00”1” surge a imagem das mãos de um agente humano, realizando a higienização das mãos. Sincronicamente, escuta-se a contagem do tempo musical “um- dois- um”, que prenuncia a “entrada”, início da performance em canto.

Figura 1

Recipiente de Álcool em gel. Frame do videoclipe



Vídeo de “Samba da Quarentena” no canal Jornalistas Livres no YouTube (2020)

Em 0'0"4"" uma breve introdução é realizada pelo instrumentista (violinista). Em 0'0"6"" tem início a canção pela “união” de vários *frames*, que externam a apresentação de cada artista (instrumentistas e cantores) em seu “universo” privado. À primeira estrofe, a linguagem verbal descreve o cenário do isolamento, no qual cada um se recolhe, mas assume como tarefa a função de levar seu ofício (a arte) adiante. Nesse sentido, destacam-se os seguintes versos: “Cada um na sua/ Todo mundo **ensimesmado** [grifo nosso]/ Cada um no seu quadrado/ **Mas o samba Continua** [grifo nosso]”.

A noção do isolamento é ratificada pela imagem desde o início da performance. Em 0'0" 11"", por exemplo, a imagem (feita de fora para dentro) do artista na janela ilustra tal fato:

Figura 2

Isolamento Social. Frame do videoclipe



Vídeo de “Samba da Quarentena” no canal Jornalistas Livres no YouTube (2020)

A canção prossegue, descrevendo à segunda estrofe um cenário-confinamento que é global e a vontade coletiva (e utópica) de que o vírus (agente implícito à canção e ameaça à humanidade) seja substituído pelo fruir da arte. “Cada um no mundo/ **Toda Terra** [grifo nosso] entocada/ **Que só seja infectada/ Por um samba vagabundo e só** [grifo nosso]”.

À terceira estrofe, as vozes ilocutórias em uníssono descrevem a certeza metaforizada de que a realidade de “isolamento cantado” é um fato passageiro. “**Por um segundo** [grifo nosso]/ Vou fazer minha serenata/**Desse lado da Janela** [grifo nosso]”.

A canção prossegue e à quarta estrofe parece demonstrar intenções educativas, colocando em prática, de maneira profunda, seu papel como instrumento de comunicação. “**Por alguns dias, vou conter a batucada** [grifo nosso]/ Também quando **a gente zela e vela** [grifo nosso]”. Nota-se que o ato de “conter a batucada” pode ser compreendido metonimicamente como isolamento, estado de “cuidado” e “vigília”, necessário a toda a população.

Esta última ressalta-se, surge atrelada a uma preocupação paralela: a falta de empregos, gerada pela crise econômica, fruto da crise da saúde, causada pela pandemia. Nota-se, assim, à quinta estrofe, que a voz ilocutória emana um desejo em prol da coletividade, no sentido de que não falte alimentos a ninguém. “Para que **toda pessoa** [grifo nosso] dê um jeito/ Que não perca seu **direito de encher sua panela** [grifo nosso]”.

Os “votos” em prol da coletividade permanecem na voz ilocutória ao final da primeira exposição, quando à sexta estrofe dispõem: “ Para **que qualquer pessoa seja parte** [grifo nosso]/ Que se tenha **saúde e arte** [grifo nosso]/ Pra gozar a vida bela!”. Destaca-se à esta estrofe, também, o nivelamento atribuído à saúde e à arte, ambas igualmente necessárias à plena fruição da vida. Em relação à edição, destaca-se o fato de que à medida que a canção se desenvolve, a tela passa a se dividir em dois ou mais “frames”- o que pode ter o intuito de despertar face ao receptor a noção de que “embora todos estejam em isolamento,

haverá sempre união”, união esta possibilitada graças à tecnologia e à arte. As imagens abaixo ilustram o fato, apontando as cenas de 0’1”11”” (à esquerda) e 0’1”22”” (à direita):

Figura 3

Divisão Interna de Frames



Vídeo de “Samba da Quarentena” no canal Jornalistas Livres no YouTube (2020)

Apresentada a exposição, a canção é performada novamente, em repetição que apresenta pequenas alterações. Entre 0’1”30”” e 0’1”36”” uma voz masculina falada se contrapõe à continuidade do canto, parecendo intentar uma comunicação direta com o ouvinte, à medida que profere os seguintes dizeres: “Cada um na sua/ cada um no seu quadrado/ Mas o samba continua”. Em 0’1”47”” a substituição de um termo por outro, revela a importância da arte para o artista, que, em isolamento, permanece na companhia da arte: “ **Canto**, enquanto a gente zela e vela”(grifo nosso).

Em 0’2”11”” surgem sons produzidos por uma bebê que está no colo de uma das cantoras (acredita-se, a mãe). Um personagem, possivelmente, o pai da criança surge no canto do vídeo com olhar brincante. A imagem da família ilustra um (dentre todos os outros) ambiente intimista e harmônico no qual a gravação se faz.

Figura 4

Família. Frame do videoclipe



Vídeo de “Samba da Quarentena” no canal Jornalistas Livres no YouTube (2020)

A canção prossegue até o fim com o mesmo estilo de edição em vídeo e todos os cantores performando em uníssono o refrão: “laiá- laiá.. Cada um na sua e o samba continua”. Em 0’2” 45” chama a atenção de um artista utilizando-se da panela como instrumento de percussão, mais uma vez, fato que ressalta o ambiente caseiro da produção.

Figura 5

Panela, instrumento de percussão. Frame do videoclipe



Vídeo de “Samba da Quarentena” no canal Jornalistas Livres no YouTube (2020)

Finaliza-se a performance e, após os créditos do audiovisual, em 0’3”44” uma voz grita, em orientação: “**Lava a mão!** [grifo nosso]”.

4. O MUNDO PAROU

O *Mundo Parou* é um videoclipe que integra a campanha *Favela Contra o Vírus*, lançada pela organização Central Única das Favelas (CUFA), com a direção de Celso Athayde. A canção, escrita a 4 mãos por Dudu Nobre, Edi Rock, Dexter e Ivo Meireles, tem a temática de uma enfermidade que acomete e paralisa o mundo, deixando a população, em sua diversidade, em condição vulnerável e apegada à fé. A performance em audiovisual tem início com uma curta introdução, em que se exhibe a hashtag “#favelacontraovirus sobreposta à imagem da favela, aos 0’0”1””.

Figura 1

Uso de hashtag em tela inicial. Frame do videoclipe



Vídeo de “O Mundo Parou” no canal da WFA Music

Em 0’0”7””, tem se início a exposição em cato. A tela é dividida em *frames* também sobrepostos à imagem da favela e desvela a participação de vários artistas. Cada um, sob a condição de isolamento, performa o samba que se faz performance única por meio da edição. Além dos compositores já citados, participam também do vídeo conhecidos intérpretes

da Música Brasileira, a exemplo de Alcione, Sandra Sá, Karol Conka, Márcio Alexandre e Leo Santana. Às três primeiras estrofes, tem-se o refrão, no qual as vozes ilocutórias proferem: “O mundo parou/ **Jesus Cristo, Alá, Oxalá, Oh meu Deus, eu peço piedade** [grifo nosso]/ O livro sagrado procuro razão pra essa enfermidade/ **Poderosos e ignorantes vão pedir socorro** [grifo nosso]/ **Imagine o povão lá no Morro/ passando mais fome e necessidade** [grifo nosso]” (grifo nosso). Percebe-se, aqui, que, perante adversidade, há um certo nivelamento entre os homens, de modo que sujeitos vindos de diferentes classes sociais clamam pelo auxílio de uma força maior. A música nos põe à reflexão face a (ainda maior) dificuldade a ser atravessada pelas camadas que vivem nas periferias do Brasil — milhões de pessoas, em condições “normais” já vivem em condições de subalternidade no Brasil, sem saneamento e destituídas de direitos básicos. Perante a pandemia, a canção ressalta uma potencialização máxima dessas dificuldades à medida que põe o expectador a refletir acerca dessa possibilidade (*Imagine?*).

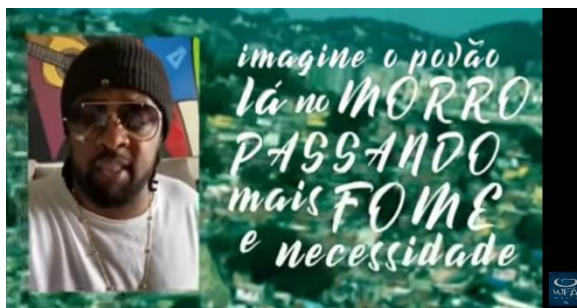
Há também referências à diversidade etnicorracial e matrizes religiosas, características do território brasileiro. Percebe-se, além disso, a aplicação de efeitos especiais que tornam a movimentação dos *frames* sobre a tela algo mais dinâmico, bem como trabalham a iluminação das cenas. Destacam-se, ao fundo, detalhes que compõem a decoração do ambiente em que estão situados os artistas. Quadros, estantes, mobiliários e instrumentos musicais pendurados na parede também compõem a estética da produção.

Em 0’0”22”, nota-se a utilização, mais uma vez, da linguagem verbal — recurso que, deste ponto em diante, passa a ser recorrente em meio à produção. Nota-se que os versos que compõem a letra da

música dividem a tela com a imagem do artista, Xande de Pilares. As letras, “serifadas”, parecem conservar a intenção de um reforço perante a mensagem transmitida.

Figura 2

Uso de Linguagem verbal e visual



Vídeo de “O Mundo Parou” no canal da WFA Music

Chama atenção, em 0’0” 46””, a entrada de artistas ligados ao Movimento Hip-Hop, cujo berço, transnacional, são as regiões periféricas. Neste instante, inicia-se o desenvolvimento da canção, ponto em que o ritmo se transforma, convertendo-se em um samba-rap de vertente ideológica, voltado à orientação das massas. O propósito “educativo” inicia-se à quarta estrofe da canção³. “É verdade, Dudu/ Oh, o mundo parou/ Bem melhor prevenir do que remediar”. O vocativo “Dudu” traz à canção o tom da informalidade, como se houvesse ali uma conversa, seguida de um “aconselhamento” direto, estabelecido à quinta-estrofe. A canção educa, enquanto profere orientações básicas relativas à prevenção da doença. “**Faça** [grifo nosso] o certo/ é necessário se conscientizar/ **Lave as mãos com sabão** [grifo nosso]/ **Fuja da aglomeração** [grifo nosso]/ Cada um, Cada qual/ Fortalecendo a si próprio/ Fortalece Geral/

Enquanto não há saída, mano, a saída é você [grifo nosso]/ **A razão** [grifo nosso] é o nosso viver e dever”.

Nota-se a aplicação da função conativa ou apelativa da linguagem, caracterizada pelo uso do modo imperativo e dos vocativos, função esta que conserva o propósito da persuasão e do convencimento. Em relação à estética apresentada, ao longo da produção há referências visuais que remetem à cultura afrodescendente.

Ressaltamos, nesse sentido, as cenas de 0’0” 50” (à esquerda) e 0’0” 58” (à direita) nas quais os cartazes nos trazem a exaltação da tradição africana:

Figura 3

Sequência de frames em que se externa a cultura afrodescendente



Vídeo de “O Mundo Parou” no canal da WFA Music

A canção prossegue. O refrão é reapresentado e à sexta estrofe, surgem outras orientações para evitar o vírus e manter, também, a saúde mental: “**É lavar bem as mãos** [grifo nosso]/ **Proteger os idosos** [grifo nosso]/ **Permanecer em Casa** [grifo nosso]/ **Mas não Ociosos/ Ligar pros amigos** [grifo nosso]/ Vencer essa etapa/ Já já esse vírus vai sumir do mapa/ **Não Sair Comprando/ Nada vai acabar/ Manter a calma/ E não se desesperar** [grifo nosso]/ Pacientemente, seja chapa quente/ Siga em frente, aguente”. Neste trecho, nota-se uma modalização

discursiva epistemológica que transmite conhecimentos e, ao mesmo tempo, esperança. Destaca-se aqui também a relevante dialogia, espelhamento do estético face ao real, uma vez que, ao ser noticiada a pandemia, cena recorrente era a de supermercados lotados, com pessoas estocando alimentos sob o recear da falta. A canção chega ao fim com a reexposição do refrão, quando a imagem é a da repartição da tela em múltiplos *frames* que cedem à recepção a noção de ser uma produção coletiva. Ilustramos este argumento com a cena de 0'2"14"', quando a imagem do sambista Márcio Alexandre surge ao centro, tendo ao fundo ilustrações que remetem ao Rio de Janeiro. A estética parece priorizar a imagem do Cristo Redentor em frente aos Arcos da Lapa, o que indiretamente desperta o imaginário coletivo para uma associação entre o Rio de Janeiro e a presença das favelas. Ressaltamos, também, mais uma vez o uso da linguagem verbal, quando se apresenta a logomarca da entidade organizadora, Cufa, bem como seu endereço eletrônico.

Figura 4

Referências múltiplas: Cristo Redentor, Arcos da Lapa, artistas, uso da linguagem verbal



Vídeo de “O Mundo Parou” no canal da WFA Music

A produção chega ao fim em 0’2”36””, quando os créditos são exibidos sobrepostos à imagem da favela e margeados, mas uma vez, pela logomarca da Cufa, a *hashtag* da campanha, bem como seu endereço eletrônico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As leituras apresentadas neste artigo evidenciam a potencialidade do videoclipe — extensão da canção — como instrumento gerador de múltiplas significações e procedimentos identificatórios em relação ao público receptor, uma vez que suas questões partem e dialogam com a realidade contemporânea.

A temática da pandemia e seus desdobramentos — o isolamento, as dificuldades, os medos, a fé — são abordados nas produções, a partir de um viés que é, ao mesmo tempo, educativo e esperançoso. Em *Samba da Quarentena*, as inferências por parte do leitor se dão por meio de exigências interpretativas que partem de maior subjetividade e plasticidade. A imagem do indivíduo manipulando o recipiente de álcool em gel educa a conduta coletiva, bem como os versos, ditos em primeira pessoa (“**Por alguns dias**, vou conter a batucada”), associados à estética caseira da produção, cedem o exemplo ao receptor de que a adesão ao isolamento social se faz precisa e necessária.

Em *O Mundo Parou*, a comunicação se estabelece de maneira mais direta, literal. Destaca-se, nesse sentido, a aplicação da função conativa da linguagem, conforme já expusemos. Ambas as produções trabalham ritmos — samba, rap — que integram o arcabouço cultural e o imaginário coletivo do brasileiro; ritmos cuja raiz se dá em contextos periféricos

e, justamente, em função disso, parecem deter maior amplitude no que concerne à eficácia do potencial comunicativo perante as massas populacionais.

Instrumentos artísticos produzidos coletivamente — ressaltamos, nesse sentido, o quão preterida, historicamente, é a esfera da arte em nosso país e o quão necessária à sobrevivência e à manutenção da saúde mental esta tem sido nestes tempos de pandemia— as produções aqui apresentadas mostram-se, acima de tudo, capazes de interferir como formas conscientizadoras da população, levando criativamente a esperança aos brasileiros.

REFERÊNCIAS

- Baitello N. (2014). Imagem e emoção: movimentos exteriores e interiores. In N. Baitello & C. Wulf (Orgs.). *Emoção e imaginação: Os sentidos de as imagens em movimento*., Estação das Letras e Cores.
- Goodwin, A. (1992). *Dancing in The Distraction Factory: Music, Television and Popular Culture*. University of Minnesota.
- Holzbach, A., & Nercolini; M. (2009) Videoclipe em tempos de reconfigurações. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, 1(39). <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5841/4235>
- Jakobson, R. (1969). *Linguística e comunicação*. Cultrix.

- Janoti, J., & Alcântara, J. (2018). *O videoclipe na era Pós- Televisiva: questões de gênero e categorias musicais nas obras de Daniel Peixoto e Johnny Hooker*. Appris.
- Machado, A. (2000). *A televisão levada a sério*. Senac.
- WFA Music. (22 de março de 2020). *O Mundo Parou* [Arquivo de vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=rOhBCA2z_QQ
- Napolitano, M. (2005). *História e Música: história cultural da música popular*. Autêntica.
- Plaza, J. (2013). *Tradução intersemiótica*. Perspectiva.
- Sá, S. (2019). Cultura digital, videoclipes e a consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica. *Revista Fornteiras*, 21(2). <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2019.212.03>
- Jornalistas Livres. (22 de março de 2020). *Samba da Quarentena*. [Arquivo de Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=La4YMYtJM2o>
- Soares, T. (2012). *Videoclipe: o elogio da desarmonia*. Marca da Fantasia.
- Tinhorão, J. R (1998). *História Social da Música Popular Brasileira*. Ed.34.

Zanetti, D., & Belo, R. (2012). Da TV pra a Web 2.0: Os novos usos do videoclipe. *Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura*, 10(3), 777-793. <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewArticle/6265>

Wisnik, J. (1999). *O som e o sentido*. Companhia das Letras.

CULTURA VISUAL E *FAKE NEWS*: REALIDADES SUGERIDAS

Carla Luzia de Abreu¹

Nossa história de desenvolvimento social foi caracterizada pelo fascínio pelo visual. As imagens, entendidas como formas de representação da experiência humana, estiveram presentes na organização das estruturas sociais ao longo do tempo e sempre ocuparam um lugar de destaque nas relações de poder (Mirzoeff, 2011). Hoje, a diferença, é que esse fascínio foi massificado e as imagens já não atuam de forma discreta e seletiva, elas se incrustaram na cena cotidiana de forma definitiva e voluptuosa. Atualmente, em todo o mundo, milhares de imagens são produzidas diariamente e passam a circular nas redes digitais e canais de comunicação na mesma velocidade com a qual foram produzidas. O resultado são olhos viciados que olham, mas não veem, gerando experiências que modificam a relação entre ver e conhecer, olhar e interpretar o que se vê.

Nos caminhos percorridos por essa velha senhora, a imagem, aprendemos a não duvidar de suas representações, olhá-la como um espelho da realidade, como garantia de acesso ao real: “não me contaram, eu vi!”, diz o ditado popular. Essa frase, uma entre as muitas que se referem ao

1. Doutora em “Artes y Educación”, pela Universidade de Barcelona, Espanha. Pesquisadora e professora da Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais, Brasil.
carlaabreu@ufg.br

poder da visão, associa a imagem ao fato, isto é, ao o que é verídico. A imagem não engana, ou não enganava! Historicamente, começamos a duvidar dessa soberania nas últimas décadas do século XX. A Cultura Visual como área de conhecimento surgiu na década de 1980, com a tarefa de analisar o papel das imagens nas estruturas sociais e os significados que são criados por meio das práticas cotidianas de ver.

Os estudos da Cultura Visual entendem que as visualidades formam parte do patrimônio cultural coletivo e estão associadas não apenas às condições sociais e materiais do visível, mas também as representações de mundo e as realidades contextuais que são construídas a partir delas. O historiador de arte Hall Foster (1988), no prefácio do livro *Vision and Visuality*, se referiu a visão e visualidade como elementos vinculados a fatores sociais e ambos pertencentes ao universo cultural das sociedades. Nesse sentido, o autor anuncia que a visão, assim como as visualidades, também possui seus mecanismos de racionalidade social, a diferença, explica Foster, é que a visualidade envolve o corpo e a psiquê. Isso acaba instituindo, também, as distinções entre como vemos, o que somos capazes de ver, quem está autorizado a ver e o que foi intencionalmente pensado para estar invisível (Foster, 1988, p. ix).

A visualidade, portanto, não se refere apenas aos códigos sociais sobre os modos de ver, mas, também, às circunstâncias em que as realidades são elaboradas a partir das práticas sociais que conformam e domesticam o olhar.

Mirzoeff (2011), ao traçar a história das visualidades, destaca como as estruturas de poder privilegiam o visual, usando-o para exercer o controle e a vigilância. Os estudos da Cultura Visual se dedicam a analisar criticamente a construção desse olhar normatizado e apontam

para um campo social expandido, multidisciplinar, em que a mediação visual informa a variedade dos agentes que interferem na construção dos significados socioculturais. Olhar, nesse sentido, faz parte de um processo performativo e está diretamente associado às convenções e as dinâmicas de poder que fazem uso das visualidades para estabelecer hierarquias e naturalizar o olhar.

Em contextos altamente visuais e com inúmeros visualizadores, a imagem agora é aliada da propagação de *fake news*, um fenômeno atual que aposta na crença e poder de veracidade das imagens, para difundir desinformações, enganar ou sugerir realidades construídas. A noção sobre o que hoje entendemos como *fake news* “é um fato estruturante da vida contemporânea, que não pode ser simplesmente eliminado com as ferramentas críticas tradicionais da historiografia ou compreendido apenas como manipulação falsificadora”. (Araújo, Pereira, & Klem, 2020, p. 13)

Essa prática cria verdades artificiais em que a ambiguidade dá a tônica dos complexos de visualidades. Mas de que verdade estamos falando? A quem servem? Para que são criadas? Segundo o dicionário Oxford que em 2016 elegeu o termo “pós-verdade” como a expressão daquele ano, o termo se refere a um aglomerado de práticas, nas quais “fatos objetivos são menos influentes na opinião pública do que as emoções e as crenças pessoais” (Hancock, 2016).

Este artigo busca refletir sobre o papel das imagens na manutenção das relações de poder e na difusão de conteúdos e notícias intencionalmente criadas para enganar ou confundir. Imagens que continuam a serviço do poder; mas, agora, reinventam-se em muitos lugares e formatos, graças ao alcance de difusão tecnológica da informação no

tempo presente. Assim, interessa, aqui, pensar a imagem para além de sua materialidade, para refletir também a invisibilidade sobre o que se vê, ou seja, aquilo que está encoberto pela visualidade dominante.

FAKE NEWS: A MENTIRA IMPLANTADA

A mentira requer movimentos cautelosos, pois trata-se de uma ação arriscada, afinal, “a verdade sempre pode vir à tona”, como diz outro conhecido dito popular. No século 21, boatos, calúnias e mentiras disfarçadas de verdade viraram dispositivos de controle das subjetividades coletivas e têm como principal suporte as ferramentas digitais que facilitam o trabalho de manipular dados e imagens, “borrando ainda mais as fronteiras entre o real e aquilo que foi manuseado para transparecer como verdade” (Abreu, 2020, p. 97). A imagem, após a inserção de tecnologias que facilitam a adulteração intencionada da representação, deixou de ser um certificado confiável de veracidade e de reflexo factual do real.

Uma vítima frequente de mentiras e *fake news* é Manuela D’Ávila (PCdoB) que, em 2018, foi candidata à Vice-Presidência da República na chapa de Fernando Haddad (PT), tendo como principal concorrente, Jair Bolsonaro. Às vésperas das eleições, sua imagem usando uma camiseta com os dizeres “Jesus é travesti” e logo abaixo o desenho de um arco-íris, foi amplamente compartilhada nas redes sociais e aplicativos como o WhatsApp. Na foto original, postada pela própria Manuela em seu perfil no Twitter, no dia 2 de outubro de 2018, a candidata usava uma camiseta onde se lia “Rebele-se!”. A mentira veio à tona, o fato foi revelado, mas, seus efeitos, podem ter reverberado

de forma irreversível, não só na carreira política de Manuela, mas no próprio resultado das eleições.

Figura 1

Manuela D'Ávila expõe a montagem com sua foto.



<https://twitter.com/ManuelaDavila>

Mesmo diante da prova real da mentira manipulada, a propagação da imagem original pareceu não ter valor como fato. A credibilidade foi posta à dúvida. A imagem manipulada cumpriu sua função de insinuar uma falsa realidade, indo muito além daquilo que foi visto e compartilhado. Ganhou uma narrativa própria e tornou-se parte do regime de visualidades que ajuda na manutenção do controle dos corpos e dos discursos que instauram realidades de acordo com as conveniências dos jogos de poder. “A imagem nunca é uma realidade simples” (Rancière, 2012, p. 14).

Interpretá-la requer colocar em intersecção um conjunto de elementos que atuam em conjunto, como explica Jacques Rancière:

Uma imagem nunca está sozinha. Pertence a um dispositivo de visibilidade que regula o estatuto dos corpos representados e o tipo de atenção que merecem. A questão é saber o tipo de atenção que este ou aquele dispositivo provoca (2014, p. 96)

Para Rancière, política e arte (e aqui, também considerando as imagens) são elementos associados. Para o filósofo, a política é essencialmente estética e, nesse casamento de conveniências, o que está em jogo é a reconfiguração dos lugares e tempos, do visível e do invisível, do dizível e do silêncio. As imagens ganham existências e identificações que as impedem de serem pensadas de forma isolada, porque estão imersas em imaginários e regimes visuais. E, é desse lugar onde os significados são criados e as relações são estabelecidas. Entre os afetos e os efeitos delas decorrentes, a relação dos sujeitos com as imagens é uma estrada de muitas vias, na qual não é possível identificar onde está a agência. Se é por meio das experiências que atribuímos significados ao mundo e ao que vemos, as relações podem ser múltiplas e é impossível atribuir uma ideia universal ou unificadora da percepção visual e o fascínio que as imagens provocam nas espectadoras e espectadores, cujas buscas por sentido são perpassadas pelas vivências de cada pessoa.

Ainda segundo Rancière (2012), o que está em jogo não é a relação entre imagem e realidade, mas sim como as imagens interagem com outras imagens e com o contexto em que elas surgem. Dessa forma, as atribuições diretas e referenciais podem se mover em várias direções. As imagens “são operações: relações entre um todo e as partes, entre

uma visibilidade e uma potência de significação e de afeto que lhe é associada, entre as expectativas e aquilo que vem preenchê-las” (2012, pp. 11-12). A imagem, de acordo com Rancière, está associada à noção de regime e relacionada com aquilo que está visível e o que pode ser dito sobre o que se vê. Nessa direção, essas operações “vinculam e desvinculam o visível e sua significação, ou a palavra e seu efeito, que produzem e frustram expectativas” (2012, p. 13), trazendo para a discussão as qualidades, identificações e afetos que elas produzem, dentro de um regime de relações e possibilidades que os conteúdos visuais podem provocar nos sujeitos. Dessas relações imersas em tensões, contradições e ambivalências surge o local onde as significações são geradas.

As imagens adulteradas intencionalmente para enganar os olhos (e as significações decorrentes da ação de vê-las) apontam para um campo social expandido do visual e sugerem que, hoje, para entender o que ocorre nas práticas de produzir imagens e notícias falsas com as quais temos contato diariamente, é importante focar nas maneiras pelas quais as práticas de olhar informam os modos de estar nos grupos sociais, considerando um mundo cada vez mais mediado e constituído pelo visual.

Nesses contextos, onde a proliferação das imagens informa os movimentos do mundo, principalmente por meio das redes sociais, as afetações e identificações variam, indo das subjetividades altamente pessoais às públicas e, nessas operações, é comum não pararmos, não darmos o tempo necessário para que a reflexão sobre o que foi visto possa surgir. Esse olhar viciado, aquele que olha e não vê, é consequência das práticas incorporadas ao cotidiano de consumir e produzir imagens de forma incessante.

Essa é uma tendência bem recente. Basta lembrar que a câmera doméstica da década de 1970, usada para momentos especiais e álbuns de família, foi substituída pelas câmeras acopladas aos celulares a partir de 2000 e, desde então, tirar fotografias tornou-se, para muitos, um hábito banal. De fato, centenas de bilhões de fotografias são tiradas a cada ano. A cada minuto, dezenas de milhares são carregadas no Instagram e mais de 200.000 são postadas no Facebook². Em uma hora, mais imagens são compartilhadas do que as produzidas em todo o século XIX. Com esses novos hábitos, as fotografias pessoais, antes restritas ao ambiente doméstico, passaram a ser potencialmente públicas.

O campo social expandido do visual se refere às práticas cotidianas de consumir e produzir imagens. As visualidades - entendidas como determinações discursivas inscritas nas imagens e dirigidas a um grupo ou sociedade -, se impõem como uma condição do cotidiano, em que as relações, os afetos, desafetos, as interações, as experiências e os compartilhamentos são representados através do visual. Visualidades, assim, se referem a um “fato social” (Foster, 1988). Incluem não apenas códigos sociais sobre o que pode ser visto e quem é capaz e autorizado a ver, mas, também, a construção de contextos específicos construídos em relação às práticas de ver o mundo por meio do visual. A visualidade é, portanto,

-
2. De acordo com os dados da edição de 2020 do gráfico Data Never Sleeps, da Domo, na Internet, a cada minuto, 347 mil novos Stories são postados no Instagram, 147 mil fotos são publicadas no Facebook e 41 milhões de mensagens são trocadas no WhatsApp. O Spotify inclui 28 novas músicas ao seu catálogo, o YouTube ganha 500 novas horas de vídeo enviados pelos usuários e o Twitter recebe 319 novos usuários. Além disso, em apenas um minuto, 69.444 pessoas se candidatam à alguma vaga no LinkedIn, enquanto a Amazon envia 6.659 encomendas, enquanto o TikTok é instalado 2.704 vezes em novos dispositivos. Em 2020, são 4,5 bilhões de pessoas (aproximadamente 61% da população mundial) com algum nível de acesso à Internet, crescimento expressivo diante dos 4,3 bilhões estimados em 2018. <https://www.domo.com/learn/data-never-sleeps-8>

um termo que se refere às formas complexas como o poder se utiliza de meios psíquicos e emocionais para controlar e distribuir privilégios e definir faixas de consumidores privilegiando os artefatos visuais.

Nessa direção, as visualidades definem não apenas as condições do visível, mas, principalmente, o funcionamento do sistema político e econômico nas sociedades (ocidentais) contemporâneas. Trata-se de uma condição generalizada de estar no mundo, cujo poder de atuação nos envolve sem nos dar conta, por meio das práticas de ver. As visualidades, portanto, orientam as formas de comunicar com o mundo, percebê-lo, e são componentes cada vez mais importantes nas formas de nos instituir e viver como seres políticos e culturais. Mas, essa característica, não significa, fundamentalmente, que todas as pessoas interpretam, decodificam ou criam significações novas a partir daquilo que lhes chegam, ou daquilo que veem.

Apesar de haver espaço para as negociações, as narrativas e os significados presentes nas visualidades, de forma direta ou implícita, são produzidas e eleitas de forma criteriosa, impostas e direcionadas para atender determinados fins e grupos sociais. Não interessa às dinâmicas do poder que as pessoas possam decifrar as imagens alteradas ou construídas para enganar os olhos. Dessa forma, exercitar um olhar crítico, transformar a experiência com o visual, não se dará a partir da naturalização das práticas de ver e nem na aposta da homogeneização ou universalização das interpretações sobre os significados presentes nas imagens.

As ferramentas digitais, como dito anteriormente, facilitaram a adulteração das imagens e inclusive de documentos, para conduzir e operacionalizar os jogos de poder. Um exemplo conhecido, descrito

com detalhes em uma reportagem do *The Intercept* Brasil (Dias & Lotfi, 2019), é do então Secretário de Estado do Meio Ambiente de São Paulo e, hoje, Ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles que, em 2016, associado à Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp), comandou uma operação para adulterar um mapa ambiental, sob o argumento que o zoneamento da região não estava adequado para delimitar a extensão da Área de Proteção Ambiental. Em realidade, a finalidade era atender interesses de mineradoras que pretendiam atuar na região, como demonstrou a referida matéria.

Tal operação foi denunciada ao Ministério Público de São Paulo e Salles foi condenado por improbidade administrativa em 1º instância, entrou com recurso e as expectativas de que se livre da condenação são promissoras, como aponta a reportagem do *Intercept* Brasil: “a condenação saiu no dia 18 de dezembro de 2018. Duas semanas depois, ele assumiu o cargo de ministro do Meio Ambiente na gestão de Jair Bolsonaro.” A crença na impunidade fortalece os discursos de certos políticos que se sentem à vontade para defender o que chamam de “fatos alternativos”.

Nesse cenário, paradoxalmente, o discurso sobre a “verdade” reverteu-se em ferramenta para negação e a manipulação de dados. [...] Mais do que o simples falseamento de acontecimentos e informações, nos deparamos com um fenômeno que também consegue articular dados corretos, acontecimentos às interpretações subjetivas e manipulações mal-intencionadas sobre conteúdos e informações. (Meneses, 2020, p. 39)

Mesmo com a apresentação de provas sobre as falsificações manipuladas digitalmente, desvelando as mentiras e más intenções das

adulterações, em geral, os significados pretendidos são alcançados por meio da visualização massiva desses materiais e validadas por meio de milhares de *likes* e compartilhamentos nas redes sociais e nos aplicativos de comunicação, legitimando as mentiras produzidas, cujas provas parecem não ter valor factual.

Outro elemento importante na produção e disseminação de *fake news* é a estratégia de apelos emocionais e sensacionalistas para dar ênfase à credibilidade da mensagem. A roupagem emocional torna a narrativa mais atrativa (ou conveniente) e é empregada para difundir, confundir e manipular a psiquê, bem como, controlar os significados almejados.

Figura 2

Postagens de um vídeo postado no Twitter nos perfis de Ricardo Salles e Hamilton Mourão para criar uma falsa narrativa sobre as queimadas na Amazônia.



Postagens já retiradas dos perfis.

Recentemente, no início de setembro de 2020, quando o mundo assistia perplexo imagens e vídeos sobre as queimadas na floresta

amazônica e no pantanal mato-grossense, Ricardo Salles, o ministro do Meio Ambiente, compartilhou em sua conta no Twitter um vídeo para contradizer as várias denúncias no Brasil e no exterior de paralisia e ineficácia do Governo para combater as queimadas. A postagem, logo em seguida, também foi compartilhada pelo vice-presidente Hamilton Mourão, também por meio do Twitter.

Logo após a publicação do vídeo³ por duas importantes autoridades brasileiras, a mentira, novamente veio à público e vários canais de informação deram o alarde⁴. No vídeo, algumas imagens mostravam, na verdade, a Mata Atlântica – presente principalmente no sudeste brasileiro, ou seja, a milhares de quilômetros da Amazônia – e, nelas, um animal típico deste ambiente: um simpático mico-leão-dourado, símbolo desse habitat natural. O vídeo, com narração em inglês (aparentemente, com a voz de uma criança) e legendas em português, é assinado pela Associação de Criadores do Pará (Acripará), formado por pecuaristas do Estado. No final do vídeo, em tom emotivo, a pergunta: “De qual lado você está? De quem preserva de verdade ou de quem manipula seus sentimentos?”. Essa falácia já foi repetida por vários membros deste Governo, inclusive pelo próprio Bolsonaro, em seu discurso na 75ª Assembleia Geral da ONU⁵, ocorrida em 22 de setembro de 2020.

3. O vídeo ainda pode ser visto em algumas contas privadas no YouTube, como esta <https://youtu.be/b7JxLNDKLVg>

4. Entre várias denúncias na imprensa brasileira, algumas delas: ClimaInfo (shorturl.at/tyRS9); Correio Brasiliense (shorturl.at/oxyY0) e G1 Globo (shorturl.at/npKSV)

5. O discurso, na íntegra, pode ser lido neste endereço: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-09/presidente-jair-bolsonaro-discursa-na-assembleia-geral-da-onu>

Desmentidos, Salles e Mourão apagaram suas postagens, não antes de também serem replicadas por opositores do Governo. Mas, mesmo com a ampla divulgação da inveracidade do vídeo, as duas publicações nas redes sociais receberam milhares de *likes* e compartilhamentos e muitos foram às redes defender Salles e Mourão contra aqueles que contestavam as postagens, inclusive levantando a hashtag #StopFake-NewsAboutAmazon, no Twitter, promovida por algumas pessoas e centenas de robôs automatizados.

Esse contexto paradoxal reflete a sociedade brasileira: de um lado, as pessoas que duvidam e se informam sobre a disseminação de *fake news* e, de outro, aquelas que acreditam em qualquer coisa e, mesmo diante de provas sobre as mentiras criadas, preferem negar a realidade dos fatos.

A PÓS-VERDADE: “SELEÇÃO AFETIVA DE IDENTIDADE”

Eu não preciso ler jornais
Mentir sozinho eu sou capaz
(Fragmento da canção Cowboy Fora da Lei, de Raul Seixas, 1987)

Segundo o historiador Leandro Karnal⁶, em entrevista ao Programa Ponto a Ponto, a pós-verdade é uma “seleção afetiva de identidade” e se difere totalmente da mentira. Para ele, a pós-verdade é algo mais complexo e pressupõe a perda da necessidade do vínculo com o real, com o factual. Trata-se, explica o historiador, de uma característica

6. Programa Ponto a Ponto, exibido na Band News, em 20 de março de 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=2EkrD3eNe5c>

contemporânea em que algumas pessoas passam a pensar o mundo de forma autocentrada, narcísica, em que a opinião pessoal, o critério individual, é mais importante do que qualquer outra opinião contrária à sua.

Essa característica, obviamente, facilita a propagação de *fake news*, bem como a manipulação dos fatos por parte das narrativas hegemônicas, justamente porque, as provas, a verdade, a objetividade, o bom senso, já não são elementos relevantes. No contexto da pós-verdade há uma inversão de valores e as realidades são construídas sem nenhum discernimento ou compromisso com a verdade. Inclusive, nem é preciso criar fatos irreais, basta sugerir-los, contar meias-mentiras e deixar que o boato seja disseminado. O importante é que a notícia falsa chegue ao maior número de pessoas e que elas acreditem e comprovem seus pontos de vista preconcebidos e considerados relevantes desde suas próprias opiniões, mesmo que a narrativa seja completamente delirante.

O jornalista Matthew D’Ancona (2018), no livro “Pós-verdade. A nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News”, explica que a pós-verdade é uma reação de parte da população em função de uma desilusão, em que o indivíduo não se sente mais representado pela classe política. Refere-se também a um sentimento de descrédito em relação às imprensas oficiais que comumente distorcem os fatos para atender seus próprios interesses e de grupos econômicos. Por último, a mais absurda: a negação da ciência como resultado do conhecimento acumulado ao longo do tempo pela humanidade.

Essa tendência comportamental privilegia as crenças e as ideologias sob a concretude da realidade e da própria materialidade do fato, em favor de opiniões e escolhas pessoais. Entre os muitos desatinos, esse movimento defende o denominado “terraplanismo”; questiona a eficácia

de vacinas, colocando em risco a saúde da população mundial; nega fatos históricos, como o nazismo e a crueldade do período escravocrata. Pessoas ligadas a esse movimento também são, frequentemente, da ultradireita, racistas, homofóbicas, eugenistas, xenofóbicas, moralistas e machistas; uma verdadeira ode à mediocridade e à intolerância.

O negacionismo (histórico e científico) é um fenômeno global, especialmente em países com políticas neoliberais mais agressivas. Mas, no Brasil, a pós-verdade vai além do negacionismo. Há uma verdadeira onda rumo ao obscurantismo, em que a ignorância e a estupidéz de muitos indivíduos, o fundamentalismo religioso, a ambição de empresários, banqueiros e de segmentos políticos que visam seus próprios interesses, passam a definir os rumos do país, com consequências trágicas para a educação, a arte e a cultura. De acordo com as palavras de Sônia Meneses:

Assim, proliferaram na cena pública discursos reativos que se sustentam na difusão de notícias e conteúdos deliberadamente criados para enganar, confundir ou desqualificar lugares da produção do conhecimento e, conseqüentemente, da história. Abusos sobre as leituras do passado, mas também, abusos das ideias de verdade que têm servido para sustentar posições reacionárias, cujo ponto alto, no caso do Brasil, foi a eleição de um político de extrema direita para a presidência do país. (2020, p. 40)

Prevalece um desinteresse entre a população de buscar informações corretas, basear-se em pesquisas fundamentadas, ou ler textos mais alongados. Além disso, há uma dificuldade de grande parte da população de ouvir críticas ou opiniões contrárias, não há espaço para o dissenso. Para esses indivíduos, o diálogo e a troca de experiências

não são bem-vindos. Consequentemente, perde-se a oportunidade de aprendizagens e deslocamentos.

O governo de Bolsonaro sabe muito bem se beneficiar da pós-verdade tanto para manter a adesão de segmentos sociais de tendência fascista, quanto para se valer da fé e da ignorância de parte considerável da população brasileira, desprovida de acesso à educação básica de qualidade, às informações confiáveis, ao saneamento e à garantia de poder contar com a saúde pública⁷. Aliado à sua política conservadora, difamatória, irresponsável e aos seus discursos conspiratórios, a coalisão política em torno de Bolsonaro conta ainda com um exército de robôs informáticos que ajudam na propagação da notícia falsa, simulando a legitimidade e a credibilidade do governo.

Todo esse movimento tem intenções claras: implementar uma agenda neoliberal no país e de interesse próprio, além de gerar um estado de instabilidade social, política e econômica, minar a esperança por um estado mais justo e igualitário e apostar na violência das narrativas que cumprem o papel de desinformar a população e deixa-la vulnerável às necropolíticas governamentais.

As estratégias de Bolsonaro, de sua família e grande parte de membros de seu governo sabem do poder da hegemonia do visual na vida cotidiana e recorrem frequentemente às imagens para valorizar a mensagem pretendida. Nessa triste parte da história do Brasil atual, o Governo claramente é consciente do poder da representação para que

7. No momento em que escrevo as linhas finais deste texto, em outubro de 2020, Jair Bolsonaro anunciou na imprensa nacional que, apesar de mais de 154 mil mortos no país por Covid-19, a vacina não será obrigatória. Fonte: G1 Globo, em 19 de outubro de 2020, recuperado de <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/10/19/bolsonaro-diz-que-vacinacao-contra-a-covid-19-nao-sera-obrigatoria.ghtml>

suas narrativas tenham êxito e usam as visualidades para afiançar suas ações e discursos. Com outras palavras, tudo indica que o bolsonarismo conhece bem o poder performativo e os efeitos epistemológicos das visualidades para a compreensão de mundo e para a criação de “realidades alternativas”.

Esse cenário desorientador indica a importância de observar mais atentamente aquilo que nos chega por meio da experiência visual e que aponta para a necessidade de converter os estudos da cultura visual em um campo denso, pragmático e efetivo, cobrando o protagonismo da educação em sentido amplo, em especial, das escolas e, particularmente, da disciplina de Artes Visuais, cujas ferramentas, conteúdos e métodos têm muito a contribuir para romper com a desautomatização do olhar e gerar as condições para criar novas narrativas, outros significados e estabelecer novas relações entre ver e conhecer, ver e acreditar, ver e sentir.

REFERÊNCIAS

- Abreu, C. L. de. (2020). Contravisualidades: práticas de resistência em tempos de pandemia e fake News mentiras ou meias-verdades (pp. 90-106). *Concinnitas*, 21(38).
- Araújo, V., Pereira, M., & Klem, B. (Orgs.). (2020). *Do fake ao fato: Des(atualizando) Bolsonaro*. Editora Milfontes.
- D’Ancona, M. (2018). *Pós-verdade. A nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News*. Faro Editorial.
- Dias, T., & Lotfi, R. (2019, fevereiro 4). O ministro do arremedo. Como Ricardo Salles adulterou um mapa ambiental para beneficiar

mineradoras. *The Intercept*. <https://theintercept.com/2019/02/03/ricardo-salles-mineradoras/>

Foster, H. (1988). *Vision and Visuality*. Bay Press.

Hancock, J. R. (2016, novembro 17). Dicionário Oxford dedica sua palavra do ano, ‘pós-verdade’, a Trump e Brexit - No debate político, o importante não é a verdade, mas ganhar a discussão. *El Pais*. https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/internacional/1479308638_931299.html

Mirzoeff, N. (2011). *The Right to Look: A Counterhistory of Visuality*. Duke University Press.

Meneses, S. (2020). Bolsonarismo: um problema “de verdade” para a história. In V. Araújo, M. Pereira, & B. Klem (Orgs.), *Do fake ao fato: Des(atualizando) Bolsonaro* (pp. 37-49). Editora Milfontes.

Rancière, J. (2012). *O destino das imagens* (M. Costa Neto, trad.). Contraponto.

Rancière, J. (2014). *O Espectador Emancipado* (I. C. Benedetti, trad.). Martins Fontes.

Rancière, J. (2008). El teatro de imágenes. In A. Jaar (Org.), *La política de las imágenes* (pp. 69-89). Editorial Metales Pesados.

REPORTAGENS EM QUADRINHOS NA WEB: AS NARRATIVAS HIPERMIDIÁTICAS DO SITE QUATRO MARIAS

Laura Sanábio Freesz Rezende¹

INTRODUÇÃO

O presente trabalho traz discussões sobre o jornalismo em quadrinhos, tendo como foco os materiais produzidos especificamente para a web. Serão levados em conta aspectos da linguagem híbrida, que permite que as notícias sejam dadas pelo viés da convergência digital. Partindo da hipótese de que o jornalismo em quadrinhos na web exige conteúdo e formato diferenciados em relação aos produtos impressos, o objetivo é entender como esses materiais permitem que novas formas de narrativas sejam contadas e que outras histórias sejam visibilizadas. Como suporte teórico, serão utilizados autores como Jenkins (2009) e Santaella (2014), a fim de abordar os aspectos da convergência midiática. Para falar da relação entre quadrinhos e narrativas independentes, serão utilizados conceitos sobre a nova realidade dos quadrinhos, através de Neco (2009), Boff e Vergueiro (2016).

1. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista da Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa (CNPq) Narrativas Midiáticas e Dialogias. Orientanda da Prof^a. Dra^a Cláudia Thomé.
laura.sanabio@gmail.com

A proposta é desenvolver uma pesquisa sobre o potencial dos quadrinhos para construir narrativas jornalísticas, especialmente em contexto de conflito. É relevante pensarmos na importância de estudar jornalismo em quadrinhos, principalmente quando produzido para a web. Esse tipo de material vem ganhando espaço nos últimos anos, fato que é corroborado pelo número de prêmios conquistados por reportagens quadrinísticas no ramo jornalístico. Na América Latina temos alguns exemplos, como a HQ brasileira “Meninas em Jogo”, da Agência Pública de Jornalismo Investigativo, que venceu, em 2014, o Prêmio Tim Lopes, destinado a grandes reportagens investigativas. Em 2017, a historieta mexicana “Buscadores en un país de desaparecidos” venceu o prêmio Gabo² na categoria “Imagem”. No mesmo ano, os quadrinhos “*El hábito de la mordaza*” também conquistaram a competição como “Inovação”.

A intenção do trabalho é entender como os novos meios de comunicação, principalmente os hipermediáticos, permitem que novas formas de narrativas sejam contadas. Parte-se da hipótese de que as narrativas híbridas ganham espaço no jornalismo em quadrinhos (JQ) ao se apropriarem de convergências transdisciplinares. O JQ adota estratégias narrativas para dar veracidade às informações, utilizando elementos e convenções das histórias em quadrinhos para contar o factual. Esses princípios dos quadrinhos, como a estética quadro a quadro e o uso de balões, seriam reconhecidos como reportagens através de aspectos jornalísticos, como a proteção da fonte e a utilização de dados oficiais.

O jornalismo em quadrinhos, segundo autores como Beltrão (1985) e Marques de Melo (2003), pode ser considerado um gênero híbrido

2. Prêmio concedido pela fundação Gabriel García Márquez como reconhecimento do jornalismo para as línguas portuguesa e espanhola.

que possibilita que novas linguagens surjam dentro do jornalismo. Além de buscar reproduzir e fazer uma leitura do cotidiano, o jornalismo em quadrinhos ainda tem a preocupação com a forma de produção da notícia. Apesar de encontrar apoio em outras áreas, como literatura e cinema, as reportagens em quadrinhos devem levar em conta um fator em especial: o compromisso ético jornalístico. A fim de evidenciar os estudos sobre as técnicas do jornalismo em quadrinhos, a pesquisa traz análises sobre o quadrinho documental, através dos conceitos defendidos por Muanis (2019), Boff e Vergueiro (2016).

O gênero do jornalismo em quadrinhos é uma construção narrativa informativa que tem a arte sequencial como um suporte (Eisner, 1999). Esse material mistura manifestações artísticas para criar um enquadramento que possibilita novas maneiras de contar histórias, através de imagens e elementos narrativos específicos.

Dentre os produtos que podemos destacar nessas narrativas híbridas, podemos citar as *webcomics*, que são quadrinhos pensados e feitos para serem veiculados na internet (Jenkins, 2009). O intuito é, de uma forma hipermidiática, tentar mostrar histórias de não ficção através de uma narrativa mais próxima e interativa. Durante o artigo, serão abordadas as relações entre as reportagens em quadrinhos feitas para a web, bem como suas respectivas linguagens, e o jornalismo independente, que tem se apropriado das produções digitais.

Para efeito de análise, serão utilizados conceitos de Luiz Gonzaga Motta (2013), em relação à análise crítica da narrativa, e de Vera Figueiredo (2010), que teoriza as narrativas híbridas. O estudo será feito de forma aplicada, tendo como objeto o site “Quatro Marias”.

O JORNALISMO EM QUADRINHOS

Os primeiros trabalhos gráficos da imprensa brasileira foram publicados nos anos de 1830 em Recife, através dos jornais “O Carcundão” (1831) e “O Carapuceiro” (1832) (Vergueiro, 2011. p.42). Na década seguinte, surgiram, no Rio de Janeiro, as primeiras caricaturas, lançando, também, o humor gráfico no Brasil.

A partir de 1960, as autobiografias de memórias de guerra passaram a ganhar destaque no mundo dos quadrinhos. Nessas histórias, os autores reconstroem suas experiências pessoais naquela zona de guerra, seja como combatentes ou como testemunhas. Uma das obras mais famosas desse estilo é “Maus”, de Art Spiegelman. Além de reconstruir a narrativa do holocausto através do testemunho biográfico do pai, Spiegelman se inclui nos desenhos, fazendo deles uma reconstrução da própria experiência confessional. O relato autobiográfico sobre os sobreviventes do Holocausto se divide entre a história do pai e a experiência do próprio autor. A narrativa em primeira pessoa também absorve aspectos do jornalismo para construir a trama (Neco, 2009). A série, que foi publicada entre 1980 e 1991, foi compilada em 1992 no livro “Maus”. No mesmo ano, a obra recebeu o prêmio Pulitzer, na categoria Prêmio Especial.

Em 1993, a publicação de “Palestina”, do jornalista maltês Joe Sacco, deu origem à expressão “jornalismo em quadrinhos” (JQ ou JHQ). As imagens e os desenhos, alinhados ao texto jornalístico testemunhal do autor, mostrou os conflitos na Bósnia e na Faixa de Gaza entre o final de 1991 e o início de 1992. No Brasil, “Palestina” foi publicada com o título de “Iraque”, na “Folha de S.Paulo” no dia 19 de agosto de 2007, ocupando cinco páginas da edição de domingo (Imagem 1).

Imagem 1

*Capa da reportagem “Palestina”, publicada no Brasil como “Iraque”.
Jornal Folha de S. Paulo, 19/08/2007.*



Acervo Folha de S. Paulo do dia 19/08/2007. <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=17268&anchor=5482468&origem=busca&originURL=&pd=0ba5eaa-75f23183ed1791ac0e1a7d858>

Apesar de as técnicas das JQs já terem sido aplicadas antes do surgimento da nomenclatura, foi a partir da popularização das obras de Joe Sacco que houve maior aproximação entre quadrinhos e jornalismo, fazendo com que outros autores se aventurassem nesse novo gênero (Neco, 2009. p.03).

No Brasil, as temáticas relacionadas ao jornalismo em quadrinhos, em sua maioria, giram em torno de pautas sociais, dando voz a movimentos

populares. Em junho de 2007, Leandro Silveira, Caio Coutinho e Fábio Franco, na época estudantes³ de jornalismo, apresentaram a reportagem em quadrinhos “Vanguarda: histórias do movimento estudantil da Bahia”, que, posteriormente foi publicado no jornal baiano “A Tarde”. Através de depoimentos e pesquisadas histórias, as 30 páginas do material narram episódios do movimento estudantil entre 1942 e 2003, no estado da Bahia.

Cinco anos depois da publicação de “Vanguarda”, a Revista Fórum começou a investir

Na iniciativa de fazer jornalismo em quadrinhos no Brasil (Medeiros & Gomes, 2013. p.09). Em 2012, ano em que foi inaugurado, o periódico publicou 11 edições, todas com viés social. A primeira edição contou com a apresentação da história de Renata Nery, moradora da zona leste de São Paulo e uma das muitas pessoas que foram despejadas por causa das obras para a realização da Copa do Mundo no Brasil, que aconteceu em 2014.

Também relacionada à Copa do Mundo no país, a HQ “Meninas em Jogo”, publicada em 2014, conquistou prêmios nacionais e internacionais. O quadrinista Alexandre de Maio e a jornalista Andrea Dip venceram o prêmio Tim Lopes de Jornalismo investigativo daquele ano (Sanábio, 2018). Através da premiação, a pauta original da Agência Pública de “Jogo sujo: Copa faz crescer ameaça de exploração sexual infantil”, pôde obter os recursos financeiros para ser produzida.

3. A reportagem em quadrinhos foi realizada como Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo do Centro Universitário da Bahia (FIB), que foi feito na linguagem dos quadrinhos.

Apesar de serem materiais distintos, todas as reportagens em quadrinhos citadas acima têm uma preocupação em comum, que é a de tentar representar a realidade. Por isso, a narrativa constrói as características dos personagens, misturando-as ao repertório do leitor, que, através de suas próprias experiências, passa a se identificar com determinados traços de cada um daqueles personagens. Uma das formas de aproximação é o desenho dos rostos dos entrevistados na história. Através dos quadrinhos, é possível abrir espaço para o imaginário do espectador e reconstruir cenários que não poderiam ser fotografados ou representados em imagens de vídeo.

Essa realidade de reconstrução de narrativas é potencializada pelo suporte da internet. Através de um processo de migração e de adequação, os elementos são modificados, possibilitando maiores interações (Jenkins, 2009). Com essa revolução, houve uma mudança não só na linguagem do jornalismo em quadrinhos como também o modo de consumo dessas produções.

As novas tecnologias permitiram que informação e entretenimento coexistissem harmonicamente no ciberespaço. Isso só foi possível graças ao fenômeno da convergência midiática (Jenkins, 2009), assunto que será abordado com maior profundidade no capítulo a seguir.

AS NARRATIVAS NA INTERNET E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

No meio teórico, existem definições diferentes acerca da definição de convergência midiática. Para Jenkins (2009), “convergência” é o nome dado ao fenômeno de fluxo de informações em diferentes plataformas.

Canavilhas (2012), utiliza conceitos abordados por Jenkins (2009) e acrescenta uma questão importante, a do tipo de conteúdo.

Consideramos que este [o conteúdo] é o elemento fundamental na identificação de um processo de convergência porque a existência de conteúdos com linguagens específicas adaptadas ao meio implica necessariamente que nos campos situados a montante se tenham verificado as restantes convergências. (Canavilhas, 2012, p. 08)

Mesmo com algumas divergências, o que todos os autores defendem em relação à convergência midiática é a necessidade de um produto final com características únicas e uma linguagem específica. Dessa forma, ela não seria uma simples distribuição de conteúdos em plataformas distintas.

Dentro desse conceito da convergência, Edgar Franco (2000) surgiu o termo “HQtrônicas” para se referir às histórias em quadrinhos digitais híbridas. Um outro conceito importante ao falarmos da relação entre a cultura midiática e os quadrinhos é a *webcomic*.

As *webcomics* são quadrinhos produzidos para serem veiculados especificamente na internet (Jenkins, 2009), de forma hipermidiática, multimidiática ou transmidiática. A hipermídia é a junção não sequencial de imagens, sons, textos, animações e vídeos (Santaella, 2014). Em um ambiente imersivo, as produções hipermidiáticas podem justapor outras páginas, permitindo que o leitor tenha a possibilidade de criar seu próprio ritmo de leitura. Já a multimídia é a mistura de mídias, através de seus códigos, signos e linguagens.

As narrativas transmídia também unem diferentes mídias para contar histórias, mas de uma forma diferente em relação à multimídia. Os conteúdos são expandidos para outros meios, mas não como uma

mera adaptação. Cada suporte é explorado com suas características únicas, permitindo que o consumo de cada material possa ser feito de forma autônoma (Jenkins, 2009). Um exemplo de transmidialidade é a saga Harry Potter. A franquia proporciona experiências em diferentes formatos, como filmes, livros, jogos e parques de diversão, criando o “Universo de Harry Potter”. Jenkins (2009) também atribui essas características às produções de “Matrix”, “assegurando que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica” (Jenkins, 2009, p. 49).

Como é possível perceber, a reconfiguração das informações na internet fez com que as obras passassem a ser cada vez mais abertas a intercessões com outros meios (Figueiredo, 2010). A rede digital se transformou em um canal de distribuição e de compartilhamento de conteúdos, que permite maior cooperação entre as empresas e interação direta da audiência com os produtos (Jenkins, 2009), inclusive aqueles que se encontram fora da produção original, através dos hipertextos.

Esses hipertextos permitem a ligação cruzada entre diversos documentos, fazendo com que o leitor tenha acesso a matérias relacionadas, sem a obrigatoriedade de seguir uma linearidade (Santaella, 2007). A possibilidade de acesso a outros sites e conteúdos dá lugar à customização, personalização ou individualização do conteúdo (Mielniczuk, 2003, p. 44), permitindo que os leitores configurem os produtos de acordo com seus interesses.

Em relação às possibilidades de interação e os leitores, Mielniczuk (2003) define três gerações do jornalismo dentro da web. A primeira fase se deu com a partir da digitalização do material impresso e sua disponibilização na rede. Na década de 1990, com o conteúdo

passando a ser pensado já para o formato da internet, houve o início da segunda geração, que começou a explorar os hipertextos e elementos de interação. A terceira etapa é a do webjornalismo atual, que não faz uma versão digital das matérias, mas, sim, um conteúdo interativo exclusivo para o meio.

Pensando na interatividade da terceira geração, Palácios (2002) cita os chats e os e-mails como formas de o leitor participar mais da produção dos materiais. Além do fator da participação dos consumidores de produtos, Palácios (2002) ainda comenta sobre duas outras características das produções da internet, que são a memória e a instantaneidade. Ainda segundo o autor, o compartilhamento instantâneo permite uma “atualização contínua do material informativo” (Palácios, 2002, p. 02).

Esse fluxo de informação contínua, muitas vezes, elimina a necessidade de um intermédio entre a publicação e o autor do conteúdo, o que favorece as produções independentes. Dessa forma, é possível afirmar que discursos que, por vezes, não possuem visibilidade na mídia tradicional passem a ser acessados com maior facilidade, como é o caso das narrativas femininas, assunto do capítulo seguinte.

A VISIBILIDADE NA WEB E O AUMENTO DAS PRODUÇÕES FEMININAS

A popularização da internet possibilitou a inserção de alguns setores que, antes, eram invisibilizados pela indústria hegemônica. A participação feminina nos quadrinhos tornou-se ainda mais notável com o desenvolvimento das tecnologias. Um exemplo dessa realidade é a própria reportagem em quadrinhos estudada neste trabalho. “Quatro

Marias: uma reportagem em quadrinhos sobre as realidades do aborto no Brasil” é um material jornalístico pensado para a web, como vamos ver com mais detalhes no capítulo seguinte.

Existem diferentes realidades em relação às produções femininas. Apesar de o alcance dos trabalhos variar de acordo com a localidade, o perfil socioeconômico e até mesmo com o tipo de assunto abordado, é correto afirmar que as possibilidades criativas no trabalho dos quadrinhos têm sido ampliadas com a internet (Boff; Vergueiro, 2016). A web alavancou as produções independentes, preenchendo “uma carência por canais para divulgação de uma produção artística que se encontrava represada, tolhida mesmo, nos ambientes mais tradicionais - entenda-se, impressos- de publicação e divulgação” (Boff & Vergueiro, 2016, p. 82).

Além de impulsionar a produção de quadrinhos femininos, o mundo virtual também facilita a divulgação e a reprodução de obras impressas, como é possível observar no website “Universo HQ”. Nele, existe uma aba chamada “Reviews”, onde estão hospedados comentários e indicações sobre materiais em quadrinhos. Dentro dessa divisão, é possível encontrar produções como “O mundo de Aisha - a revolução silenciosa das mulheres no Iêmen” (2015), da fotojornalista francesa Agnes Montanari e do roteirista italiano Ugo Berotti. Os dois produtores da HQ viajaram durante alguns meses pelo Iêmen para tentar contar a história do país pelo ponto de vista das mulheres, que não têm representatividade e garantia de direitos (Brandão, 2017). A narrativa mistura fotos reais e ilustrações para narrar a vida de jovens como Sabiha, que foi obrigada a se casar aos 11 anos, Hamedda, uma viúva que passou a trabalhar para manter seu sustento, e Aisha, uma jovem estudiosa que não quer se casar antes de formar em uma faculdade.

Outra HQ que originalmente foi feita impressa e que está disponível na internet é “Persépolis” (2000). O relato autobiográfico da autora Marjane Satrapi, envolve testemunhos de guerra e denúncias de opressão e de violência durante e após a Revolução Islâmica (Senna, 2013). Os quadrinhos, feitos em preto e branco, trazem temas como tradicionalismo, preconceitos e, principalmente, machismo.

Enquanto isso, outros sites e veículos de comunicação que passaram a pensar suas reportagens já voltadas para os formatos da web, como é o caso da Agência Pública de Jornalismo Investigativo. Em 2014, a Pública lançou sua primeira reportagem em quadrinhos. “Meninas em jogo”, de autoria da jornalista Andrea Dip e do quadrinista Alexandre de Maio, denunciou a exploração sexual de meninas no Ceará durante a Copa do mundo de 2014, sediada no Brasil. Os cinco capítulos da produção denunciaram a exploração sexual de crianças e jovens no Ceará, no período da Copa do Mundo de 2014, sediada no Brasil (Sanábio, 2018).

A Agência Pública, que foi fundada por repórteres mulheres em 2011 e se apresenta como um veículo independente sem fins lucrativos, conta com uma aba exclusiva para reportagens em quadrinhos em seu site. Ao todo, são nove produções, e em três delas as personagens femininas e as denúncias de violência contra a mulher entram em destaque. Além de “Meninas em jogo”, é possível ter acesso à “A história de Meera” (2015), que conta o drama real de uma jovem nepalesa que foi vítima de uma rede de tráfico de pessoas, e à reportagem “Os pesadelos de Guantánamo” (2015), que mostra as violências físicas e simbólicas sofridas por militares mulheres que trabalhavam na prisão de Guantánamo (Musse, Thomé, Sanábio, & Magnolo, 2020).

Além de auxiliar os mecanismos de denúncia, as HQs na internet ajudam a abordar temas como sexualidade, política e feminismo, como é possível observar na página “Mina de HQ”, criada em 2015. Anna Mancini, conhecida como Manzanna, e Gabriela Borges fundaram o site para dar mais visibilidade ao protagonismo feminino, incluindo mulheres cis, trans e pessoas não binárias de diferentes partes do mundo. No endereço eletrônico da “*Lady’s Comics*”, criado por jornalistas mulheres, também é possível ter acesso ao “BAMQ - Banco de Mulheres Quadrinistas”.

AS REPORTAGENS DAS QUATRO MARIAS

Como afirma Motta (2013), é impossível pensar uma narrativa fora da intencionalidade. Toda narrativa é argumentativa e não existe um texto neutro ou imparcial. Por isso, é relevante pensar em como criamos as representações e as apresentações do mundo, como as narrativas criam os imaginários e os símbolos. Neste trabalho, os objetos em destaque são a obra “Quatro Marias: Uma reportagem em quadrinhos sobre as realidades do aborto no Brasil” (2016) e suas intencionalidades.

A publicação, hospedada no site “quatromarias.com”, narra as realidades de quatro mulheres, com vivências distintas, mas com um ponto em comum, que era o desejo da interrupção da gravidez. Por se tratar de um tema delicado, as jornalistas, seguindo o código de ética, trocaram os nomes das entrevistadas para “Maria”.

No Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, é o nome feminino mais comum no país. Dentro do site, na aba “Sobre” Helô D’Ângelo e Joyce Gomes, autoras da reportagem,

reforçam o porquê de terem escolhido “Maria” como denominação para as personagens:

Todo mundo conhece pelo menos uma mulher que abortou. Aqui, nós apresentamos as histórias em quadrinhos de quatro anônimas – quatro mulheres com quem você pode muito bem já ter cruzado na rua. Uma delas pode até ser sua amiga. Uma delas pode até ser sua mãe”. (D’Ângelo; Gomes, 2016)

A grande reportagem é dividida entre os bastidores e as histórias das quatro Marias. Cada uma recebeu um segundo nome, relacionado à forma como se deu o aborto. Maria Julieta engravidou de um homem pelo qual estava apaixonada e realizou um aborto clandestino. Maria Mudança é uma jovem filha de membros da elite que pôde pagar para realizar um procedimento seguro e, depois disso, passou a entender e a rever seu lugar de privilégio. Maria Memória fez dois abortos, no fim dos anos de 1970, e contou como era abordado o assunto naquela época. Maria Dentro da Lei foi a única a conseguir fazer um procedimento legalizado, pois a gravidez foi fruto de um estupro.

No Brasil, de acordo com o Código Penal Brasileiro, o aborto é considerado crime contra a vida humana, sendo permitido por lei apenas em três situações: quando há risco de vida para a gestante, quando a gravidez é resultado de um estupro ou quando o feto for anencefálico, ou seja, não possuir cérebro. Essas informações constam na aba “perguntas frequentes sobre o aborto”, dentro do site da reportagem Quatro Marias.

Essa categorização da própria página, apesar de não estar escrita em quadrinhos, fazem parte do que Soster (2015) chamam de jornalismo midiático. Nele, as jornalistas passam a ser protagonistas, no processo que recebe o nome de atorização.

Mesmo não estando presentes nas cenas dos acontecimentos, as jornalistas assumem um importante papel em relação à construção da memória das vítimas. Essa validação do discurso sem a necessidade da presença é possível com o certificado de fabulação, termo defendido pelo pesquisador brasileiro Felipe Muanis (2019):

Defendem-se aqui, portanto, a validade e a potência do que se poderia chamar, não em oposição, mas em complementaridade à proeminência da presença, de um possível *certificado de fabulação* como força dos discursos documentais. A fabulação se encontra na montagem, na pesquisa, na síntese, na tradução, na busca de uma certa “espiritualidade” do acontecimento e da realidade, em suma, na própria imaginação. É o reconhecimento da validade de estratégias outras não tributárias apenas da argumentação que exige uma autenticidade como um valor da imagem documental. (Muanis, 2019, p.186)

Os relatos biográficos das Quatro Marias são construídos através dos depoimentos e dos testemunhos. Eles garantem a descrição dos fatos dentro da realidade da narrativa, permitindo que as vítimas tenham um espaço para fazerem seus relatos. Arelados aos testemunhos, os documentos são importantes aliados nas reportagens de denúncia. Os dados do Sistema Único de Saúde (SUS), do Ministério da Saúde e das demais fontes oficiais são respaldadas por comprovações. Na internet, ainda é possível criar hipertextos para que sejam acessadas informações adicionais. Os hipertextos, segundo Santaella (2014), são conexões não lineares que permitem que os usuários estabeleçam seu próprio percurso de leitura, através do acesso outras páginas e materiais. No caso das quatro Marias, palavras-chave como “Código Penal”, “Constituição Federal” e “Centro de Referência às Vítimas de Violência” são sublinhadas, destacando que, ali, existem esses hipertextos clicáveis (Imagens 2 e 3).

Imagem 2

Aba “Perguntas mais frequentes sobre aborto” com palavras destacadas como hiperlinks.

Reunimos algumas das dúvidas mais comuns sobre o aborto no Brasil:

(sugestão de navegação: você pode usar o comando ctrl+f em seu teclado para encontrar suas dúvidas)

1) Em que situações posso abortar dentro da lei brasileira?

No Brasil, você pode abortar legalmente em três situações:

- Se a gravidez decorrer de estupro (aborto emocional);
- Se a a gravidez for um risco de vida para a mulher (aborto necessário);
- Em caso de anencefalia fetal (uma situação que se enquadra no caso anterior).

Por ano, no Brasil, são feitos cerca de 1.500 abortos legais e algo em torno de 20 mil curetagens (raspagens do útero) pós-aborto pelo SUS. Para mais informações sobre documentos, permissões e condições, veja o item 9.

(leia mais na HQ [Maria Dentro da Lei](#))

2) Posso ser presa por abortar ilegalmente? Por quanto tempo?

Segundo o [Código Penal](#), se a mulher aborta por livre e espontânea vontade (e fora das situações que a gente explicou no item 1), ela pode ser detida de 1 a 3 anos. Se alguém ajudar, essa pessoa pode ser reclusa por 1 a 4 anos. Agora, se o aborto for provocado por terceiro sem o consentimento da gestante, a pena é de reclusão, de 3 a 10 anos, para o agressor.

Mas, na verdade, poucas mulheres chegam a ir para a cadeia por abortarem ilegalmente. A maioria acaba recebendo a pena condicional, que geralmente é trabalhar em algum órgão do Estado por dois anos. Quase sempre, é uma instituição onde há crianças, como creches, por exemplo (informação do [Núcleo Especializado de Promoção e Defesa dos Direitos da Mulher](#) da Defensoria Pública do Estado de São Paulo).

<https://quatromarias.com/faq-do-aborto/>

De acordo com Muanis (2019), essa possibilidade de criar novas narrativas, dependendo da forma de leitura, também altera a temporalidade. Ao visualizar mais de um elemento ao mesmo tempo, o leitor pode deslocar seu olhar pelas páginas, criando seu próprio ritmo de leitura.

No caso dos quadrinhos analisados, é possível acessar quadros que se passam em momentos distintos através de uma mesma página. Essa possibilidade reconfigura, também, os espaços de memória dentro da reportagem, e a importância do testemunho se mostra ainda maior, como afirma Casadei (2009):

O engajamento e o desejo de contribuição começam a fazer parte das expectativas comunicacionais trazidas pelas novas mídias – expectativas estas que não se confinam aos meios on-line de comunicação, sendo trazidas mesmo para os meios tradicionais, como os jornais

impressos e a televisão. Neste contexto, portanto, a importância do testemunho é elevada, pois ele passa a se configurar mesmo como uma expectativa (Casadei, 2009, p. 22).

Imagem 3

Continuação da aba “Perguntas mais frequentes sobre aborto” com destaque para os hiperlinks.

Reunimos algumas das dúvidas mais comuns sobre o aborto no Brasil:

(sugestão de navegação: você pode usar o comando ctrl+f em seu teclado para encontrar suas dúvidas)

1) Em que situações posso abortar dentro da lei brasileira?

No Brasil, você pode abortar legalmente em três situações:

- Se a gravidez decorrer de estupro (aborto emocional);
- Se a a gravidez for um risco de vida para a mulher (aborto necessário);
- Em caso de anencefalia fetal (uma situação que se enquadra no caso anterior).

Por ano, no Brasil, são feitos cerca de 1.500 abortos legais e algo em torno de 20 mil curetagens (raspagens do útero) pós-aborto pelo SUS. Para mais informações sobre documentos, permissões e condições, veja o item 9.

(leia mais na HQ [Maria Dentro da Lei](#))

2) Posso ser presa por abortar ilegalmente? Por quanto tempo?

Segundo o [Código Penal](#), se a mulher aborta por livre e espontânea vontade (e fora das situações que a gente explicou no item 1), ela pode ser detida de 1 a 3 anos. Se alguém ajudar, essa pessoa pode ser reclusa por 1 a 4 anos. Agora, se o aborto for provocado por terceiro sem o consentimento da gestante, a pena é de reclusão, de 3 a 10 anos, para o agressor.

Mas, na verdade, poucas mulheres chegam a ir para a cadeia por abortarem ilegalmente. A maioria acaba recebendo a pena condicional, que geralmente é trabalhar em algum órgão do Estado por dois anos. Quase sempre, é uma instituição onde há crianças, como creches, por exemplo (informação do [Núcleo Especializado de Promoção e Defesa dos Direitos da Mulher](#) da Defensoria Pública do Estado de São Paulo).

<https://quatromarias.com/faq-do-aborto/>

As testemunhas ajudam a construir as narrativas através de seus relatos biográficos. Na maioria das vezes, essas histórias são presentificadas, ou seja, são marcadas, predominantemente por verbos no presente, mesmo que a ação tenha ocorrido no passado. Essa característica, que é uma das marcas do jornalismo, é acentuada no ambiente da web. Há, segundo Casadei (2009), um atravessamento das barreiras de espaço e de tempo, fazendo com que a informação ganhe um caráter de atemporalidade.

Na reportagem das “Quatro Marias”, os testemunhos foram divulgados seguindo alguns direcionamentos éticos, justificados pelas próprias autoras. Na aba “Processo de criação”, as jornalistas Helô D’Ângelo e Joyce Gomes afirmaram que “as quatro entrevistas foram feitas pessoalmente, em lugares escolhidos pelas próprias fontes; os nomes de todos os personagens foram trocados e nenhum lugar que aparece na matéria é real” (D’Ângelo; Gomes, 2016). Portanto, as identidades das vítimas não foram reveladas, e os desenhos não poderiam se aproximar dos rostos das mulheres que foram entrevistadas. Esse cuidado com a preservação das fontes é justificado durante a abordagem dos bastidores, presentes na aba sobre o “Processo de Criação”.

É possível perceber que durante toda a produção há uma preocupação com relação à transparência das informações e até mesmo dos processos de produção. Como também aparece na descrição do “Processo de Criação”, as autoras organizaram as divisões do conteúdo antes mesmo de sua execução. Por ter sido um produto pensado exclusivamente para a web, a reportagem “Quatro Marias” pode ser classificada como uma *webcomic*, termo que mostramos durante o desenvolvimento do artigo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo em quadrinhos vem ganhando destaque nos últimos anos, e a possibilidade de que esse material seja disponibilizado gratuitamente na internet pode ter sido um dos fatores principal para o aumento dessa visibilidade. O acesso gratuito e irrestrito às plataformas impulsionou as produções independentes, que ainda encontram barreiras no mercado editorial tradicional.

Ao usarem as redes digitais como canais de distribuição e de compartilhamento das notícias, as reportagens em quadrinhos na web se adaptam ao aumento da necessidade de adaptação digital ao aparecem como formas alternativas de passar a informação explorando aspectos da convergência midiática (Jenkins, 2009).

Na produção “Quatro Marias: uma reportagem sobre as realidades do aborto no Brasil”, as jornalistas não abriram mão do compromisso ético jornalístico. Além de preservarem as identidades das vítimas, as autoras também levantaram pesquisas, dados e documentos oficiais, mantendo a credibilidade jornalística exigida e esperada em uma reportagem. Os hiperlinks, principalmente aqueles que direcionam o leitor para sites de órgãos institucionais e para a legislação brasileira, funcionam, na matéria estudada, como certificadores de veracidade em relação aos fatos e aos dados descritos na narrativa.

Conclui-se, portanto, que as reportagens em quadrinhos na web surgem como produtos híbridos que reconfiguram as matérias jornalísticas ao se apropriarem das técnicas dos quadrinhos e aliarem jornalismo e quadrinhos dentro da realidade da convergência midiática.

REFERÊNCIAS

- Beltrão, L. (1985). *Iniciação à Filosofia do Jornalismo* (1ed.). Com-Arte.
- Boff, E., & Vergueiro, W. (2016). Histórias em quadrinhos como espaço privilegiado para afirmação de gênero: Chiquinha e o riso do feminino (pp. 78-97). In W. Vergueiro, P. Ramos, & N. Chinen (Org), *Enquadrando o real: ensaios sobre quadrinhos (auto)biográficos, históricos e jornalísticos* (1a ed.). Criativo.

Brandão, P. (2017). *Fotoquadrinho: categorização dos níveis de interação entre as linguagens quadrinística e fotográfica* [Trabalho apresentado em congresso]. Anais das 4as Jornadas Internacionais de Histórias em Quadrinhos. Escola de Comunicação e Artes da USP.

Decreto-Lei 2.848, de 07 de dezembro de 1940. Código Penal. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, 31 dez. 1940.

Canavilhas, J. (2012). Da remediação à convergência: um olhar sob os media portugueses. *Brazilian Journalism Research*, 8(1).

D'Ângelo, H., & Gomes, J. (2016). Quatro Marias: uma reportagem sobre as realidades do aborto no Brasil. *Quatro Marias*: <https://quatromarias.com/>

Eisner, W. (1985). *Comics and Sequential Art*. Estados Unidos.

Figueiredo, V. (2010). *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*. Editora PUC-Rio.

Franco, E. (2000). *Hqtrônicas: As histórias em quadrinhos na rede internet* (pp.148-155). Instituto de Artes/Unicamp.

IBGE. *Um Brasil de Marias e Josés: IBGE apresenta banco de nomes com base no Censo 2010*. Recuperado de <https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo.html?view=noticia&id=3&idnoticia=3147&busca=1&t=um-brasil-marias-joses-ibge-apresenta-banco-nomes-base-censo-2010>.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Aleph.

Marques de Melo, J. (2003). *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Mantiqueira.

Medeiros, E., & Gomes, I. (2013). *Jornalismo em quadrinhos na revista Fórum: Nova prática jornalística no Brasil* [Trabalho apresentado em congresso]. GT História do Jornalismo, integrante do 9o Encontro Nacional de História da Mídia, Mato Grosso, MT, Brasil.

Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual* [Tese de doutorado, UFBA].

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Editora Universidade de Brasília.

Muanis, F. (2019). Autenticidade, presença e fabulação na ilustração e nos quadrinhos documentais. *Todas as Letras*, 21(1), 174-190.

Musse, C., Thomé, C., Sanábio, L., & Magnolo, T. (2020). A potência da memória das mulheres na construção das reportagens em quadrinhos: a história “Os pesadelos de Guantánamo”. *Dossiê Arte e Gênero*, 8(15).

Neco, J. (2009). *A linguagem dos quadrinhos e o jornalismo* [Trabalho apresentado em congresso]. X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Blumenau, Brasil.

- Palacios, M. (2002). *Jornalismo On-line, informação e memória: apontamentos para debate* [Trabalho apresentado em congresso]. Comunicação apresentada nas Jornadas de Jornalismo On-line, Universidade da Beira do Interior.
- Sanábio, L. (2018). *Jornalismo em quadrinhos: uma análise da HQ Meninas em Jogo* [Trabalho de Conclusão de Curso, Faculdade de Comunicação/UFJF].
- Santaella, L. (2007). As linguagens como antídotos ao midiacentrismo. *Matrizes*, 1(1), 75-97.
- Santaella, L. (2014). Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. *Bakhtiniana*, 9(2), 206-216. <https://www.scielo.br/pdf/bak/v9n2/a13v9n2.pdf>
- Soster, D. (2015). Dialogia e atorização: características do jornalismo mediatizado. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 5(16), 4-20.
- Vergueiro, W. (2011). O humor gráfico no Brasil pela obra de três artistas: Angelo Agostini, J. Carlos e Henfil. *Revista USP*, (88), 38-49.

PARTE 2 - TRANSMIDIALIDADES

SKAM: ANÁLISE DAS NARRATIVAS TRANSMÍDIA EM NOVE PAÍSES QUE CRIARAM E RECRIARAM A SÉRIE

Helena Gusson Demarchi¹
Vicente Gosciola²

INTRODUÇÃO

Este estudo é uma análise do uso da narrativa transmídia na série *SKAM* e suas refilmagens, ou remakes. Narrativa transmídia é a história contada por meio de múltiplas mídias, cada qual com uma parte da história, contribuindo de forma autêntica para o desenrolar da história. A série norueguesa *SKAM* foi lançada em 2015 e depois refilmada nos seguintes países: Estados Unidos, Espanha, Itália, França, Nova Zelândia, Alemanha, Bélgica e Dinamarca. Todas trabalharam com a narrativa transmídia em plataformas da *web*. O intuito é investigar sobre o quanto a série original e as suas releituras têm suas características particulares ressaltadas ao lidar com esse tipo de narrativa.

Henry Jenkins, em seu livro *Cultura da Convergência* (2009), considera que a convergência de mídias proporciona a narrativa transmídia por envolver práticas de multiplicação de conteúdo em

-
1. Pesquisadora em Iniciação Científica, graduanda em Rádio TV e internet, Universidade Anhembi Morumbi.
helenagusson@hotmail.com
 2. Doutor em Comunicação, professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi.
vicente.gosciola@gmail.com

diferentes plataformas para formar uma narrativa coerente. Este tipo de proposta transmidiática tem a ideia de ampliar e enriquecer a experiência de entretenimento do público, possibilitando-lhe o acesso pleno ao universo narrativo.

Além de apresentar a multiplicação de conteúdo, podemos entender que a transmídia em seriados, de acordo com Mittell (2015, p. 185), pode ampliar o universo ficcional da narrativa, além de trazer maior aproximação do espectador ao universo da narrativa. Assim, com a transmidiação, os produtores conseguem sustentar o interesse do público.

A série norueguesa *SKAM* soube usar intensamente o conceito de narrativa transmídia. Com seu sucesso, outros países fizeram remakes, em que as produções também buscaram seguir a proposta da narrativa transmídia.

Assim, vamos analisar, de forma comparativa, como foi proposta a narrativa transmídia da série *SKAM* e suas refilmagens. Estudaremos estas séries para entendermos qual foi impacto delas e sua inovação para apresentar sua narrativa para os espectadores.

NARRATIVA TRANSMÍDIA

Henry Jenkins, em seu livro *Cultura da Convergência*, publicado originalmente em 2006, analisa as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais em um cenário contemporâneo dos meios de comunicação. Para explicar essas transformações, define o conceito de convergência dos meios de comunicação, a inteligência coletiva e a cultura participativa (Jenkins, 2009, pp. 30-31).

O conceito de convergência dos meios de comunicação é o processo de adaptação em novas plataformas tecnológicas, podendo ser um processo tanto tecnológico quanto cultural, em que podemos analisar o modo de acesso a um conteúdo que vai mudando durante o tempo. Por meio destas plataformas, verificamos o comportamento do público contemporâneo, em que este pode ser caracterizado como componente da cultura participativa. Por fim, analisando estas plataformas, podemos observar que voluntariamente se organizam grupos para discutir determinados assuntos, o que resulta na junção de conhecimentos, podendo ser caracterizada como uma inteligência coletiva.

Depois de analisar esses conceitos, Jenkins (2009, pp. 138-161) discorre sobre a narrativa transmídia e como a convergência de mídias propicia a narrativa no desenvolvimento de conteúdos em múltiplas plataformas. O objetivo da narrativa transmídia é ampliar e enriquecer a experiência de entretenimento para todos os públicos possibilitando-lhes o acesso pleno ao universo narrativo.

A cultura participativa e a inteligência coletiva estão ligadas diretamente ao comportamento do espectador na narrativa transmídia. Essas tramas paralelas fazem com que busquem fragmentos da narrativa em diferentes lugares, fazendo com que assumam uma espécie de papel de caçadores, perseguindo a narrativa em diferentes canais.

É importante que esse tipo de obra transmidiática tenha material suficiente para funcionar em diferentes plataformas para atrair o público. Esse tipo de narrativa, além de trazer uma imersão de entretenimento para os públicos, pode também influenciar os fãs a investirem tempo para debater sobre a narrativa em grupos de discussão e em redes sociais, comparando e comentando com outros fãs.

Esse meio da narrativa transmídia, de acordo com Mittell (2015, p. 185) pode causar sentimentos a esse espectador, como a empatia. Assim, com a transmidiação, os produtores conseguem sustentar o interesse do público durante as pausas que os seriados fazem, ou seja, os *hiatus*, e ainda, de certo modo, promovendo a série.

Portanto, o que foi apresentado por Jenkins, podemos entender que uma narrativa transmídia está normalmente ligada por motivações econômicas, onde Jenkins afirma que, por meio dessa narrativa, consegue-se criar fortes ligações emocionais dos fãs pelos personagens e o enredo. Assim integra o entretenimento e o marketing para aumentar as vendas (Jenkins, 2009, p. 148). Em busca de criar um universo ficcional que possa ser conhecido por múltiplas plataformas e ser acompanhado pelos fãs, sem que fique apenas na televisão, as oito adaptações da série norueguesa em diferentes países também lançaram mão deste tipo de narrativa.

A SÉRIE *SKAM* E SEUS REMAKES

SKAM foi realizada por uma empresa pública de comunicações, a NRK, para distribuição da série no seu canal online e também na emissora juvenil tradicional da rede. Para a criação das tramas e personagens que atingissem seu público-alvo formado por adolescentes com cerca de 16 anos de idade, a emissora usou um modelo denominado NABC, onde “realizaram-se, portanto, entrevistas com telespectadores em potencial a fim de compreender seus gostos e percepções, assim como buscou-se formar a equipe com atores e atrizes inexperientes, também com cerca de 16 anos de idade.” (Guida, 2018, p. 6).

Além do site da emissora em que eram disponibilizados os episódios da série, para trazer maior aproximação desses temas trabalhados na trama, *SKAM* usou as mídias sociais para fazer os fãs comentarem e discutirem sobre a narrativa e os personagens. Esses fãs conseguem acompanhar a vida dos personagens através de seus perfis nas redes sociais, um dos perfis de Instagram da personagem Eva Mohn (Lisa Teige) de *SKAM*. Os fãs também criaram fóruns e usavam as redes sociais para debater sobre *SKAM*, onde a série virou uma tendência mundial. Além da inteligência coletiva, temos também a cultura participativa, onde os fãs criam novos conteúdos com base da narrativa da série, onde eles passam a participar intimamente no modo de fazer a cultura, como no caso das *fanfics*, narrativa ficcional escrita por fãs, que parte da apropriação de personagens e enredos provenientes de produtos midiáticos.

De acordo com o site NRK (2016), a partir da terceira temporada da série original, a série alcançou também audiências estrangeiras. Entretanto o canal disse que não iria disponibilizar os episódios fora da Noruega. Com essa decisão, isso alavancou os fãs a legendarem os episódios e os conteúdos de *SKAM* para os outros fãs fora da Noruega. Os conteúdos eram legendados para inglês e outros fãs ao redor do mundo começaram a traduzi-las para sua língua materna. Isso fez com que mais pessoas se interessassem ao assistir o seriado pois se tornou acessível, sendo uma mobilização a cultura dos fãs e um espaço colaborativo.

Após a conclusão da série da Noruega em 2017, o formato foi vendido para outros países que ao adaptarem, algumas refilmagens buscavam uma narrativa bem parecida com a série original, já outras se arriscam mais nas alterações da narrativa e dos personagens. Algumas mudanças também aconteciam a partir da cultura do país que estava

desenvolvendo, como a mudança de alguns nomes dos personagens, trocando para nomes populares do país da adaptação.

SKAM

Série criada por Julie Andem, *SKAM* retrata a vida cotidiana dos adolescentes em uma escola elegante chamada Hartvig Nissen no bairro de Frogner, em Oslo, na Noruega. A cada temporada temos um personagem como protagonista em que a trama gira totalmente em torno dele. A série então foca em um grupo de adolescentes e busca retratar em cada temporada importantes assuntos da contemporaneidade, como sexualidade, preconceito, transtornos psicológicos e abuso sexual.

Para o espectador pudesse ter uma imersão narrativa, os produtores da série expandiram a narrativa para as redes sociais, onde durante a semana, dias antes do episódio de *SKAM* ser lançado, os produtores lançavam conteúdos nas redes sociais, em ordem cronológica, fazendo ligação ao que poderá ser mostrado e debatido durante o episódio que será lançado. Sobre o formato do episódio, clipes eram lançados também durante a semana, em ordem cronológica, mostrando o dia e horário no começo de cada clipe. No dia do lançamento do episódio na televisão, esses mesmos clipes eram juntados para a formação do episódio.

Essa forma de trabalhar com conteúdo cronológico, traz um certo engajamento com o público, como afirma Victor Prado, “a temporalidade ficcional sincronizada com o tempo real causa, nos espectadores, a sensação de pertencimento. Há uma espécie de fusão com a linguagem de reality show, em que os fãs interagem com o programa” (Prado, 2018).

Sobre o conteúdo que é divulgado nas redes sociais, podemos encontrar os perfis dos personagens que participam da série. O fã poderia interagir nas contas do Facebook e do Instagram do personagem e acompanhar em tempo real as atualizações dos personagens em suas mídias sociais. Isso causa uma aproximação entre fã e personagem, “permitindo ao público experienciar os sentimentos dos personagens e imergindo na narrativa ao acompanhar os discursos externos ao produto audiovisual” (Guida, 2018, p. 7).

A personagem Noora (Josefine Frida) postou em seu Instagram uma foto dela e das outras personagens em uma viagem durante o feriado da Páscoa. A foto foi postada no Instagram de Noora dia 21 de março de 2016 (segunda-feira), quando as garotas ainda estavam indo para a cabana na qual iriam passar o feriado. Já na sexta-feira, o quarto episódio da segunda temporada já mostrava as garotas chegando na cabana. Ou seja, a imagem postada no Instagram da personagem Noora já mostrava que as personagens iriam viajar para algum lugar durante o feriado da páscoa. Isso se confirma durante o lançamento do episódio.

Os produtores também disponibilizavam clipes e capturas de telas de mensagens de texto trocadas pelos personagens. Com esses produtos divulgados na internet antes do episódio, os fãs aguardavam ansiosamente o episódio que ia ao ar as sextas-feiras. Assim era muito comum os fãs se reunirem na internet para comentar e interagirem com os outros fãs sobre o conteúdo que foi disponibilizado durante a semana.

Isak (Tarjei Sandvik Moe) mandou uma mensagem para Evan (Henrik Holm) no dia 19 de novembro de 2016, no mesmo horário em que é disponibilizada no site da série. No episódio lançado na televisão, vemos Isak mandando a mensagem para Evan.

Além do conteúdo divulgado no site da NRK e nas redes sociais dos personagens, encontramos também outros conteúdos transmidiáticos da série, como o canal no YouTube do personagem secundário Elias Bakkoush (Simo Mohamed Elhbab), irmão mais velho da protagonista da quarta temporada. Na série, o canal não foi totalmente explorado, mas mostra o personagem Elias e seus amigos. Outro exemplo de conteúdo foi o aniversário de Isak onde no episódio 10 da quarta temporada de *SKAM*, Even comenta que fez um vídeo de aniversário para o namorado e postou no YouTube. O vídeo não aparecia no episódio, mas ele ficou disponível no YouTube para os fãs assistirem.

Para o fato de causar essa aproximação ao espectador que acompanha a série, a escritora Jill Walker Rettberg (2019, p. 1) reforça que esse tipo de narrativa criada por *SKAM* expande a voz narrativa para uma que inclui o espectador. Este tipo de conteúdo chamou a atenção dos fãs, onde uma grande comunidade buscou traduzir os episódios da série e também os conteúdos que eram disponibilizados na internet pela série. Assim, esse é o motivo que a série chegou a ser assistida em países da língua inglesa, como comenta Anna Leszkiewicz (2017).

SKAM AUSTIN

SKAM Austin é a versão americana de *SKAM*. A primeira prévia da série foi publicada em 2018, na ferramenta da rede social do Facebook, o Facebook Watch, que conta com Julie Andem, a própria criadora da série original *SKAM*, como uma das produtoras da série. Essa versão acompanha os problemas da vida cotidiana dos adolescentes da Bouldin High School, em Austin, no Texas. Nessa versão, o formato ainda é o

mesmo do que a série norueguesa, mas os personagens têm seus nomes trocados para nomes típicos dos Estados Unidos. A série tem duas temporadas onde há uma indefinição sobre a continuidade da série, cuja previsão inicial era ter 4 temporadas. O enredo é similar com as duas temporadas da versão da Noruega, mas tendo algumas diferenças.

Vendo como o impacto de *SKAM* não só na Noruega, mas fora do país de origem, Simon Fuller, dono da produtora XIX Entertainment que possui os direitos da *SKAM Austin*, comentou em uma entrevista para o *The Guardian* (2016) que *SKAM* poderia ter um potencial para se tornar um programa influente na América. Assim, *SKAM Austin* é o único remake feito fora da Europa.

Comparando a versão americana com a norueguesa, sobre o formato da *SKAM Austin*, os conteúdos, como pequenos clipes e capturas de textos entre conversas dos personagens eram postados na conta oficial da série no Facebook diariamente durante a semana, também de forma cronológica, e depois os episódios eram lançados com esses clipes no próprio Facebook. Alguns outros conteúdos eram também postados na conta oficial do Instagram da série, para divulgar não só o episódio, como mensagens e as contas de Instagram dos personagens.

Eleanor Laurence, quem comandava a equipe de transmídia da série *SKAM Austin*, diz em uma entrevista à revista *Teen Vogue* (Bergado, 2019) que tudo que eles publicaram nas redes sociais dos personagens, seja uma postagem, uma música, um ensaio ou algo simples como mudar a foto de perfil ou arquivar uma postagem tinha haver com a história da série, fazendo o personagem permanecer fiel às personalidades que eram representadas na série.

Por ser um remake falado em língua inglesa, a interação dos fãs foi muito intensa, onde se teve uma maior facilidade de encontrar esses conteúdos traduzidos pelos fãs em comparação com a versão norueguesa. Outro fator que também trouxe mais acessibilidade para os fãs de outros países é que o próprio Facebook Watch dá a opção de legenda em alguns idiomas, como o português. Isso trouxe mais acessibilidade à série para outros fãs de outros países.

SKAM ESPAÑA

Lançada em 2018, a série *SKAM* na versão espanhola segue também o formato da versão original, mas adaptado a situações da cultura dos jovens espanhóis. A série atualmente possui 3 temporadas, com a 4ª temporada já confirmada. A série então vai acompanhar a rotina dos adolescentes em uma escola em Madrid, na Espanha. Além de temas que já foram mostrados em outras versões, a *SKAM España* trabalha temas como gordofobia e problemas parentais.

O diretor da Movistar+, canal responsável pela distribuição da série, Domingo Corral, deu uma entrevista ao site *Fotograma* (2018), onde ele comenta que a realidade dos adolescentes na Espanha não é a mesma coisa da Noruega, então eles precisaram fazer algumas alterações, mas não tantas, se não muita verdade se perderia. Assim, na versão espanhola, alguns personagens acabam mudando de nome e seus conflitos também são modificados.

O formato espanhol, onde a partir da segunda temporada da série, no canal do YouTube da Movistar+, são publicados clipes de quatro a cinco minutos durante a semana que pode ser visto livremente pelos

espectadores. No final da semana, o episódio é montado e lançado no canal da emissora de televisão. Os clipes, depois de alguns dias, recebem a disponibilidade de assistir com legenda de vários países, o que dá acessibilidade para os fãs de outras nacionalidades assistirem. A série espanhola também lançou 4 episódios especiais, de 5 a 10 minutos.

SKAM ITALIA

Série de televisão italiana, dirigida por Ludovico Bessegato, é outra que lançou no ano de 2018. Assim com a original, *SKAM Italia* retrata a vida cotidiana dos adolescentes do ensino médio em uma escola em Roma. A série é lançada pela TIMVISION, uma plataforma de *streaming*, onde foi a primeira produção original do serviço.

Assim, por conta de a série ser lançada em um serviço *premium*, podemos ver algumas diferenciações sobre o lançamento de clipes antes do lançamento do episódio. Primeiramente, os clipes, quando lançados em tempo real, poderiam ser vistos por apenas uma hora pelo público. Depois, os clipes só ficavam disponíveis para os assinantes da TIMVISION.

SKAM Italia também segue o formato da norueguesa, mas podemos ter algumas semelhanças e diferenças. Os personagens na série italiana possuem contas no Instagram, e também no Facebook, como na série original, onde em algumas adaptações, os produtores decidem não criar os perfis dos personagens no Facebook. As mensagens, trocadas dessa vez pelo Whatsapp são postadas na conta da série no Instagram.

Giulia Di Giorgio comenta como *SKAM Italia* impacta a vida dos adolescentes que consome a série e seus conteúdos nas redes sociais:

Como em nossas vidas os detalhes são importantes na comunicação, na verdade a chave para o sucesso do *SKAM* Itália é a narração interativa que tem sido obtida através dos perfis do Facebook e Instagram dos personagens da websérie, como se fossem pessoas reais. Isso cria um contato direto com o fã. (Giorgio, 2018)

SKAM Italia possui 3 temporadas e foi cancelada pela TIMVISION. Entretanto, a Netflix adquiriu os direitos da série em dezembro de 2019. Assim, *SKAM Italia* pode ser assistida nas duas plataformas e a quarta temporada foi lançada em maio de 2020. Diferente das outras adaptações, *SKAM Italia*, mesmo na Netflix, não está disponível para assistir em outros países. Assim os fãs acabam traduzindo os episódios, e os conteúdos, de uma forma não oficial.

SKAM FRANCE

SKAM France é uma versão franco-belga, que retrata a vida cotidiana dos adolescentes em uma escola de Paris. Os episódios, assim como os clipes que são lançados durante a semana, são postados em duas plataformas online, a France TV Slash e a RTBF Auvio.

Os episódios também vão ao ar no canal belga La Trois e no France 4, onde esse último canal também disponibiliza os episódios e os clipes em seu canal do YouTube. Os episódios do YouTube foram legendados para outras línguas, o que facilita o público internacional da série.

Entretanto a série não possui um site oficial, assim as conversas por mensagem de texto são postadas no Instagram, no formato *stories*. Como esse formato do Instagram só permite que as imagens fiquem publicadas por apenas 24 horas, esses arquivos acabam se perdendo, não tendo então um arquivo oficial para elas. Assim os próprios fãs

pegam esses conteúdos e armazenam em sites, na maioria das vezes no Tumblr, para os outros fãs poderem acessar isso a qualquer momento. Os personagens também têm suas contas no Facebook e no Instagram.

O Instagram então é a principal plataforma da série para sua narrativa transmídia. A *timeline* da conta tenta procurar uma organização para suas postagens. Quando uma temporada está lançando, na primeira coluna, fica as imagens do episódio escrito o número da temporada e o episódio. Nas outras duas colunas, ficam imagens na série no geral.

Os encarregados de divulgar as imagens no Instagram também buscam divulgar *fanarts* (ilustrações do universo da série feitas por fãs), assim aproveitando ainda mais a potencialidade transmidiática de *SKAM France* que, além dos fãs fazerem a cultura participativa, ou seja, fazendo desenhos, é divulgado esses desenhos na própria conta oficial da série, fortalecendo os projetos feitos por fãs.

Atualmente *SKAM France* possui seis temporadas e terá ainda mais duas temporadas a ser lançadas. Essas duas últimas temporadas são protagonizadas por personagens originais feitas pelos próprios produtores da refilmagem franco-belga. Isso se pode dar ao fato que, caso os remakes passem da quarta temporada da série, eles não podem produzir uma temporada para personagens originais da série norueguesa (NRK, 2020).

SKAM NL

O remake *SKAM NL*, também podendo ser chamado de *SKAM Dutch* ou *SKAM Netherlands*, é uma versão neerlandesa do drama adolescente que se passa em um colégio na cidade de Utrecht. A série

foi lançada pela emissora NPO3, emissora holandesa voltada para o público infanto-juvenil.

SKAM NL teve duas temporadas e foi cancelada no ano de 2019. A série acompanhou o mesmo formato da série original. De uma forma organizada, a conta oficial da série usou a ferramenta destaques do Instagram. Ferramenta implantada em 2018 no Instagram, é possível organizar os conteúdos vindo dos *stories*. Assim, diferente da *SKAM France* que depois de 24 horas, o conteúdo postado nos *stories* sumia, na conta da *SKAM NL*, os encarregados das redes sociais juntavam esse conteúdo de uma forma organizada nos destaques da conta, para assim o fã conseguir acessar no tempo que ele quisesse.

Além do Instagram, todas as postagens, tanto na conta original, como nos personagens, eram arquivadas no site oficial da série. Os clipes, que possui legendas em outras línguas, eram postados no canal do YouTube da emissora.

A emissora também fez duas *playlists* no serviço de *streaming* de música, o Spotify. As duas *playlists* são das músicas que são tocadas nas duas temporadas da série onde, tanto a série original, quanto as refilmagens, buscaram músicas que estavam em alta no momento de seus lançamentos, para colocar como trilha sonora nos episódios.

DRUCK

Druck, ou *SKAM Germany*, é a adaptação da série em alemão, onde os adolescentes estão em um colégio em Berlim. A primeira diferença da versão alemã, da série original é que na tradução do título da série, *skam* significa “vergonha”, já *druck* significa “pressão”.

Atualmente a série possui quatro temporadas e lançarão uma quinta temporada onde o foco será em uma personagem original. Todos os personagens da versão alemã têm seus nomes mudados por conta da cultura alemã, mas ainda são inspirados nos personagens da *SKAM* Norueguesa.

Exclusivamente, na quarta temporada, focada na personagem Amira Mahmood (Touka El-Fawwal), inspirada na personagem Sana, debate sobre a estudante muçulmana inserida na comunidade juvenil alemã. Assim, a atriz conta em um *podcast* alemão chamado *Gedankensalat* (2019) que a ZDF, emissora pública alemã que tem os direitos de *Druck*, queria ir atrás de uma atriz que fosse muçulmana e usasse um *hijab* na vida real. A produção da série *Druck* vai além, procurando autores adolescentes, como todas as outras versões buscam, para criar uma verossimilhança mais apurada para obra, mas também buscando uma atriz muçulmana para um papel de uma adolescente muçulmana.

Sobre o formato de *Druck*, os clipes que são lançados durante a semana são publicados no canal oficial da série no YouTube. Entretanto, só o público da Alemanha consegue ter acesso aos clipes, assim sendo boqueado para o resto do mundo, o que faz os fãs buscarem outros jeitos de assistirem os episódios. Os episódios depois são lançados pela emissora ZDF.

As capturas de telas das conversas entre os personagens ficam nos destaques do Instagram da conta oficial da série. A novidade na adaptação alemã é que os personagens, além de terem contas no Instagram, possuem contas também no aplicativo Snapchat. No Instagram dos personagens de *Druck*, quando eles postam algum conteúdo nos *stories*, depois fica salvo também nos destaques da conta, o que facilita os fãs acessarem

quando quiserem. Já no Snapchat, o conteúdo que é postado na conta da série é perdido pois a ferramenta só permite ver imagens e vídeos durante 24 horas. Os produtores de *Druck* também fizeram uma *playlist* de músicas na plataforma do Spotify que nem a versão holandesa fez.

WtFOCK

WtFOCK, ou *SKAM Belgium*, é a versão belga de *SKAM* que se passa na cidade de Antuérpia. Sendo a série a primeira produção do canal SBS Belgium onde, de acordo com o site belga HLN (2019), *WtFOCK* se tornou a série adolescente mais bem-sucedida de todos os tempos na região flamenga da Bélgica.

A série holandesa segue o mesmo formato que a original. O *site* oficial da série é a principal plataforma para ter contato com o conteúdo transmidiáticos da série. O *site* então é dividido entre 4 abas. Primeiramente, a primeira aba é a “*feed*”, estão todas as postagens, onde as primeiras que aparecem são as últimas postadas. Depois, vem a aba “*weekly*”, que são os clipes que são postados ao longo da semana. Na terceira aba, que é o “Instagram”, ao clicar, nós somos levados a conta oficial da série e por fim, na última aba chamada “*follow*”, está todos os Instagram dos personagens que o fã pode acompanhar.

A conta oficial da série no Instagram também procura interagir com os fãs. Os destaques da conta são organizados, onde são divididos por divulgação dos perfis dos personagens, avisos de novos clipes no site, divulgação da *playlist* de músicas no Spotify, além de divulgação de *fanarts* dos fãs.

A conta ainda tem um destaque onde eles divulgam alguns planos de fundos que os fãs podem utilizar e outro destaque chamado “*Games*”, onde eles utilizam algumas ferramentas do Instagram para fazer interação com os fãs. Podemos ver então como as adaptações que ainda estão em lançamento conseguem buscar utilizar as novas ferramentas que o Instagram oferece para suas postagens e interação com o público.

Em questão da *timeline* do Instagram, os encarregados das redes sociais da série *WtFOCK* buscam uma organização que busque chamar a atenção do público, tanto aquele que já consome a série, ou futuros espectadores. Assim, além de ser uma ferramenta transmídia, o Instagram serve como uma forma de divulgação.

Em novembro de 2019, a série foi confirmada para sua quarta temporada que começou a ser gravada em março de 2020. Entretanto, por conta das medidas de bloqueio da Bélgica por conta da pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2) da COVID-19, a produção teve que ser interrompida. Depois de algumas semanas, foi apresentado o *#WTFOCKDOWN*, conteúdo baseado no isolamento social que os personagens estariam vivendo. Como um conteúdo extra, era feito vídeo chamadas entre os personagens que eram filmadas nas casas dos atores.

SKAM DENMARK

SKAM Denmark é adaptação dinamarquesa em formato teatral. Assim, não existe um trabalho transmidiático desse formato. Outro fator é que, diferente das outras refilmagens que buscam trabalhar com cidades de seus países de origem, *SKAM Denmark* se passa em Oslo, como na série original. Os personagens também têm os mesmos nomes

que a série original. A peça é dividida em três apresentações, onde cada apresentação possui um protagonista, assim como a série original.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante os últimos anos, a convergência de mídias influenciou os meios de comunicação e a forma de contar histórias. Assim, esses meios procuram novas formas de desenvolver conteúdos em múltiplas plataformas e uma delas é a narrativa transmídia em que seu objetivo é ampliar a experiência dos públicos ao consumir esse universo narrativo.

No caso de *SKAM* que busca uma aproximação com seus públicos, além de retratar temas que estão presentes na vida desses espectadores, eles também buscaram usar as mídias sociais para essa conexão. Assim, os fãs da série presenciaram uma forma diferente de consumir ficção seriada, onde os espectadores poderiam assistir os episódios e também consumir as outras mídias que estão disponíveis nas mídias sociais que tinha o propósito de complementar a narrativa da série.

Com o sucesso do formato norueguês da série, outros países, de grande maioria europeus, decidiram licenciar a série em seus países de origem, onde teriam que fazer algumas alterações para fazer sentido em suas culturas. No entanto, mantiveram a proposta transmidiática que o formato norueguês propôs, onde algumas se consagraram a explorar ainda mais esse tipo de formato para trazer mais experiências e sentimentos para esses fãs que acompanhavam essas mídias.

A série *SKAM* e seus *remakes* atingiram vários fãs por conta de como os temas atuais em vidas adolescentes eram retratados com a narrativa transmídia. Os fãs sentiam a necessidade de interagir com esses

conteúdos, tornando uma experiência diferente para eles. No entanto, eles não ficam apenas interagindo com o conteúdo oficial das séries. Os fãs sentiram necessidade de comentar sobre o programa e interagir com outros fãs, onde discussões começam nas redes sociais. Os fãs começam a criar conteúdo sobre as séries, como por exemplo, as *fanarts*, *fanfics* e *fanfilms*, passando a participar no modo de fazer cultura. Isso faz com que os fãs, ao consumirem a série *SKAM*, em vez de terem uma experiência solitária ao assistir uma série, eles vivenciam uma experiência comunitária.

REFERÊNCIAS

Bergado, G. (2019). How “*SKAM* Austin” Became a Viral Hit Through Authenticity and Bread Crumbs. *Teen Vogue*. <https://www.teenvogue.com/story/Skam-austin-season-two-viral-hit>

Gedankensalat. (2019). 018-Hollywood Hijabi: Authentisches Kopftuch im TV. Touka El-Fawwal. 19 de agosto. https://open.spotify.com/episode/5dWKACacBBB8peYPx14CJc?si=92Y6fYzHQ12UfNwX-JvB8OQ&utm_source=instagram&utm_medium=ig_stories

Giorgio, G. (2018). *SKAM* Italy: Teen Loves at the Age of Transmedia Storytelling. *EmergingSeries*. 25 de outubro. <https://emergingseriesen.wordpress.com/2018/10/25/skam-italy-teen-loves-at-the-age-of-transmedia-storytelling/>

Guida, V. (2018). *SKAM*: A Narrativa Transmídia na Televisão Pública Norueguesa. *Comunicon, congresso internacional de comunicação e consumo*, Universidade Federal de Juiz de Fora. https://www.academia.edu/37855831/SKAM_A_Narrativa_Transm%C3%A-Ddia_na_Televis%C3%A3o_P%C3%BAblica_Norueguesa

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. Aleph.

Leszkiewicz, A. (2017). *Skam*: how a cult teen drama has fans invading sets, stalking characters' Instagrams and learning Norwegian. *New Statesman*. 4 de abril. <https://www.newstatesman.com/culture/tv-radio/2017/04/skam-how-cult-teen-drama-has-fans-invading-sets-stalking-characters>

Mittell, Jason. (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. NYU Press.

Nilsen K.; Elnan C. (2016). Why NRK can't translate *Skam*. *NRK*. 2 de novembro. https://www.nrk.no/kultur/why-nrk-can_t-translate-Skam-1.13208362

Onieva, A. (2018). Movistar+ ya graba 'Skam', una serie para adolescentes con formato innovador que estrenará en septiembre. *Fotogramas*. 7 de maio. Recuperado de <https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/a19465651/Skam-serie-movistar-rodaje-estreno-septiembre/>

Portal Skam Brasil. (2020). "NRK responde fã de remake que perguntou a razão de personagens específicos nos remakes não poderem ganhar temporada dizendo que: 'queremos ter a oportunidade de contar a continuação da história para os personagens principais criados por nós'". 19 de junho. Twitter: @PortalSkam. <https://twitter.com/PortalSkam/status/1274034120797159424/photo/2>

Prado, V. (2018). *SKAM* e o Neorrealismo italiano um olhar sob a interatividade transmidiática na contemporaneidade. *Medium*. 4 de outubro. <https://medium.com/@vctrprd/Skam-e-oneorrealismo-i>

Rettberg, Jill W. (2019). ““nobody Is Ever Alone”: The Use of Social Media Narrative to Include the Viewer in SKAM” *MediArXiv*. 8 de setembro. <https://doi.org/10.33767/osf.io/r2f7w>

SKAM. DRUCK Direção: Pola Beck, Jano Ben Chaabane, Tom Lass, Chris Miera Produção: Lasse Scharpen, Jan Kromschröder, Eva Kaesgen, Edgar Derzian France.tv Slash, 2018.

SKAM. Direção: Julie Andem. Produção: Marianne Furevold-Boland NRK, 2015.

SKAM Austin. Direção: Julie Andem, Sarah Heyward Produção: Hans Graffunder Funk, 2018.

SKAM Denmark. Direção: Martin Lyngbo, Anders Lundorff Produção: Jon Stephensen Aveny-T, 2018.

SKAM España. Direção: Begoña Álvarez, José Ramón Ayerra Movistar+, 2018.

SKAM France. Direção: David Hourrègue Produção: Alban Étienne France.tv Slash, 2018.

SKAM Italia. Direção: Ludovico Bessegato Produção: Michela Palladino TIMvision, Netflix, 2018.

SKAM NL. Direção: Bobbie Koek, Isabel Lamberti Produção: Marinieke Klarus NPO3, 2018.

WtFOCK. Direção: Cecilia Verheyden Produção: June Beeckmans, Kris Gaens, Rutger Beckers Telenet, 2018.

Sweney, M. (2016). Norwegian teen TV hit Shame to be remade for US viewers. *The Guardian*. 9 de dezembro <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/09/norwegian-teen-tv-hit-shame-to-be-re-made-for-us-viewers>

WtFOCK. verdubbelt aantal kijkers twee weken na start nieuwe afleveringen, 2019. *Het Laatste Nieuws*. 5 de outubro. <https://www.hln.be/showbizz/tv/-wtfock-verdubbelt-aantal-kijkers-twee-weken-na-start-nieuwe-afleveringen~afb0844d/?referer=https%3A%2F%2Fpt.wikipedia.org%2F>

ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURAS NARRATIVAS DE LA PROPUESTA TRANSMEDIAL MALVINAS³⁰

Ma. Celeste Marrocco¹

1 INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo procuramos abordar el análisis de la propuesta transmedial *Malvinas 30* (Liuzzi, 2012). La propuesta surgió con ocasión de celebrarse el 30 aniversario de la Guerra de Malvinas. Presenta el resultado del trabajo de un equipo de investigación dentro de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata que se adentraron tempranamente en experimentar con narrativas digitales y en tiempo real. El equipo, dirigido por Álvaro Liuzzi, había realizado con anterioridad otros proyectos, entre los cuales se destaca *Proyecto Walsh* (Liuzzi & Berghella, 2011), también centrado en el trabajo en tiempo real, rescatando la figura de Rodolfo Walsh recurriendo a medios digitales tramados como una narrativa única. Esta preocupación queda de manifiesto en las declaraciones de su autor al resumir su objetivo en responder el cuestionamiento sobre “cómo

1. Licenciada en Cine y TV – Especialista en Video y Tecnologías Digitales On Line/Off Line.
Universidad Nacional de Córdoba
Macele4@gmail.com

podemos usar las plataformas digitales para contar de una manera más novedosa la historia argentina” (Liuzzi, 2014).

En este caso el proyecto se centra en dos vertientes: la experimental y la histórica, se realiza con recursos de poco costo como WordPress, plataforma sobre la que se desarrolló la página principal de la propuesta. Como consecuencia de este proyecto el equipo fue convocado por el diario La Nación para generar una propuesta similar, pero a menor escala sobre el regreso de la democracia con ocasión de su aniversario. El proyecto se registró dentro de la modalidad Creative Commons, como forma de derechos de autor libre para poder ser compartida y citada desde cualquier lugar.

A partir de allí, con un espíritu de respeto por los excombatientes, pero también como forma de hacernos vivir esa experiencia inmersiva en la historia argentina reciente, construye su entramado. La realidad actual nos muestra a muchos excombatientes que han permanecido olvidados, poco visualizados y por fuera de los sistemas de contención. Muchos de ellos aún sufren las consecuencias físicas y psíquicas de esos meses de guerra.

Paralelamente se descubren manipulaciones en la información que se difundía, aún se desconoce el destino de muchas de las donaciones realizadas para los soldados y se mantiene una tensa sensación de estatismo en la acción oficial.

Sin embargo, este episodio es aún más complejo de analizar por formar parte del final de un proceso militar dictatorial, sangriento y con numerosas víctimas del que aún se sufren coletazos ideológicos y políticos. Estos temas abiertos como heridas sin cicatrizar hacen que el contexto de producción de este proyecto haya sido un momento de

particular sensibilidad ante ese aniversario, en donde muchos se ven conmovidos por la problemática abordada por cuanto se constituye en un punto particularmente fértil para una experiencia de este tipo.

La propuesta se diseña con dos funciones centrales: por un lado, ser de interés para las generaciones más jóvenes por medio de formas de comunicación que estas generaciones consideran propias; por otro lado se espera poder organizar una memoria digital de fácil acceso al material de difusión propio de esta época, siempre desde una selección que evidencia la mirada de los realizadores.

2 ANÁLISIS DE UNA PROPUESTA TRANSMEDIAL

Al abordar un texto transmedial nos estamos sumergiendo en un “lenguaje que transforma las estructuras narrativas al proponer diversos mensajes presentados en diversas plataformas de lenguaje, independientes entre sí, pero relacionados y que en conjunto construyen un nuevo contenido (o significado)” (Renó, 2020), a lo que el autor agrega que se pueden adoptar plataformas físicas o de lenguaje diversas, permitiendo su navegación física, geográfica y cognitiva. La mayoría de los analistas que proponen modelos para abordar el análisis de obras transmediales, se han centrado en el soporte material, las vinculaciones entre las plataformas. Consideramos que el análisis de la trama textual que propone una propuesta transmedia requiere descomponer ese entramado, analizando y clasificando cada una para luego recomponerlo como un todo significativo, como un objeto cultural cargado de sentidos por la sociedad en la que se mueve y distribuye.

Al revisar cada una de sus partes podremos descubrir los entramados narrativos que atraviesan en tejido transmedial completo, reconociendo las obras nucleares y las periféricas en su estructura. De esta manera al reconstruir el texto a partir del análisis de sus partes, podremos extraer su sentido, y la forma en que ese sentido ha sido afectado por el contexto que rodea a su autor y a su receptor.

Por otro lado, el carácter fragmentario del relato que se expande a lo largo de filmes, series, libros y diversos medios más, hacen que su recepción sea segmentada y discontinua y se hace necesario poder eliminar el “ruido” que interfiere sus procesos de construcción de sentido. Tener claro estas particularidades nos permite como señala Hermida Bellot: “acotar el texto a aquellos momentos decisivos –por significativos y por recurrentes–, eliminando el ruido causado por la continuidad, fragmentación y tramas irrelevantes” (Hermida Bellot, 2012).

De la misma manera, y considerando la importancia que la interacción de los usuarios tiene dentro de una Transmedia, revisaremos el espacio de participación que se construye desde la propia creación de la franquicia, y las apropiaciones particulares que los públicos realizan de estas obras.

2.1 Mapa de medios: Clasificación según su estructura

Comenzaremos por revisar cuales son las obras que componen la propuesta Malvinas 30:

Tabla 1

Ficha técnica Malvinas 30

Malvinas 30				Período de distribución	Desde	Hasta	Responsable creativo:
TM Planeada	si	TM Desarrollada	--		Marzo 2012	Junio 2012	Álvaro Liuzzi
Estructura de Medios:							
Producto	Medio	Año de producción	Responsable FAN Canónico	Carácter expansivo, comprensivo, o de divulgación de la franquicia	Tipo de Producción		
					FAN	Canónico	
Hipotexto o macrohistoria:	Sitio web	2012	Guadalupe López	Obra seminal		X	
Página Web www.malvinastreinta.com.ar							
Intertextos o Textos derivados:							
Redes sociales de difusión Facebook Twitter y Google +	Redes sociales	2012	Álvaro Liuzzi	modificación		X	
Twitter perfil: @soldado/M30	Flog	2012	Álvaro Liuzzi	expansivo		X	
Twitter perfil: @dosdeabril2	Flog	2012	Gabriel Beber	expansivo	X		
Correo electrónico	Casilla de correo	2012	Álvaro Liuzzi	modificación		X	
Material de archivo artículos periodísticos, documentales y propagandas 1982	Archivo On line de recursos multimedia	Reco pilación 2012	Álvaro Liuzzi	compresión		X	
Infografía interactiva	interactivo	2012	Guadalupe López	modificación		X	

Pieza editorial digitalizada	Informe de guerra	2012		expansión		X
Web tv en vivo	Transmisión en tiempo real	Reedición 2012	Álvaro Liuzzi	expansión		X
Creaciones de prosumidores	Redes sociales	2012		expansión	X	
Entrevistas a soldados y periodistas Material de archivo	Canal de Vimeo	2012	Álvaro Liuzzi	Expansión		X
Geolocalización del camino del soldado	Aplicación para móviles Forsquare	2012	Álvaro Liuzzi	expansión		X
Campaña fotos que buscan dueño	Interacción con prosumidores por redes sociales		Álvaro Liuzzi	expansión	X	

Elaboración propia

Director:

Álvaro Liuzzi

Producción y realización:

Guadalupe López

Ezequiel Apesteguia

Tomas Bergero Tripin

PÁGINA WEB: Concentra todos los recursos de la propuesta, con un encabezado de noticias que se van desplazando automáticamente para ver las últimas publicaciones cuando uno ingresa a la página. Incluye los perfiles de redes sociales, acceso al archivo, la publicación de la prensa, entrevistas, la infografía y las transmisiones en vivo.

REDES SOCIALES: Perfiles que reunieron tanto la información respecto a las noticias del proyecto para su difusión, como la parte informativa del mismo publicando las entrevistas, material de archivo y todo tipo de novedades sobre la propuesta.

FLOG EN TWITTER: Flog empleado para contar la vivencia de un “colimba²” de 19 años de La Plata, que deja familia y novia para ir a la guerra

TWITTER: PERFIL PROSUMIDOR: Flog de prosumidor que desarrolló importante intervención en la propuesta narrativa.

TODOS SOMOS MALVINAS30: Casilla de mail que reunió el material enviado por los prosumidores para ser incluido en la propuesta.

ARCHIVO: Material de archivo que seleccionó el equipo con amplia información sobre publicaciones relacionadas y de época. Incluye: libros, documentales, películas, enlaces a sitios web y a archivos de acceso on line.

INFOGRAFÍA INTERACTIVA: Informe gráfico sobre las características, el hundimiento y la tripulación del General Belgrano

PIEZA EDITORIAL DIGITALIZADA: A partir de una entrevista en video y su editorial por escrito se podía acceder a la lectura completa de este informe que despertó muchas polémicas a lo largo de estos 30 años, no accesible en su versión completa con anterioridad.

WEB TV EN VIVO: En los horarios exactos en que 30 años se habían emitido se reeditaron diversos informes y transmisiones, las cuales también eran visionadas por SoldadoM30, como el mensaje de la Junta Militar del 24 de marzo de 1982, el mensaje de Galtieri en Plaza de

2. Forma coloquial empleada en Argentina para señalar el Servicio militar que se prestaba al Estado durante un período de tiempo

Mayo por cadena nacional el 2 de abril del mismo año, ediciones del Noticiero 60 Minutos, entre otros.

CREACIONES DE PROSUMIDORES: Fueron muchos los artículos, fotos y textos que compartieron los prosumidores y se publicaron en el sitio como la nota “*Otra Historia nunca contada*” escrita por el excombatiente Daniel Di Fini, que relata su estadía y regreso de la guerra, Gabriel Beber, creador de la cuenta @dosdedabril2, compartió muchas de sus fotografías y correspondencias de guerra con el equipo realizativo que afectaron el desarrollo de la propuesta. Estos aportes y otros como la línea de tiempo interactiva realizada por Danila Terragno, donde se comparan las publicaciones argentinas y británicas; no fueron previstas por los responsables, pero ayudaron a expandir el contenido.

ENTREVISTAS A SOLDADOS Y PERIODISTAS: PUBLICACIONES ESCRITAS Y CANAL DE VIMEO: En la página se publican los artículos escritos (en esta forma de visualización al pasar el mouse por encima de las fotos leíamos la temática) y se enlazaban las publicaciones en Vimeo que incluyeron entrevistas contemporáneas y material de archivo seleccionado

GEOLOCALIZACIÓN DEL CAMINO DEL SOLDADO: Con la Aplicación Forsquare³ se podía seguir el camino del soldado M30 en vivo según se desplazó desde la Plata a Malvinas

3. **Foursquare** es un servicio basado en localización web aplicada a las redes sociales. La geolocalización permite localizar un dispositivo fijo o móvil en una ubicación geográfica.

CAMPAÑA FOTOS QUE BUSCAN DUEÑO: Las fotos encontradas en Malvinas por un Kelper⁴ de soldados argentinos circularon por 16 meses en busca de sus dueños originales.

En el desarrollo de una narrativa transmedial surgen diferentes estrategias para expandir el universo que se está construyendo, clasificadas por Carlos Scolari de la siguiente manera (Scolari, 2013):

- **Creación de microhistorias intersticiales**: en el caso de esta serie ubicadas entre las temporadas por medio de comics, clips para web, videojuegos o webpisodios
- **Creación de historias paralelas**: se trata de historias narradas en la misma diégesis y en un tiempo paralelo a la historia principal
- **Creación de historias periféricas**: se trata de textos que tienen una relación con la historia principal, pero se trata de historias que rodean a la principal, e incluso pueden convertirse en spin-off de la serie principal
- **Creación de contenido generados por usuarios**: blogs, wikis, etc., espacios donde se pueden crear historias, analizarlas o enriquecerlas

Estas categorías nos permiten pensar los tipos de historias que se van generando dentro de la franquicia, los cuales pueden ser resumidos en intersticiales, paralelas y periféricas dentro de los medios canónicos, y por otro lado los contenidos generados por los usuarios.

Entre estos medios, sin embargo, hay un lazo de unión sostenido por los personajes, temas y estéticas de ese mundo ficcional. Estos atributos particulares pueden ser trasladados en diferentes lenguajes y medios, e

4. Término coloquial que funciona como gentilicio para referirse a un habitante de las Islas Malvinas

incluso pueden ser adoptados por los fanáticos para sus producciones, creando nuevos personajes y situaciones. Esta jerarquía de estéticas y valores estarán presentes en todos los textos que conforman la experiencia transmedia.

Gráfico 1



(García Carrizo, & Heredero Díaz, 2016, p. 278)

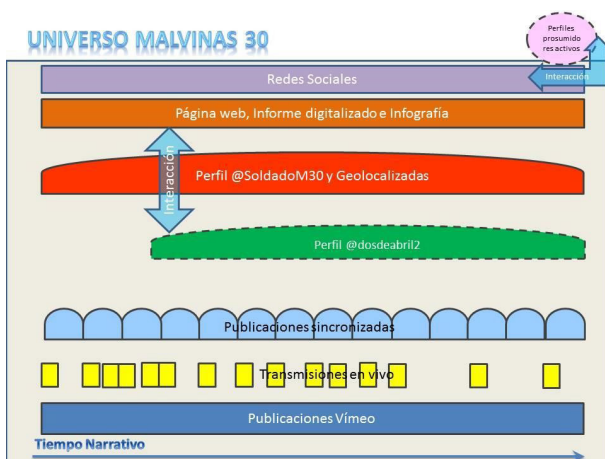
Comenzaremos nuestro análisis diferenciando la obra seminal de la obra núcleo, las cuales pueden o no coincidir. La obra seminal es el origen de la narración, el producto que le da el punto de partida, puede que a partir de ella se generen expansiones narrativas, pero también puede suceder que desde esa obra se genere otra producción que logre el lugar de obra núcleo, ya que es en torno a esta en que se aglutinan el resto de las producciones que tejen el universo transmedial de esa narración. Partiendo de esta clasificación como primer paso, hemos decidido tomar la propuesta de mapa de medios de García y Heredero

Díaz, a partir de los desarrollos de Belsunces Gonçalves(Belsunces Gonçalves, 2011). En la cual se pone en relación el medio o soporte con su lugar dentro de la trama transmedial completa (García Carrizo & Heredero Díaz, 2015).

Podemos ver que se plantea el concepto de Macrohistoria, entendida como la narración completa que constituye la totalidad de la franquicia. En el primer contenido que es la narración seminal de la franquicia, a partir de la cual se despliegan el resto de los relatos derivados, clasificándolos a estos según su lugar en el relato en su totalidad como historias preliminares, paralelas, intersticiales, periféricas, secuelas, profundización de los personajes, y aquellas que completan aspectos de la historia no narrados anteriormente. El gráfico también permite identificar las producciones canónicas de las producidas por los prosumidores.

Gráfico 2

Mapa de Medios de Malvinas 30 (2012)



REFERENCIAS

		Contenido Oficial
		Contenido Generado con Participación de los Usuarios
Contenido/Soporte		Relación con la Macrohistoria
	Publicaciones diarias de material de archivo en tiempo real	Completa la Historia
	Página Web	Obra Seminal
	Flog Prosumidor @dosdeabril2	Historia Paralela
	Publicación de materiales en Vimeo	Completa la Historia
	Perfiles Prosumidores activos	Historias Periféricas
	Perfil @soldadoM30	Historia Paralela
	Redes Sociales	Completa la Historia
	Transmisiones en Vivo	Completa la Historia
	Interacción vía Mail/Redes sociales	Comunicación Prosumidores

(Liuzzi, 2012)

Como vemos en este mapa de medios, la mayoría de las piezas estuvieron disponibles durante toda la experiencia. Sin embargo, cabe aclarar que no fueron iguales a lo largo de la misma, cada una de ellas, páginas, archivos, redes sociales fueron actualizándose para rescatar esa sensación de tiempo real que preocupaba a los realizadores. En este mismo sentido la publicación continua de las tapas de diarios y artículos de la época fue un constante flujo que iba modificando la narración en el tiempo del relato. Justamente este factor era decisivo para lograr la sensación de inmersión buscada. Veamos también la importancia de las transmisiones en vivo como momento de reunión sincrónica de seguidores.

2.2 Análisis de discurso: Diégesis: espacio- tiempo

A la hora de pensar en la construcción del universo de una narrativa transmedial creemos que la definición que desarrollan Lisbeth Klastrup y Susana Tosca puede ser apropiada para nuestro objetivo:

Transmedial worlds are abstract content systems from which a repertoire of fictional stories and characters can be actualized or derived

across a variety of media forms. What characterizes a transmedial world is that audience and designers share a mental image of the “worldness” (a number of distinguishing features of its universe). The idea of a specific world’s worldness mostly originates from the first version of the world presented but can be elaborated and changed over time. Quite often the world has a cult (fan) following across media as well. (Klastrup & Tosca, 2004)

De esta forma, se entiende que cada nueva actualización de ese universo, en el medio que sea, será comprendida por su audiencia y creadores, como parte de un mismo mundo, sin importar si es un nuevo desarrollo o una adaptación desde otro medio, evoca en la imaginación de la comunidad un mundo específico, con sus reglas, tiempos y espacios. Cabe destacar que esa idea de mundo puede ser reelaborada y modificada a lo largo del tiempo.

Debido a este acuerdo común, los espectadores siguen ese universo reconociéndolo en sus diversos soportes debido a sus propiedades abstractas y diferenciadoras. Estos universos permiten a los participantes construir sus propias historias interactuando en un contexto conocido, y ampliando con ello el propio universo de la ficción que cada uno siga. Las autoras proponen tres elementos básicos como componentes de los universos transmedia:

- *Mythos*: se trata de la historia de fondo que constituye el universo que se está recorriendo, y que se necesita para poder interpretar e interactuar con los eventos y personajes de ese universo. Describe los conflictos, batallas, personajes, criaturas, historias y rumores.
- *Topos*: se trata del mundo específico, en un tiempo explícito y con una geografía detallada. Se puede extender el universo en diversas actualizaciones del relato en tiempos anteriores o

posteriores, pero no cambiando su lógica interna. Se puede decir que incluye la “física y la navegación” en el universo transmedial que se recorre, el lenguaje, la poesía y la tradición.

- *Ethos*: se refiere al código ético y moral que atraviesa ese universo, estableciendo que comportamientos pueden ser aceptados o rechazados en un personaje concreto dentro de un universo específico. Manifiesta la actuación del bien y el mal, y las conductas apropiadas. Es el conocimiento indispensable para saber cómo comportarse en el mundo.

Aplicando estas categorías a la propuesta *Malvinas 30*, podemos analizarla de la siguiente manera:

Mythos: los hechos que nos llevaron como país a la Guerra de Malvinas nos son conocidos a todos, pero en el caso particular de esta propuesta se toma como hilo narrativo la narración particular de una joven colimba, que estaba cumpliendo con su Servicio Militar Obligatorio en la Ciudad de La Plata para 1982. Se trata de un joven que con 19 años para ese momento está de novio, y cuando sale del cuartel vive con su familia. Admira a Maradona y su padre a Kempes, es amigo de sus compañeros y se juegan muchas bromas por deporte. No sabe mucho de lo que pasa con las Islas, pero si está convencido de que son argentinas, apoya a las movilizaciones gremiales y participa en sus manifestaciones.

Una noche sin previo aviso, lo hacen abordar con sus compañeros un avión con rumbo desconocido y nuevo equipo con ropa de abrigo, llegan a la Patagonia y recién entonces puede avisar a sus padres que ha sido movilizadado y está rumbo a Malvinas.

Lo llevan a las Malvinas y está feliz de ello, allí comienza a armar su posición, poco a poco el alimento y el abrigo disminuye. Las condiciones

climáticas se vuelven cada vez más duras, y los habitantes de las Islas escapan de ellos, desde su mirada ve como se enferman sus compañeros, y los llevan al hospital de campaña, pero rápidamente los regresan. En un momento un compañero roba un cordero para comerlo con sus compañeros, y relata cómo es estacado para castigarlo. El ataque inglés es cada vez más fuerte y recibe noticias de lo que está pasando a su alrededor. Sabe que los jefes comen bien y ellos no, extraña su hogar y ve con desesperación como todo empeora.

Llega el momento de la rendición, y es trasladado a pie hasta la Ciudad, donde lo hacen dormir en unos galpones, al día siguiente lo embarcan a Puerto Madryn, todos amontonados en un bar del barco. Al llegar a tierra los llevan a Campo de Mayo en Buenos Aires, allí reciben de comer y una notificación que les prohíbe hablar de lo que pasó. Desde allí puede volver a su casa.

Por otra parte, las entrevistas narran la experiencia de uno de los periodistas que llega antes de la guerra a hacer una nota y está en casa del gobernador inglés cuando las Islas son tomadas por los argentinos, cuenta como fotografía poniendo en riesgo su vida la rendición inglesa, logrando las fotos que recorren el mundo poco después con los soldados ingleses entregándose. Pero teme entregar los negativos, así que cuando viajan a Malvinas algunos periodistas durante un día a cubrir la toma, él se mezcla con ellos y sube al transporte sin que los militares se percaten de ello, regresando a tierra. Una vez en el continente la revista Gente le ofrece llevarlo a Buenos Aires y un domingo abrir sus laboratorios para revelar el material. Así se hace y esa misma tarde se envía al extranjero, siendo las primeras fotos de ese momento en publicarse.

Como esta se narran otras historias personales, de políticos que estaban en el extranjero, o de familiares de combatientes. Se muestra material de archivo donde se pueden ver las campañas de recaudación de fondos, tanto como la preparación de las raciones, haciendo hincapié en las pequeñas historias personales. Se puede conocer también algunos detalles del hundimiento del Manuel Belgrano, pero no es relatado como historia, sino brindando sus datos. También se narra la historia del Informe Rauchbart que genera tanta polémica a posteriori de la Guerra.

Paralelamente, desde los prosumidores conoceremos la historia de otra colimba que vive situaciones muy similares, además de la de un niño de 7 años que ve la historia por la televisión y lo que le cuentan en la escuela.

Topos: esta narración se enmarca en el territorio argentino, recorriendo, incluso por geolocalización desde la Capital y La Plata a la Patagonia y las Islas Malvinas. El clima y la topología de cada lugar son un elemento significativo de la historia afectando el desarrollo del relato y su desplazamiento. Cabe destacar que las Islas Malvinas, geográfica e históricamente territorio argentino, han sido motivo de disputa entre Inglaterra y Argentina.

Ethos: Históricamente Argentina para ese momento atravesaba uno de sus momentos más tensos con el incipiente final de un largo proceso de Golpe de Estado Militar que estaba marcado por las tensiones y los cuestionamientos políticos, pero sobre todo por el enfrentamiento armado, y múltiples cuestionamientos sobre el respeto de los derechos humanos.

Esta problemática ha sido durante los 30 años que pasaron hasta la realización de *Malvinas 30* fuente de enfrentamientos diversos y debates complejos. Sin embargo, hay una sensación generalizada de que la

Guerra fue una decisión tomada para tratar de mantenerse en el poder por parte de la Junta de Gobierno, de la misma forma que favoreció la imagen pública de Margaret Thatcher, Primer Ministro de Inglaterra en la época. El posicionamiento que se deja traslucir en el relato es que se trataba de soldados muy jóvenes, mal provistos y poco entrenados que tuvieron que enfrentar a una maquinaria de guerra inmensa, bien entrenada y con gran aprovisionamiento. En esta propuesta no se hace referencia a otros aspectos como la realidad de los oficiales de la Fuerza Aérea u otras ramas de las Fuerzas Armadas, tampoco se muestran personajes, ni ideas afines a la posición favorecedora a la guerra.

A nivel de manejo de la temporalidad esta propuesta presenta una interesante variación, destaquemos primero que no cuenta con medios narrativos tradicionales, ni audiovisuales, ni editoriales. El manejo del tiempo se basa en las publicaciones en redes sociales y las retransmisiones en vivo. De esta forma se dan dos tipos de manejos temporales:

Tiempo real: las noticias fueron republicadas exactamente a la misma hora y el mismo día que se dieron 30 años antes apuntando a lograr una inmersión sólida por parte de los seguidores. La misma mecánica se tomó para la publicación de las tapas de revista de la época, que se compartieron el mismo día que habían salido 30 años atrás. Esto se repitió en el caso de la cuenta flog donde se fueron publicando los eventos que vivió esta colimba a medida que se podrían haber presentado, incluyendo geolocalización y respetando esa sensación de tiempo real, la cual también se respetaba en las conversaciones con los seguidores que quisieran interactuar con el personaje.

Tiempo concatenada: por otro lado se realizaron entrevistas, como la de Rodolfo Terragneo, que comentó su experiencia viviendo su exilio

en Inglaterra durante ese momento, o a Rodolfo Carrizo excombatiente que se completó con la geolocalización de su movilización; la Campaña Fotografías que Buscan Dueño; informes como el del hundimiento del Belgrano, análisis desde diferentes periodistas que elaboraron informes para la página, como Guadalupe López, o la entrevista sobre el informe Rattembach además de su digitalización, o aportes de seguidores como el de Danila Terragneo que desarrolló una evolución histórica de los acontecimientos. Todo este tipo de materiales, sumado al archivo de recursos, presentan una concatenación de hechos propios del enfrentamiento bélico, pero también sus análisis posteriores y diversas consecuencias.

Por este motivo se ve una forma temporal particular, que va sumando puntos de vista sobre un tiempo que trata de emularse en tiempo real, reconstruyendo una mirada sobre la guerra que pretende dar autonomía de lectura al participante, sin embargo, el punto de vista ideológico, como veremos más adelante, es claramente marcado por la selección de los materiales que se comparten durante la experiencia.

2.3 Pistas de Migración y Capacidad Negativa

Para lograr poner en acción a los espectadores, se emplearán dos conceptos que son determinantes a la hora de diseñar una propuesta: **la capacidad negativa** (negative capability) y **las pistas de migración** (migratory cues) (Gallego Aguilar, 2001).

Con capacidad negativa nos referimos a las estrategias que permiten generar brechas que evoquen un sentido de incertidumbre, misterio, o duda en la audiencia. Pueden ser referencias a personajes no mostrados, a lugares que no son presentados en la obra en particular, o eventos externos que influyen en el universo. Esto genera un empoderamiento

en la audiencia para completar los espacios, para estimular la curiosidad. El concepto de pistas de migración, propuesto por Ruppel (Ruppel, 2006), plantea el uso de señales visibles al interior de un texto que conducen a contenidos presentes en otros canales.

La capacidad negativa y las pistas de migración se complementan para crear experiencias de profundización en el relato por parte de las audiencias; de esta forma se plantean elementos que motivan la participación y apuestan por la interactividad.

Por otro lado, están las *Pistas Migratorias internas* o narrativas de conectividad, ubicadas a lo largo de la historia, operan exclusivamente por y a través de los personajes, lugares, temporalidades y eventos del universo narrativo. Se desarrollan en un sitio y soporte diferente pero dentro de la misma lógica y continuidad del mundo ficcional. Su contenido depende del mismo creador o responsable de la narración en general, no serán expresas en el texto, sino que la conciencia de las mismas dependerá del bagaje que tenga

Vemos en estos casos los apelativos del soldado @SoldadoM30 a visualizar o entrar en otras plataformas para ver su desarrollo, ya fuera una transmisión en vivo desde la página, la geolocalización o tapas de revista, igual que sucedió con las fotografías que iban ilustrando su viaje, que se podían visualizar en Hootsuite.

Desde este perfil se republicaron también los comentarios de los prosumidores que buscaron interactuar con el personaje, convocando a otros a que lo hicieran para ser parte de esta propuesta, incluyendo incluso algunas propuestas de acción concreta

Dentro de la página veremos apelativos a la acción sobre el menú lateral para visitar el resto de los recursos como el informe Rattebach

o la infografía del Belgrano, pero sobre todo la convocatoria a participar enviando material al mail de la propuesta, al igual que la campaña Fotografías en Busca de Dueño.

Se trata de una serie de llamados a la acción internos que directamente proponían al espectador sumergirse en la narración como un analista o como un interactor según su interés durante todo el tiempo que duró la propuesta.

2.4 Viaje del Prosumidor

La principal meta que se proponen las narrativas transmedia es la construcción de experiencias que sumerjan al interactor en una nueva forma de vivenciar las historias. Es por ello que en este punto nos interesa revisar las formas en que se ha diseñado la participación del prosumidor, su recorrido de la experiencia, y en qué puntos el público ha modificado su reacción, ya sea ampliando esa participación o por el contrario dejando de participar.

Pratten propone algunas recomendaciones sobre el diseño de la propuesta transmedial interactiva en general, que permiten analizar *Malvinas 30*. Cuando creamos una historia, se plantean conflictos entre los personajes que actúan en ella, pero deben estar pensadas para motivar la participación de la audiencia también, generando reacciones que a su vez pueden resultar en mayores descubrimientos, comentarios y debates, hasta incluso apoyar a un personaje u otro, motivando el compromiso de la audiencia que a su vez demandará mayor conocimiento de la historia y por lo tanto, la sumerge cada vez más en la experiencia que se está desarrollando (Pratten, 2015).

El mismo autor remarca la importancia que puede tener lograr una experiencia personal y única, que estimule a los participantes a compartir y comentar con otros, desarrollando un viaje emocional que los lleve a sumergirse en la experiencia propuesta. En este viaje que emprende cada uno de los prosumidores, vamos a estar hablando entonces de tres etapas el descubrimiento, la experiencia y la exploración, según Acuña y Caloguera (Acuña & Caloguera, 2012).

En *Malvinas 30* la participación de los prosumidores se realizó de forma individual, pero con un sentido comunitario y colaborativo que se reforzó permanentemente desde la propuesta canónica. En el caso particular del prosumidor @dosdeabril2 se trató de una participación que logró un alto nivel de compromiso llegando a participar del propio desarrollo del universo.

La difusión del proyecto fue limitada, y principalmente se realizó dentro de círculos relacionados con la problemática a trabajar, justamente evocando las repercusiones emocionales de este conflicto en la conciencia colectiva, motivando así un compromiso por parte de la audiencia con la propia propuesta. Seguir la vida del soldado o las noticias que se iban difundiendo motivaba claramente en los participantes el deseo de recibir mayor información y poder profundizar ciertos aspectos, todo lo cual fue puesto a disposición dentro de la misma propuesta. La propia vivencia de esta realidad estimuló la interacción de los seguidores con el personaje principal por una parte y con el equipo de realización por la otra, con perfiles que se vinculaban con el soldado en el primer caso, y brindando datos, recursos e información en el segundo. A su vez esto despertaba interacciones entre la propia audiencia además de las que se realizaban con la propuesta. Generando una fuerte reacción de

compromiso que estimulaba nuevas participaciones y mayor difusión de la idea, logrando una importante comunidad que reaccionaba ante el desarrollo de esta historia.

Se cumplen así las etapas de descubrimiento, experiencia y exploración, de las que hablamos antes, donde a partir de esa limitada difusión, pero con una fuerte identificación a nivel emocional con la temática, se logra una base de audiencia que crecerá a lo largo de la experiencia. *Malvinas 30* nace y se desarrolla fuertemente cimentada en la participación de los prosumidores, su compromiso emocional y su inmersión en el tiempo que trata de hacerse presente durante toda la puesta.

Se alcanza un compromiso alto, y un grado de participación que va más allá de lo previsto incluso por los autores, logra interactuar con sus prosumidores de forma que ellos mismos afecten el desarrollo del relato significativamente y logrando mayor interés y desarrollo de la trama.

Las características que definen la experiencia propuesta se basaron en la idea de reconstruir la experiencia en tiempo real:

Redes sociales: la propuesta toma como plataforma núcleo la página web, pero para la creación de la experiencia las redes sociales fueron un elemento central que permitió narrar el conflicto respetando la dimensión temporal del mismo, ya que las noticias se publicaban respetando el tiempo y momento que fueron difundidas treinta años antes, además de poner una voz protagonista en primera persona, la del @soldado M30, convocando a la interacción y participación de los prosumidores.

Debido a esta razón es que se presentaron dos cuentas de Twitter, @Malvinas30 y @Soldado 30, en la primera se accede a una reedición de las noticias de la guerra tanto en la prensa argentina como en la extranjera. Mientras la segunda cuenta, muestra la experiencia de

una colimba de 19 años que desde su lugar narra la guerra, agrupando crónicas y testimonios de excombatientes construyendo una memoria colectiva de ellos traducida en este personaje.

Broadcasting: recurriendo a material de archivo se reeditaron las emisiones de canales de televisión y radio, de forma que coincidieran exactamente con el día y la hora en que fueron transmitidos, pero 30 años después, visualizando una estrategia comunicativa gubernamental que buscaba llegar y emocionar a esa construcción que llamaron “el ser nacional”. Se incluyeron noticieros, programas de TV, y cadenas nacionales de la época.

Documental Transmedia: se apuntó a reconstruir diversos aspectos del conflicto mediante entrevistas a excombatientes, historiadores, periodistas y otros actores sociales que se vieron sumergidos en esta experiencia, insumos que junto con las ediciones de archivo de la prensa nacional y extranjera, permitieron a lo largo de los 4 meses que duró el proyecto, generar una sensación de inmersión, casi de viaje en el tiempo para quienes desde el presente podían acceder a esa información de forma vicaria a cómo sucedió en su momento. Estos testimonios serán también parte de los insumos que alimenten la experiencia del soldado @soldadoM30

Todos somos Malvinas30: por medio de una casilla de mail, y las redes sociales se procuró brindar un espacio para los aportes y participación de los usuarios, recolectando historias, fotografías, anécdotas, y publicaciones de diverso tipo, que a su vez permitieron alimentar los contenidos del resto de la experiencia.

R. Pratten propone tres dimensiones a considerar a la hora de guionar esta experiencia que pueden ser de utilidad para abordar el análisis de propuestas transmediales (Pratten, 2015):

- Social: incluye la vinculación, la cooperación y socialización de información sobre el universo, pero también la competencia con otros participantes.
- Emocional/Dramático: incluye simulaciones físicas, mentales, emocionales que puede experimentar el prosumidor
- Expresión/Desafío: desafíos físicos o mentales, expresión de los prosumidores y la creatividad

Malvinas 30 a lo largo de su desarrollo, logra trabajar las tres dimensiones de las que habla Pratten, desde lo social las redes y los espacios de participación, sumado a iniciativas como “Fotografías que buscan dueño”, lograron estimular la participación y el compromiso de los prosumidores. Esta iniciativa surgió a partir de una periodista, Alejandra Conti, ajena al proyecto, perteneciente al diario *La Voz del Interior*, quien viajó a Malvinas para cubrir una nota y allí recibió de parte de un Kelper, Derek Pettersson⁵, una serie de fotografías, que según el relato el hombre pudo recobrar de una cámara descartable que encontró el 17 de junio de 1982, tirada en una calle de Puerto Argentino, al revelar el negativo se dio con que se trataba de fotos de soldados argentinos, las cuales guardó y le entregó años después a esta periodista para que llegaran a sus dueños. La periodista se puso en contacto con los

5. Pettersson oficiaba de chofer manejando desde Puerto Argentino hacia Darwin para visitar el cementerio de los soldados argentinos. Durante el recorrido le relató la historia a Conti y coordinaron intercambiar las imágenes, al día siguiente las fotografías iniciaron su viaje hacia las páginas del periódico cordobés.

responsables del proyecto y emprendieron una campaña de difusión de las imágenes para encontrar a los protagonistas de las mismas. Pasaron 16 meses siendo compartidas en la campaña iniciada en el proyecto cuando recién se encontraron datos certeros y las fotografías pudieron volver a sus dueños, un año y medio después de haber culminado la experiencia.

A su vez, el encontrar a los dueños de esas fotografías ocupó ese lugar de desafío de la que habla Pratten, de forma que los mismos usuarios compartieron la publicación más de 4000 veces en busca de esos soldados retratados, comprometiéndose en la búsqueda y en la misma experiencia que se estaba proponiendo.

Estas experiencias, junto con la interacción del @SoldadoM30 con los prosumidores lograron un efecto emocional y dramático muy bien planificado y obtenido a partir de esta reconstrucción de la vivencia de la época. Este compromiso logró que otro excombatiente, Gabriel Beber⁶, que nada tenía que ver con el proyecto, a partir de comenzar a ver lo que M30 vivía, interactuara con él enviando comentarios y construyendo su propio Flog @dosdeAbril2 donde recuperaba textos de sus propias cartas a sus familiares durante la guerra para compartirlas y enviarlas a @SoldadoM30. Este tipo de interacción y participación alcanza por completo la expresión y la inmersión necesaria para este tipo de propuesta. Cabe destacar que no fue el único prosumidor que se comprometió en este sentido, también lo hicieron otros como @elchicodelceo, @gumerpile, @leito1979ar, @diabolorojo, @jadelf,

6. Excombatiente Clase 63 del GADA 601 de Mar del Plata, que comenzó a utilizar Twitter en base a su correspondencia de guerra, quien a su vez escribió artículos propios para el sitio de núcleo como *Malvinas en primera persona*

el primero de los cuales se comunicaba como ese niño de 7 años que era para el momento de la guerra, y le contaba desde ese lugar al soldado como se veía el conflicto desde el continente, por ejemplo.

Las transmisiones en vivo de las cadenas nacionales y diferentes programas estimularon la participación sincrónica de los prosumidores, y las redes sociales su interacción en solitario tanto como interactuando con otros. Si bien no se abrió la posibilidad de personalización, la historia se iba retroalimentando de la participación de los prosumidores que compartían sus recuerdos sobre la época, y hasta fotografías de monumentos a los combatientes en todo el país. El mundo real se vio intervenido por el virtual, como en un viaje por el tiempo a 30 años antes, reviviendo una parte de la historia con una mirada analítica y revisionista, pero a la vez, inmersiva y conmovedora.

Se trató por lo tanto de una experiencia de interacción social, vivencial que permite la exploración, no competitiva que estimula el trabajo colaborativo

3 VALORACIÓN FINAL

La premisa de la que parte este proyecto es justamente la oposición entre lo difundido por los medios masivos y controlados por el gobierno y lo que vivió en primera persona cualquiera de los colimbas que fueron a la guerra. En base a ello es seleccionado el material de archivo, organizados los informes y entrevistas, y hasta en ello se basan las interacciones y llamadas a la acción de los prosumidores.

El mundo que sirve de soporte para esa premisa es la Argentina de 1982, saliendo de un cruento proceso militar, que daba sus últimos

pasos tratando de mantenerse en el poder. Situación que se traduce en los personajes que desarrollan este texto, particularmente su protagonista y sus antagonistas, desarrollados desde diversos puntos de vista y con diferentes géneros que incluyen lo narrativo experimental desde un perfil de Twitter hasta lo informativo y periodístico. Esta temática tan compleja va a plantear el centro de la historia: la Guerra de Malvinas como un evento complejo, comunicado de una forma y vivido de otra casi por completo opuesta.

Los recursos que implementaron para la realización de esta obra fueron muchos pero ninguno de ellos tradicional en el discurso narrativo, sino propios del lenguaje periodístico contemporáneo por lo que se logra un relato inmersivo de tipo totalmente diferente donde el espacio para la interacción y la producción de los prosumidores es amplio y permite una expresión cabal de sus ideas y vivencias en forma directa y explícita, que les permite interactuar con el desarrollo del relato, afectando su fluidez y concreción.

De alguna manera trata de dar respuesta a la necesidad de una sociedad que aún cierra sus cicatrices relacionadas con esta guerra, una sociedad que necesita hablar el tema, comunicar sus ideas y descubrir las verdades que no le fueron reveladas en ese momento, como una especie de reconciliación con esa inocencia que pareció primar durante la Guerra.

Se trató más bien de un proyecto de experimentación narrativa, lleno de inquietudes e intentos de nuevas estrategias expresivas. Logra su objetivo y se transforma en una verdadera experiencia para todos los que se dejaron seducir por su proceso de inmersión histórica, sin recurrir a los medios tradicionales de un tejido transmedial (cine,

novelas, televisión) desarrolla una trama argumenta clara e inmersiva que emociona y conmueve a toda la sociedad.

REFERENCIAS

- Acuña, F., & Caloguerea, A. (2012). *Guía para la Producción y Distribución de Contenidos Transmedia para Múltiples Plataformas*. Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad de Chile.
- Belsunces Gonçalves, A. (2011). *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: El caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*. Universidad Complutense de Madrid.
- Gallego Aguilar, A. F. (2001). *Diseño de Narrativas Transmediáticas*. Universidad de Caldas.
- García Carrizo, J., & Heredero Díaz, O. (2016). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia. *Icono 14, Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 13(2), 260-285. <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/745>
- Hermida Bellot, C. (2012). *Utilización del Análisis Textual en el Estudio de las Series de Ficción Televisiva: El Caso de Ally McBeal* [Trabajo presentado en congreso]. 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación.
- Klastrup, L., & Tosca, S. (2004). *Transmedial Worlds – Rethinking Cyberworld Design*. 409-416. <https://doi.org/20.1109/CW.2004.67>

- Liuzzi, Á. (2012). *Malvinas 30* [Multiplataforma]. <http://www.malvinastreinta.com.ar/Mediamorfosis>
- Liuzzi, Á. (2014, septiembre 25). Alvaro Liuzzi: “WEB DOCS, el género documental interactivo y las narrativas transmedia [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Jv5J49AzGsQ>
- Pratten, R. (2015). *Getting Started with Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. <https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/book-2-robertpratten.pdf>
- Renó, D. (2020). *El ADN de las narrativas transmedia*. Maestría en Comunicación Digital Interactiva.
- Ruppel, M. (2006). *Learning to Speak Braille*. <http://things.wordherders.net/archives/005458.html>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando los medios cuentan*. Ed. Deusto.

PROJETAR TRANSMÍDIA: EXPERIMENTAÇÃO DE ARTICULAÇÕES DE CONTEÚDOS, NUM TRABALHO EXPERIMENTAL NO LABORATÓRIO DE HUMANIDADES DIGITAIS.

Glaucia Davino¹

1. HUMANOS E DIGITAIS

As fronteiras entre a ambiência digital/computacional/tecnológica e a existência humana já começa a se desenhar por contornos tênues, tendendo para uma simbiose mecânica e intelectual em direção à superinteligência (Kutzweil, 2019), sem que percebarmos ao certo. A ideia de ruptura seca e incisiva entre modos culturais anteriores e atuais é ilusão de ótica (...) e o que é variável é a velocidade de uns e outros, a responder pela intensidade da mudança (Coelho, 2020, p. 01). A sensação de impacto ocorre para aqueles que tomam conhecimento e se dão conta das mudanças quando vários movimentos na construção de novos conhecimentos já foram experimentados, estudados, expostos, quer tenham tido continuidade ou tenham sido abandonados

Não é novo e faz parte da História a permeabilidade entre o que a ciência classifica como campos dos saberes tecnológicos, o campo de

1. Doutor em Ciências da Comunicação, pela Universidade de São Paulo. Docente no PPG em Educação, Arte e História da Cultura e no curso de Letras, da Universidade Presbiteriana Mackenzie.
glau.dav@gmail.com; glaucia.davino@mackenzie.br

investigação das humanidades e as repercussões intrínsecas nos padrões de funcionamento das sociedades. Apenas há uma classificação hierárquica e pragmática, para que tenhamos referenciamento no grande mapa das ciências e humanidades. As metodologias, até então utilizadas, exigiam recortes específicos, a partir dos recursos e epistemologias da ocasião para se alcançar profundidade de conhecimento em qualquer tema. Daí os trabalhos interdisciplinares, que estabelecem parcerias com diversas áreas do saber para a observação ou invenção de um novo conhecimento. Também não temos dúvidas quanto à capacidade de processamento, armazenamento, transformação, multiplicação e transmissão de informações pelos aparatos tecnológicos digitais contemporâneos e a transversalidade que assumem em todos os campos das ciências, atividades profissionais e vida cotidiana.

No grande campo das Humanidades (Colégio de Humanidades, segundo a CAPES/Brasil), que abriga as Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas e a Linguística, Letras e Artes (CAPES, 2014), diversos pesquisadores viram, no que era chamado de Informática e/ou Ciências da Informação (dentre outras denominações), possibilidades, métodos, formas de refletir e temas que dariam às suas investigações e projetos perspectivas inovadoras, quer utilizando recursos (hardwares e softwares) já existentes, como formando parcerias para a solução específica de um objetivo, articulando metodologias, materiais e processos tradicionais, novas e/ou mistas. As Humanidades Digitais surgem do reconhecimento dessas transformações (Schreibman et al., 2016), da utilização do código binário, pelos próprios pesquisadores que a criaram, em direção a seu reconhecimento, num movimento contínuo. Trata-se de uma área ainda em construção, por sua própria natureza

e por adesões contínuas de pesquisas e pesquisadores a essa grande área, as Humanidades Digitais, às possibilidades interdisciplinares e de hibridização. Pesquisadores, que não estavam em contato com àqueles que se dedicam a dar substancialidade e consistência às Humanidades Digitais, passaram a reconhecer que suas atividades muito se assemelhavam nos procedimentos, forma de pensar, ferramentas e metodologias sem denominá-las de Humanidades Digitais (Alvez, 2016).

Um dos vieses dos estudos culturais passa pelo uso de quantidades bastante grande de dados, quer para fins quantitativos como para interpretações qualitativas, incluindo relações das movimentações de informações trocadas entre usuários, na internet e processamento de linguagens (Manovich,). No Brasil, verificamos nove grupos de investigação que enquadram e se denominam humanistas digitais, de acordo com os dados do diretório de grupos de pesquisa do CNPq (tabela1), Devemos considerar que, fora dessa listagem, há os grupos que não são específicos das humanidades digitais, mas as têm de forma transversal aos seus interesses e atuação de pesquisas.

2. LINGUAGENS E TECNOLOGIAS

Doze encontros de quatro horas, no primeiro semestre de 2020, foi o tempo dedicado a abordar, discutir, refletir e relacionar Humanidades Digitais aos respectivos repertórios individuais e projetos de pesquisa interdisciplinares de cada participante de um grupo de alunos de pós-graduação e para desenvolver a proposta de um projeto vivencial e coletivo final, que pudesse remeter a alguma temática dentro do vasto

espectro das Humanidades Digitais. Trazemos, portanto, o relato e as reflexões sobre essa experiência.

Nesse grupo de trabalho, as Humanidades Digitais foram exploradas primeiramente no seu contexto amplo. Se debruçaram sobre referencial bibliográfico a respeito das humanidades digitais, sob a diversidade de olhares e práticas, trazendo para o posto de sua definição, conceitos distintos a partir da área de quem fala (Alves, 2016), suas origens (Bartscherer, 2011; Lane, 2017; That Camp, 2012), da datificação e análise massiva de dados culturais (Schäfer & Van Es, 2017), implicações metodológicas e científicas (Rogers, 2015), diferentes pontos de vista, exemplos de atividades em centros de pesquisas no Brasil e no mundo e outros assuntos da atualidade. Debates, apresentações, relações com as atividades individuais e produção de textos foram impulsionados nessa trajetória para o desvendar, de forma crítica, o significado e implicações das Humanidades Digitais.

Verificamos que foram as áreas das Letras e História as que tiveram maior identificação formal com as Humanidades Digitais. Berry (2011, pp. 3-4, conforme citado em Oliveira & Martins, 2011, pp. 17-18) explicou a ocorrência de duas primeiras ondas, internacionalmente. A primeira, focada nos repositórios digitais, i.e., na digitalização e disponibilização nas redes de textos, documentos, acervos de livros, de objetos, etc. e a segunda voltada para a ferramentalização digital de análises e a mudança na maneira de conceituar, proceder e refletir sobre os temas próprios das áreas das humanidades, pois a cultura digital já seria parte intrínseca do processo da pesquisa e que permeia toda a sociedade. O levantamento dos grupos de pesquisa brasileiros, dedicados às Humanidades Digitais, listados no quadro abaixo, organizado em

ano de formação, nome do grupo, instituição de ensino e pesquisa e respectivas áreas, mostrou constituir o índice que reitera os contextos vistos acima. As áreas das linguagens artísticas e comunicacionais (novas mídias) não apresentam as Humanidades Digitais como o tema do grupo, mas sim como eixo transdisciplinar. Quando aparecem, são na forma de eixos transversais, descritos em projetos ou palavras-chave, mas não no nome do grupo.

Tabela 1

Tabela elaborada a partir das informações do Diretório de Grupos de pesquisa do CNPq, pela autora, em outubro de 2020

Ano de formação	Grupo/Universidade	Área das Humanidades
2008	Estudos Interdisciplinares em Humanidades Digitais, Filologia e Acervos de Escritores/ UEFS	Letras
2014	Imago e humanidades digitais/ UFPE	Ciências da Informação
2015	Representação e Humanidades Digitais/ UFSCAR	Ciência da Informação
2018	Laboratório de Humanidades Digitais da UFBA/ UFBA	Sociologia
2019	Humanidades Digitais e Comunicação de Interesse Público (HD-CIP)/USCS	Comunicação
2019	Idade Média e Humanidades Digitais/USP	História

(<http://dgp.cnpq.br>)

Como dissemos, na primeira metade dos encontros os diversos autores e respectivos textos foram discutidos, incluindo atualidades nas mídias e publicações acadêmicas, olhando para o tema num leque panorâmico

e abrangente, pois não é simples compreender o empreendimento de cada segmento do conhecimento, como dito acima. Na segunda metade dos encontros e, a partir do sétimo, foi lançado o desafio de adentrarmos nas interações, nos procedimentos e nos conteúdos das linguagens, não apenas verbais, na complexidade expressiva das diversas mídias (texto, imagens, sons, vídeos, etc.), seus horizontes e/ou limitações procedimentais no universo digital, com o propósito laboratorial, experimental, i.e. como forma de apreensão das estésias ao provocar uma construção de significações.

Narrativas, mídias e a rede que as relaciona tornou-se o nosso enfoque, i.e., saímos dos campos das primeiras ondas das humanidades digitais para o conjunto das mídias digitais, da modelização ou das simulações do imaginário sob as interoperações de algoritmos do que chamamos de novas mídias . *In recente years, a variety of digital humanities projects and research centers have taken a range of approaches to the study of vídeo games ... and transmedia storytelling* (Schreibmen, Siemens, & Unsworth, 2016, pp. 91- 92). E foi sob essa inspiração e sob o enfoque da disciplina na linha de linguagens e tecnologias que se estabeleceu o nosso ponto de partida, a concepção de um projeto de uma narrativa a ser expandida na forma transmidiática. A experimentação laboratorial prática constituiu a essência para a apreensão do conhecimento desse complexo campo, considerando a diversidade e o equilíbrio das relações que as plataformas midiáticas e respectivas linguagens estabelecem numa criação.

3. O CAMINHO DO EXPERIMENTO – CONSCIÊNCIA DO UNIVERSO, DA NAVEGAÇÃO, DOS RECURSOS, LIMITES E O HUMANO

A segunda metade dos encontros foram dedicados à formulação de um projeto coletivo e criativo transmídia, com outro suporte bibliográfico e específico (Irigaray & Lovato, 2015; Jenkins, 2003; Massarolo & Mesquita, 2013; Renó & Renó, 2015), a exploração de exemplos consagrados e experimentais nacionais e internacionais explorados pelos próprios alunos que compunham o grupo e exercícios de adequação das linguagens aos conteúdos, realizados num processo semelhante a uma sala de roteiro: com encontros de discussões, *brain storms*, reflexões sobre as linguagens, suas especificidades e seus suportes midiáticos nas diversas plataformas, divisão de funções e encontros² para fechamento de ideias, com a intenção de experimentação expressiva na interação das mídias da cultura digital. Devemos considerar que o prazo de execução foi um dos fatores limitadores para o projeto, i.e., o estado final denota até onde foi possível o desenvolvimento das ideias, com um grupo inexperiente nas mídias digitais e oriundos de diversas áreas do conhecimento. Vejamos abaixo o tema e as propostas que o grupo conseguiu erigir nesse contexto e nesse período de seis encontros para a concepção do projeto. Embora as peças não tenham sido produzidas, foram iniciados alguns esboços para apresentação final do curso.

- Tema: Violência Doméstica

2. Cabe notar que esse processo foi impactado com a pandemia e o sistema de isolamento social, causados pelo Covid-19, quando os encontros e evolução dos trabalhos passaram a ser realizados na forma online, em outra dinâmica e ritmo.

- Conto: Os olhos dos Mortos (ficção), do autor moçambicano Mia Couto (2009; 69-72).
- Blog jornalístico: Mulheres que matam. Jornalista publica casos verdadeiros de mulheres que sofreram violência doméstica e/ou mataram seus parceiros motivadas pela violência sofrida. Portanto, é um blog com participação aberta dos usuários (narrativas reais)
- Serviço: site de Apoio espiritual de Capelania
- Links para outros sites, arquivos e/ou banco de dados sobre o tema escolhido
- Diário: (ficcional) da personagem feminina do conto, contendo sua vida pregressa.
- Álbum de fotografias: (ficcional) da personagem feminina do conto
- Série: (ficcional)
- Monetização: não foi considerada, para os fins do experimento

3.1 Tema

Las experiencias transmedia siempre son propuestas narrativas para conversar de algo ... sobre que vamos a conversar? ... La forma en que se desplegará el tema (se partirá de una historia, de un acontecimiento, de un problema? Como se dará el desarrollo de los elementos narrativos? (Ardini & Caminos, 2018, p. 29)

Na época da elaboração do projeto, o grupo já estava trabalhando em regime de isolamento social, devido à pandemia, e um dos assuntos decorrentes da situação que se destacava era o aumento da violência doméstica nessa época em que o convívio no lar se tornou mais extensivo

O tema surgiu e foi proposto, como ponto de partida, o conto *Os olhos dos mortos*, de Mia Couto. Sinteticamente, a protagonista é uma mulher que, na voz em primeira pessoa, confessa estar feliz e relata que assassinou o marido, para livrar-se do longo, permanente domínio, humilhação, degradação psicológica e violência que ele exercia sobre ela. Logicamente que ler o conto, a leitura propriamente, como sabemos, é uma experiência que vai além dos fatos aqui sinteticamente narrados, é uma vivência imaginária, uma experiência dos sentidos construídos na distribuição das palavras, seu ritmo sintático e das inferências do leitor.

3.2. Literatura/ conto – Livro papel/ Livro digital

Imediatamente, o conto não apenas foi a fonte de inspiração do projeto, mas tornou-se parte dele. Ele faz parte do livro de contos *O fio da missanga* (2016), de Mia Couto³ e que pode ser encontrado nas versões impressa e digital (Kindle) em diversas edições. Estamos falando aqui da escolha da primeira linguagem para abordar o tema, a verbal e escrita, em língua portuguesa. A literatura é uma das formas mais antigas e tradicionais de expressão, tendo passado pela diversificação de movimentos e estilos, ao longo da história, como sinais de suas épocas. Portanto, sob o aspecto midiático, o conto tem o suporte livro (físico e digital), que pertence ao autor e sua editora e que pode ser acessado apenas em plataformas que não foram elaboradas dentro do projeto. A experiência oferecida, portanto, foi elaborada por um autor externo ao projeto. Coube ao grupo a escolha, a curadoria dessa peça literária.

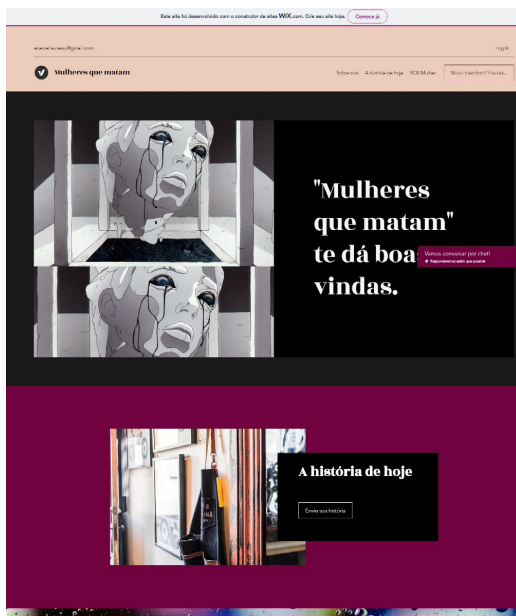
3. António Emílio Leite Couto, escritor moçambicano e ganhador de prêmios literários em língua portuguesa.

3.3 O Blog

O blog, intitulado Mulheres que matam, é jornalístico e foi concebido para ser uma plataforma de troca com o público. A jornalista do blog, na realidade é um avatar de jornalista, além de investigar e entrevistar mulheres que mataram para se livrarem da violência, condenadas ou não, e receberia histórias reais de leitores para publicá-las em forma de jornalismo literário, i.e., se propôs a contar histórias verdadeiras, baseadas em relatos reais.

Figura 1

Esboço da parte inicial do blog (em construção) – Material produzido para a disciplina Humanidades Digitais, em maio de 2020. As imagens são provisórias (acesso restrito)



Com o desdobramento das outras plataformas do projeto, o blog passou também a ser o único dos suportes tecnológicos e a oferecer, mas de forma discreta no final da página, botões de acesso hipermidiático às outras plataformas, centralizando-as. Essa opção se justificou pela dimensão social do blog. Esboçou-se sua formatação com hiperlinks para as outras linguagens e conteúdos aqui desenvolvidos.

3.4 Site de apoio espiritual - Capelania

O site de apoio espiritual (cristão) de Capelania Corporativa, de cosmovisão religiosa, é voltado ao acolhimento de quaisquer pessoas. Foi criado para conceber outro universo transmídia, de apoio humano espiritual. Atuando em diversas áreas (família, trabalho, infância, etc.), articulou com o Mulheres que matam um ponto de intersecção, o espaço exclusivo de apoio espiritual dedicado às mulheres que sofreram ou sofrem violência doméstica.

3.5 Diário de Maria – da personagem feminina do conto Os olhos dos mortos

Diário de Maria é uma obra ficcional. Nele, em formato de diário, Maria contaria sua vida, seus sentimentos e o que aconteceu com ela, muitas coisas que não estão no conto. Acontecimentos, esperanças, planos e os mais íntimos dos sentimentos da personagem ao longo do tempo afloram e justificam a decisão de assassinato. O acesso visual ao Diário seria através da tela, mas sua aparência/visualidade simularia um caderno escrito à mão, com o recurso de virar as páginas, com textos em estilo de fluxo de narrações e pensamentos mais livres, podendo ser acompanhado de desenhos, colagens, com anotações, cores de

canetas diversas e/ou lápis e algumas páginas mais gastas pelo tempo ou manchadas.

3. 6 Álbum de fotografia – do casal do conto Os olhos dos mortos

O álbum de fotografia, também ficcional, seria composto por fotografias de um período da vida pregresso do casal, das famílias, da casa nova, dos animais, até o momento do casamento. Acompanhando as fotografias, estariam datas e legendas, dando dicas de nomes de pessoas e ocasião. Com o álbum, é construída uma narrativa daquilo que ambos registraram para a memória familiar pública - o sonho de um casal feliz.

3.7 A série TV– Mulheres que matam

Com título homônimo ao blog, foi concebida uma série de oito episódios independentes sobre situações complexas de violência doméstica e mulheres envolvidas em crimes como consequência.

Figura 2

Esboço para inspiração de abertura da série– Material produzido para a disciplina Humanidades Digitais, em maio de 2020. As imagens são provisórias (acesso restrito)



Figura 3

Exemplo de sinopse da série. – Esboço episódio 8 - Material produzido em aula pelos alunos (acesso restrito)

EP.08

HERDEIRA DO MAL

Raimunda tem 64 anos, 12 filhos e oito netos. Ela conviveu durante anos com as violências do marido, que persistem até hoje. Ele é alcoólatra e espancava os filhos também.

A criação dos filhos ficou a cargo de Raimunda, que trabalhava dobrado para sustentar a casa e os filhos.

Agora, Raimunda começa a ver os filhos replicarem o comportamento agressivo em suas famílias, mas ela está saturada de tudo aquilo.

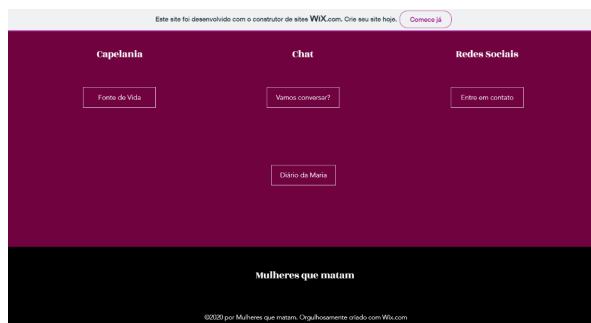


A série carrega traços de sensacionalismo, crime, mistério e investigação. Foram escritas oito sinopses ilustradas por fotografias, com os títulos (Figura 2).

3.8 Links externos

Figura 4

Esboço do espaço reservado para os botões para links, no blog – Material produzido para a disciplina Humanidades Digitais, em maio de 2020. As imagens são provisórias (acesso restrito)



Uma das características originárias dos blogs, desde 2000, eram os permalinks, que permitiam que o usuário pudesse navegar entre blogs com semelhanças, temas e/ou interesses em comum. Mantendo esse espírito original da plataforma blog, supôs-se a criação de links para blogs ou sites de terceiros, externos à produção proposta, que pudessem contribuir com o universo tratado. No entanto, a curadoria para essas escolhas ficaria para outro momento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo procurou trazer para os participantes da disciplina Humanidades Digitais uma experiência em que a narrativa transmídia passou a ser um desafio, não apenas na sua especificidade intrínseca - de expansão de histórias dentro de um universo, como negócio ou entretenimento - mas como um dos recortes possíveis para refletir sobre as mídias contemporâneas, os fluxos das informações vinculadas aos modos como os usuário se relacionam com as linguagens e o leque de escolhas de plataformas que eles têm.

Nenhuma das pessoas do grupo conhecia ou havia realizado investigações no âmbito das humanidades digitais, nem sequer tido contato com produções transmidiáticas. Então, tratou-se de uma experiência inédita. Essa opção fez parte da estratégia laboratorial em que o nível de competência pudesse prescindir do conhecimento algorítmico, da linguagem de computação e da engenharia dos dispositivos digitais implicados na experiência.

Partimos das possibilidades da incorporação das relações de diversas mídias, agora gerenciada por algoritmos, considerando o exercício de

reconhecimento e da ciência da articulação dos conteúdos, dos fluxos que os relacionam, os tornam interdependentes na construção de sentidos e na compreensão de para as diferentes mídias, plataformas e linguagens, i.e., estamos falando da materialização de processos mentais, mesmo considerando que os limites dos padrões de programação pudessem gerar resultados previsíveis e/ou semelhantes a outras realizações (Flusser, 1985). A finalidade da iniciativa foi a de não limitar a construção de conhecimentos ao referencial bibliográfico e às discussões gerais sobre o campo das humanidades digitais que se incumbiram mais fortemente das questões de arquivo, banco de dados, análises de informações textuais, com exceções, baseadas em suporte bibliográfico, oferecendo experiência singular e atuante dos alunos dedicados à disciplina, com foco no processo de experimentação, compartilhamento e integração entre os atores desse trabalho, oriundos de diferentes áreas do saber, considerando as plataformas de vivência contemporâneas conhecidas e dentro do período disponível.

Buscamos alcançar coerente e eficaz interrelação para a solução de integração entre as expressividades e sua aplicabilidade nas plataformas digitais, com o tema Violência Doméstica contra as mulheres, promovendo ambientes de entretenimento (ficções), de esclarecimentos (histórias reais e serviço) e de apoio (serviço).

REFERÊNCIAS

Alvez, D, (2016). As Humanidades digitais como uma comunidade de práticas dentro do formalismo acadêmico: dos exemplos internacionais ao caso português. *Ler História*, (69), 91-103. <https://doi.org/104000/lerhistoria.2496>

- Ardini, C., & Caminos, A. (2018). *Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales*. Mutual Conexión.
- Baquit, I. (2020). *Mulheres blogam: a construção das comunidades imaginárias virtuais* [Tese Doutorado, Universidade Presbiteriana Mackenzie].
- Barttscherer, T., & Roderick C. (Eds.). (2011). *Switching codes: thinking through digital technology in humanities and arts*. Chicago University Press
- Coelho, J. T. (2020). *Fake news: O Combate ao Conteúdo Não Basta*. Grupo de Estudos Humanidades Computacionais. Instituto de Estudos Avançados (IEA), Universidade de São Paulo (USP). <http://www.iea.usp.br/publicacoes/ensaios/fake-news-o-combate-ao-conteudo-nao-basta/view>
- Couto, M (2009). *Os olhos dos mortos. O fio das missangas*. Cia das Letras
- Dacos, M. (2011, março 26). Manifesto das digital humanities. ThatCamp. <http://tcp.hypotheses.org/497>
- Flusser, V. (1985). *Filosofia da caixa preta*. Hucitec
- Fundação CAPES (2014) Sobre as áreas de avaliação. <https://www.capes.gov.br/avaliacao/sobre-as-areas-de-avaliacao>
- Irigaray, F., & Lovato, A. (Eds.). (2015). *Producciones transmedias de no ficción. Analisis, experiencias y tecnologías*. UNR

- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. *MIT Technology Review*.
<http://www.technologyreview.com/Biotech/13052/page1/>
- Kutzweil, R. (2018). *A singularidade está próxima: quando os humanos transcendem a biologia* (Coleção Os Livros do Observatório). Ilunimuras/Itau Cultural.
- Lane, R. (2017). *The big humanities*. Routledge, Taylor & Francis.
- Manovich, L. (2015). A Ciência da Cultura? Computação social, Humanidades Digitais e Analítica Cultural. *Matrizes*, 9(2). <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9.i2p.67-83>
- Renó, D., & Renó, L. (2017). La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo: participación y navegación cognitiva. *Obra Digital*, 12. doi: [10.25029/od.2017.113.12](https://doi.org/10.25029/od.2017.113.12)
- Rogers, Richard, 2015. Digital Methods for Web Research. Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences: An Interdisciplinary, Searchable, and Linkable Resource. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781118900772.etrds0076> (acesso em 07/ 2020)
- Schäfer, M. T., & Van Es, K. (Eds.). (2018). *The Datafied Society. Studying culture through data*. Amsterdam University Press.
- Schreibman, S., Siemens, R., & Unsworth, J. (2016). *A New Companion to Digital Humanities*. John Wiley & Sons.

ANÁLISIS CRÍTICO DE LA PRODUCCIÓN TRANSMEDIA “MUJERES EN VENTA” DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIAL Y COMUNITARIA

Lizandro Angulo Rincón¹

INTRODUCCIÓN

Este trabajo analiza críticamente el documental transmedia “Mujeres en venta: trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina” del año 2015 para conocer sus estructuras profundas de significado y significación, desde una perspectiva social y comunitaria.

ECOLOGÍA DE MEDIOS

Se puede considerar a la ecología de los medios como una teoría generalista de la comunicación, porque se trata de una propuesta extensiva que une el mundo de la biología, abarca casi todos los procesos de comunicación, y estudia las transformaciones que sufren las economías, los medios y los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación, como lo explica Scolari (2017):

La ecología de los medios no se concentra en ningún medio en especial —es una teoría transmedia a todos los efectos— ni a un periodo

1. Doctor en Comunicación.
Profesor e investigador de la Universidad del Tolima (Colombia).
langulo@ut.edu.co

de tiempo limitado: su reflexión comienza con la aparición del lenguaje, sigue con la transición de la oralidad a la escritura, llega hasta nuestros agitados días de vida digital y en algunas ocasiones no renuncia a delinear escenarios futuros. (p. 18)

Luego de clasificar la ecología de los medios como una teoría generalista de la comunicación, podemos acercarnos a las dos líneas de interpretación que ofrece la ecología de los medios, según Scolari (2017): los medios como ambientes y los medios como especies. La interpretación de los medios como ambientes parte del argumento de que “las tecnologías —en este caso, las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales— generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan” (p. 29), es decir, los medios crean un ambiente que contiene al sujeto y determina su percepción, cognición y visión de mundo.

Y la interpretación de los medios como especie que parte del argumento de que “los medios de comunicación son como «especies» que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí” (Scolari, 2017, p. 30), es decir, que los medios adquieren su significado y existencia, nacimiento, adaptación o desaparición, en la interacción o competencia constante con otros medios.

COMUNICACIÓN DIGITAL

Con la aparición del internet y la revolución tecnológica del último siglo, la lógica de la comunicación se ha visto afectada en su esquema tradicional: emisor, mensaje y receptor, que se veía fortalecida en formas, estilos y canales, como la radio, la prensa y la televisión cuyo

principio era la unidireccionalidad, la jerarquía, y que iba de un individuo a muchos. Ese sistema ha evolucionado con los nuevos medios, en los que los procesos de comunicación transformaron la pasividad del receptor convirtiéndolo en un transmisor activo que retroalimenta el mensaje y los desarrolla en otra estructura en red, utilizando un espacio infinito mediado por la tecnología.

Así, hablamos de comunicación digital que, en palabras de Sánchez Upegui (2006), se define como “el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, TIC, con base en el código binario: bit”. A partir de allí, los procesos de comunicación cambiaron su esquema básico a un esquema mucho más caótico, transversal, multidireccional y virtual. Con estas nuevas formas, la humanidad ha evolucionado y ha configurado nuevos conceptos, nuevas narrativas y nuevas formas válidas para un objeto de análisis. Aquí revisamos conceptos básicos de la comunicación digital. Estos son: narración digital; hipertexto, hipermedia e interactividad.

Narrativa digital (ND). Para llegar al concepto de ND se debe explorar el significado de su génesis (la narrativa). Es un concepto ligado a los procesos tradicionales de la comunicación que entrevé la aplicación de nuevas prácticas generadas a partir del uso de nuevas tecnologías. La narración se define como “un texto que es un todo finito y estructurado que se compone de signos lingüísticos. Un texto narrativo será aquel en el que un agente relate una narración” (Bal, 1990, p.13). La ND, entonces, es todo aquello que implica narración, que busca contar algo.

La definición de narración permite entender los alcances de lo que sería una narrativa digital, la cual, como lo señala Arrieta (2011), potencia

los nuevos elementos que entran a funcionar como signos para contar algo en el medio digital.

La narrativa digital es aquello que da cuenta de una nueva forma de contar, usando diversas tecnologías. La narrativa digital toma forma en un mar de información, tecnologías y artefactos, que se combinan y recombinan permanentemente; la abundancia de lo digital posibilita narrativas audiovisuales, soportadas en estructuras hipermedia que potencian lo interactivo, lo participativo y lo colectivo. (p. 31)

La llegada de internet y el uso de las tecnologías han desarrollado y evolucionado la narración, pues facilita la convergencia de medios, el uso de la hipertextualidad, las posibilidades de interactividad y participación de los públicos y audiencias en la creación de contenidos con los que “el lector puede intervenir en la obra y hacia la construcción colectiva de ella” (Arrieta, 2011, p. 32). Lo anterior se soporta en un medio digital que puede generar otras bondades tales como la multimedialidad, multimedialidad e intertextualidad.

Hipertexto, hipermedia e interactividad. El hipertexto se asimila a expresiones como “caminos que posibilitan una navegabilidad, gama de nodos neuronales”, así como también alude a lectura horizontal, elaboración textual con lectura expandida y textos entrelazados en un laberinto de posibilidades (Renó & Flores, 2012, p. 46). Los autores consideran que una definición acertada de este concepto es el de “un ambiente de lectura no lineal que ofrece al usuario la posibilidad de crear sus propios caminos de arquitectura de lectura” (p. 46).

La hipermedia, entre tanto, se piensa como un entorno hipertextual que incluye informaciones multimediales diversas (infografías, animación, fotos, audios, videos, texto), con lo cual el usuario elige sus propios

caminos narrativos. De manera que tanto hipertexto e hipermedia se fundan en la interactividad, puesto que el usuario escoge una variedad de caminos para adquirir nuevas experiencias de navegación, con base en sus necesidades informativas.

Para Morales (2010), el hipermedia suministra la intertextualidad, en tanto que el autor puede integrar, mediante enlaces, otros textos distintos a su propia creación, otras fuentes literarias, otras lecturas que configuren su obra, en una sucesión parecida a la biblioteca de Borges. Por tanto, agrega Morales, de la creación a la producción colectiva sólo hay un paso, si los avances de las telecomunicaciones comparten la composición del texto con otros autores.

Para Renó y Flores (2012), no hay unanimidad entorno a la definición de interactividad, dado que para algunos lingüistas el hecho de interpretar un libro supone un proceso interactivo entre la obra y el lector. Sin embargo, según Aparici, García, Fernández y Osuna (2012), la interactividad se entiende como el control, relativamente parcial, que los usuarios poseen sobre la presentación de la información en documentos digitales, y como la posibilidad de establecer un diálogo entre la información digital y las personas conectadas con ella sincrónica o asincrónicamente.

TRANSMEDIA

Las nuevas narrativas constituyen un terreno semántico inestable que se fisura alrededor de términos de origen periodístico como multimedia y *crossmedia*; de procedencia comunicativa como plataformas múltiples y medios híbridos; y de origen económico como interacciones

transmediales y mercancía intertextual (Scolari, 2013, p. 25), conceptos que orientaron el surgimiento del término *storytelling* acuñado por el investigador norteamericano Henry Jenkins, en la columna *Transmedia Storytelling* (2003), quien afirmó que: “hemos entrado a una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”.

Para Renó (2020), no obstante, el transmedia se diferencia con el crossmedia en que el primero la historia se expande con nuevos datos, nuevas historias, las cuales se publican en distintas plataformas y cuentan con procesos interactivos en los que el usuario tiene la oportunidad de consumir y producir contenidos; mientras que el segundo significa contar la misma historia en distintas plataformas, como efectivamente lo hace la comunicación publicitaria.

Los aportes de Manovich (2008) sobre el concepto de hibridación también son pertinentes. Lo que este autor esgrime es que en la tercera etapa de la evolución del metamedio computacional, nos encontramos con que los medios, al ser traducidos en software, se expresan como especies en una ecología común, en un entorno compartido de software, pero, luego, una vez que se soltaron de ese ambiente, comenzaron a interactuar, mutar y hacer híbridos, así como combinaciones para contar una historia desde distintas perspectivas textuales y gráficas.

En la producción transmedia, ya no se encuentran medios en estado puro, esto es, la fotografía no sólo es impresión, sino interactividad, movimiento. Los mapas no son esquemas fijos, sino un conjunto de relaciones, de canales comunicantes entre las naciones y regiones. Utilizar todos estos recursos híbridos, es una buena estrategia, siempre que fortalezca la historia y que los medios no se solapen o sean reiterativos.

Según Scolari (2013), para Jenkins las Narrativas Transmedia, muy cercanas al mundo del mercado del cine comercial, deben cumplir con los siguientes conflictos:

1. Expansión vs profundidad. El concepto de profundidad hace referencia a la penetración del relato en la audiencia hasta encontrar los seguidores que lo amplíen con sus producciones, y el término de expansión se relaciona con la extensión del relato a través de las prácticas virales de los simpatizantes en las redes sociales, aumentando su capital simbólico y económico.
2. Continuidad vs multiplicidad. El concepto de continuidad se relaciona con la fluidez del relato a través de diferentes lenguajes, medios y plataformas, y el término multiplicidad a la creación de experiencias narrativas no controladas o aparentemente incoherentes, que amplían el relato original.
3. Inmersión vs extraibilidad. El concepto de inmersión se refiere a la pérdida de la noción del tiempo y el espacio real por parte de los seguidores al consumir el relato, y el término extraibilidad a la capacidad que adquieren los simpatizantes para extraer elementos del relato y llevarlos al mundo cotidiano como objetos.

Y deben contar con los siguientes principios:

4. Construcción de mundos. El concepto de construcción de mundos se vincula con la elaboración de una atmósfera a partir de los escenarios, los objetos y los detalles que dan un escenario al relato y entregan un conjunto de conocimiento a los seguidores.
5. Serialidad. Esta expresión se refiere a la tendencia de los relatos a tomar algunos elementos de la industria cultural del siglo XX, como la estructura lineal, para adecuarla, ampliarla y circular sus fragmentos en una red de textos que abarca varios medios.

6. Subjetividad. El concepto de subjetividad se relaciona con el cruce de perspectivas, miradas y voces externas, de los creadores y de las voces, acciones y vivencias internas de los personajes de los relatos, que exigen al lector un trabajo extra de recomposición.
7. Realización. El término de realización se refiere a los simpatizantes que promueven el consumo del relato o se transforman en productores o prosumidores de contenidos, para ampliar la estructura de la historia en la red.

Renó y Ruiz (2012), sugieren que lo interesante de los contenidos transmedia es que sean producidos por producidos por dispositivos móviles, como teléfonos móviles o celulares, tabletas y que el prosumidor se implique en el proceso, especialmente interactuando con el contenido a partir de los conceptos de interactividad.

MUJERES EN VENTA: TRATA DE PERSONAS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL EN ARGENTINA

Esta producción hace parte del proyecto documedia-periodismo social multimedia de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina, y fue concebido en el año 2008 por la Dirección de Comunicación Multimedial, perteneciente al mismo centro de educación superior (Durr, 2016).

“Mujeres en venta: trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina” (2015), es una pieza periodística de alta calidad que indaga sobre las redes de explotación sexual en Argentina, mediante los testimonios de las víctimas y de las personas e instituciones que tratan de resolver o paliar el problema. Todo el proceso investigativo se recrea a partir del documental para televisión y, de ahí, se expande

por medios análogos y digitales. Este producto transmedia ha sido ganador de premios nacionales e internacionales en los ámbitos de la comunicación digital y el periodismo de investigación.

METODOLOGÍA

Esta investigación emplea el estudio de caso, considerado una concepción metodológica que incluye métodos y técnicas de los enfoques cuantitativo y cualitativo para analizar un fenómeno en el presente, en la dinámica del mundo real y en contextos naturales (Weerakkody, 2012). En esta investigación, no obstante, se hará énfasis en el análisis e interpretación de los resultados desde la perspectiva cualitativa, en tanto que estos estudios se enfocan en el *significado* del mundo social mediado por la tecnología; en *contextos naturalistas* donde se desenvuelven cotidianamente las personas; y en *sujetos interpretativos* de la realidad propia y ajena (Jensen, 2014).

El método que permite indagar distintas fuentes es, en este caso, la etnografía digital, la cual comprende el análisis, descripción y, ante todo, explicación de la complejidad de las prácticas y las culturas digitales (Barajas & Carreño, 2019). Cabe resaltar que este método usa las herramientas de análisis e interpretación que provee el análisis de contenido cualitativo (análisis textual).

El análisis textual analiza críticamente los recursos narrativos y estéticos de la producción transmedia “Mujeres en venta: trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina”, con el fin de identificar sus estructuras profundas de sentido y significación. De acuerdo con los ocho tipos de análisis textual propuestos por Neuendorf (2002): el

retórico, narrativo, del discurso, estructuralista, interpretativo, conversacional, crítico y normativo, aquí se recurre a los fundamentos teóricos que aporta el narrativo, el cual se centra en la estructura diegética del contenido de “Mujeres en venta”, afín de conocer la incidencia que tienen el narrador, actores y situaciones en la configuración del mensaje y en la creación de la experiencia transmedia en el usuario.

Las muestras que se utilizan son algunos componentes de la producción transmedia “Mujeres en venta”, especialmente llamativos por su carácter interactivo y audiovisual. Estos son: el documental de televisión, el mapa con datos georreferenciados, el capítulo 1 de la serie de comics, un afiche de realidad aumentada, el micro número 1 para televisión denominado “Víctimas”, y el movisodio 1 titulado “Engañadas” y destinado a recepción móvil celular. Estos componentes hacen parte de lo que Hernández et al. (2014) llaman una muestra diversa. Para efectuar el análisis, se tendrá en cuenta el modelo que se presenta en esta tabla.

Tabla 1
Modelo de análisis para la producción transmedia

Documentación	Descripción	Interpretación
Organización y clasificación del material	Función dramática del componente	Parámetros contextuales
	Personajes e historia	Interpretación del analista
	Hipertexto, hipermedia e interactividad	
Ubicación temática del componente transmedia (medio de comunicación)	Relato, narración, diégesis	Mensaje
	Temporalidades	

Gómez (2010); Gutiérrez (2010); Renó y Flores (2012)

La organización y clasificación del material: la documentación implica la organización y clasificación del material, etapa indispensable para proceder a la descripción e interpretación. En este punto se incluye, igualmente, la ubicación temática del capítulo en el contexto general de la producción. Por ejemplo, se incorpora la duración, el título y el tema del componente transmedia (medio de comunicación).

La descripción presenta la función dramática de los componentes, mediante el detalle de sus planos, angulaciones de cámara, secuencias y relatos más sugerentes, para identificar los momentos dramáticos y álgidos de la narración que van configurando el mensaje central transmedia. Adicionalmente, estos recursos estéticos y expresivos determinan la temporalidad y el espacio donde transcurre el relato. Los actores/personajes son relevantes en la medida en que dan significado y sentido a la estructura diegética del componente, con la aplicación de los recursos hipertextuales, hipermediales e interactivos.

La interpretación tiene en cuenta el lugar donde se desarrolla la historia y se trata de establecer vínculos de esos sitios con el mensaje de los componentes (muestra elegida) con un contexto económico, político, cultural y social más amplios. Así pues, se establece, desde la óptica del analista, cuál es el sentido del relato con sus significados y significantes, y se identifica cuál es el mensaje que la producción transmedia quiere transmitir al prosumidor.

RESULTADOS

Documental transmedia “Mujeres en venta”

Esta pieza audiovisual es creada para la web y para televisión y tiene una duración de 26 minutos, 24 destinados al relato y dos más

para los créditos. La función descriptiva y dramática se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 2
Función dramática de “Mujeres en venta”

Categoría	Descripción
Intro sobre el documental	Presenta, con música dramática, la situación de mujeres víctimas de la captación y tráfico de mujeres para la prostitución en Rosario, Argentina, país, así lo dice el intro, donde las mujeres son captadas, traficadas, desaparecidas, etc. (mensaje enfático).
Maltratos y pobreza	El perfil de las mujeres captadas es de situación de vulnerabilidad (pobreza y marginación), lo cual se nota en los sitios donde viven y en cómo están vestidas.
Narración de los abusos	El contenido del documental transmedia se basa en la narración de los abusos de los proxenetas a las mujeres y de los engaños a que se ven sometidas para reclutarlas.
Violencia y escapatoria	La narración de los abusos tiene un componente dramático basado en violencia, castigos, explotación laboral y sexual.
Corrupción y complicidad	Las mujeres no tienen voz, no pueden denunciar porque a las casas de citas van policías y políticos corruptos, que utilizan los servicios sexuales de las mujeres.
Sentencias injustas	El final no es reivindicativo. Por el contrario, las que, al parecer, tomaron la justicia por sus manos fueron sentenciadas a años de cárcel, pero los jueces no escucharon la historia de vejaciones que padecieron.

Elaboración propia

La carga dramática de esta producción es alta y a ello contribuye la música y el relato que transcurre únicamente con el testimonio de tres víctimas mujeres, adultas ya, pero explotadas sexualmente siendo muy jóvenes. Una forma de separarlos es a partir de transiciones, esto es, imágenes breves que expresan metafóricamente el daño causado. Las

emociones que genera son las de dolor, compasión, impotencia y empatía, las cuales son potenciadas con planos medios y primerísimos planos que detallan la crudeza de los relatos en los rostros de las protagonistas. Un primer plano del recipiente donde se toma mate, ubica al televidente sobre Argentina, país donde transcurren los hechos. Unas frases con generador de caracteres se sitúan en la parte izquierda de la pantalla para resumir el padecimiento de la víctima. Se invita a los ciudadanos a denunciar el delito, llamando al teléfono 145.

Las declaraciones de las tres mujeres suelen darse en sus propias viviendas, que connotan vulnerabilidad, pobreza y periferia. Se puede establecer que el mensaje es propiamente el de denuncia, pues, de hecho, este trabajo se puede ubicar en el periodismo social.

Mapa

Es un elemento interactivo en el que el ciudadano puede conocer datos georreferenciados, agrupados en tres categorías: mujeres desaparecidas, mujeres rescatadas y lugares de explotación.

Son datos fríos sobre cabarets, bares, entre otros sitios, donde se produce la explotación sexual, el nombre de las mujeres desaparecidas, fecha de ocurrencia del fenómeno, y registro de mujeres rescatadas. Los personajes son las féminas que han sido captadas y explotadas sexualmente y la historia es creada por el ciudadano, en la medida en que pincha la información disponible en el mapa. Adicionalmente, se le invita a reportar un caso relacionado con este delito en Argentina, lo cual permite que el mapa se vaya actualizando permanentemente.

Es, sin duda, una herramienta interactiva que implica al internauta en el seguimiento y construcción de la historia, y que cumple con la

función social de los medios de denunciar hechos que atentan contra la dignidad de las personas en el contexto argentino, sobre la base de que “cuanto más sabemos, más prevenimos”.

Cómic – Capítulo 1

El cómic es el medio que, con su capacidad artística expresada en el trazo, el color, el guion y los planos, potencia la investigación periodística alrededor de la trata de mujeres. La historia se cuenta en 19 viñetas.

Los personajes son, fundamentalmente, la mujer vulnerable en condición de pobreza, de nacionalidad paraguaya, y el captador o reclutador de mujeres, sin nacionalidad definida. El puente internacional “San Roque González” de Santa Cruz, que comunica a la ciudad de Posadas, Provincia de Misiones, Argentina -noreste de Argentina-, con la ciudad de Encarnación, Departamento de Itapúa, Paraguay, sur de Paraguay, simboliza el paso de un lugar donde la víctima vive con bajos ingresos a otro donde supuestamente mejorará su calidad de vida y la de su pequeño hijo. Otro sitio es el pueblo paraguayo, no identificado en el cómic, donde transcurre la vida cotidiana de la mujer y que no ofrece oportunidades para salir adelante.

El relato transcurre en dos temporalidades: la primera, en marzo de 2009, cuando la mujer regresa a Paraguay sin documentación, puesto que le fue robada su cédula, al parecer, por los traficantes y, la segunda, en enero de 2009. Es decir, mediante la estrategia diegética del flashback se cuenta la historia de quien regresa vencida, llega a la frontera y los agentes de inmigración le niegan la entrada a su país natal por carecer de documentos de identificación y, luego, va al pasado para narrar qué le ocurrió en ese lapso de tres meses, cuando atraviesa la frontera hasta

Argentina. Predominan los planos descriptivos como el panorámico, general y contrapicado para identificar el pueblo y el puente, así como el ingreso a la oficina de migración, y los planos expresivos donde se evidencia la carga dramática: planos medios y primeros planos que muestran la insatisfacción de la mujer de 17 años con su estado de pobreza y vulnerabilidad y el sufrimiento al recordar las vicisitudes que tuvo que afrontar en tres meses de posible explotación laboral y sexual.

El mensaje del cómic es claro: cómo se produce la captación o reclutamiento de mujeres en la frontera con Paraguay, mediante tres episodios: el puente y el pueblo que simboliza el cambio de un lugar con menos oportunidades a otro que sí las provee, la condición de vulnerabilidad de las mujeres cabezas de familia, y el hombre que se aprovecha de esa situación para persuadir y engañar con trabajos que no son los que se ofrecen (mejor salario) y que esconden tiempos calamitosos de explotación laboral y sexual.

Gráfico + realidad aumentada

Los gráficos, en total 75 afiches o vallas, hicieron parte una campaña difusionista para concienciar a los argentinos, particularmente a los habitantes de Rosario, ciudad donde se instalaron esos medios de comunicación, sobre la existencia de la trata de mujeres con fines de tráfico y explotación sexual. El mensaje de la campaña, que se desarrolló durante 15 días, entre el 15 de febrero y el 1 de marzo de 2015, enfatizaba en que “Las redes de trata no descansan: vos podés ayudar a detenerlas”, con lo cual se trataba de involucrar al transeúnte en el problema.

El recurso creativo se evidenciaba con el uso de la realidad aumentada para que el peatón, además de observar las vallas durante sus desplazamientos por Rosario (realidad real), tuviera la posibilidad de interactuar con el gráfico mediante la realidad virtual que consistió en la descarga al móvil celular de un mensaje escondido en las vallas en un código QR. En él, aparece una mujer en plano medio y las frases “En la lucha contra la trata no alcanza con las leyes... Necesitamos producir cambios en la sociedad... Difundimos, sabemos, prevenimos, erradicamos”.

Los transeúntes podían ver dicho contenido descargando la aplicación juna.io en su teléfono móvil celular. Esta estrategia de medios se caracteriza por su creatividad, en la medida en que trata de comprometer al ciudadano con el conocimiento del delito de la trata de mujeres que se presenta en las calles de su ciudad. Y, para ello, apela a la reiteración del mensaje de conocimiento, prevención y erradicación durante el desplazamiento cotidiano del peatón y observancia de las vallas (realidad real) y durante el visionado permanente del celular donde se reproduce el video de realidad virtual aumentada.

Los personajes de esta campaña son el transeúnte, los gráficos y el video de la realidad aumentada, componentes que, al combinarse, generan una carga dramática inferior a la del documental web transmedia y el cómic, puesto que están más orientados a identificar el delito, conocerlo e involucrarse en su denuncia y erradicación.

“Víctimas”: micro número 1 para televisión

El micro para televisión tiene una duración de cinco minutos, de los cuales 30 segundos son para el intro y otros 30 para los créditos.

Los cinco micros producidos se transmitieron por el canal 3 de Rosario durante mayo de 2015. La estructura diegética de la pieza audiovisual transcurre con base en estas categorías y descripciones.

Tabla 3

Estructura diegética de “Víctimas”

Categoría	Contenido
Intro del micro “Víctimas”	Presenta, con música dramática, la situación de mujeres víctimas de la captación y tráfico de mujeres para la prostitución en Rosario, Argentina, país, así lo dice el intro, donde las mujeres son captadas, traficadas, desaparecidas, etc. (mensaje enfático).
La necesidad/ vulnerabilidad	La pobreza, la falta de empleo y oportunidades se relatan como circunstancias que producen vulnerabilidad y éstas son aprovechadas por los traficantes, los cuales captan a adolescentes de universidades y de cualquier estrato socioeconómico.
Modus operandi para la captación	Los traficantes ponen avisos que dejan entrever el ofrecimiento de comercio sexual. Algunas caen, a sabiendas del engaño. Puede más la necesidad que la desconfianza y el temor.
Modus operandi para la captación	El ocultamiento de la información, la manipulación, el deseo de anonimato del traficante se hace evidente cuando se cita a una mujer en un sitio inadecuado. Algunas mujeres se dan cuenta de que algo no va bien en el aviso donde, supuestamente, se ofrece un trabajo sin que corra peligro la dignidad humana.
Modus operandi cuando son captadas	El modus operandi, cuando ya son captadas, se les despoja de amigos, redes sociales, de cualquier posibilidad de comunicación con alguien que las pueda ayudar.

Caso de una mujer desaparecida	Testimonio de la madre sobre cuándo fue la última vez que ella se comunicó con su padre. Carga dramática al ver los rostros desconsolados de los padres y, al parecer, de una hermana.
Caso de una mujer desaparecida	Madre cansada de tocar puertas, de pregunta por ella; no va a cesar de buscarla. Sólo renunciará a hacerlo cuando se muera. Y cuando ella fallezca, aspira a que su esposo e hijos continúen la búsqueda.

Elaboración propia

El poder del micro “Víctimas” radica en que se describe el modus operandi de los delincuentes, de manera que las mujeres pueden estar alertas ante anuncios de trabajos falsos, que someten a las mujeres a explotación sexual. Así lo atestigua una mujer blanca, rubia, que se salvó de ser captada, cuando descubrió que había sido citada para una entrevista de trabajo en un lugar no apropiado y que el supuesto empleador nunca dio su nombre.

También queda en evidencia que, a pesar de que una mujer sospecha que el trabajo no es el que se ofrece (recepcionista..., por ejemplo), puede más el deseo de suplir una necesidad apremiante que la desconfianza o el temor que le pueda generar laborar en un lugar donde vulneren sus derechos.

Las protagonistas son todas mujeres: la posible víctima, académicas, funcionarias, lideresas de redes ciudadanas contra el delito de trata y la madre de una chica desaparecidas, las cuales se presentan en planos medios, primer plano (plano entrevista) y grandes primeros planos para informar sobre cómo se produce el delito. En algunos testimonios aparecen frases al lado izquierdo de la pantalla, con las que se invita a denunciar algún caso de tráfico o desaparición de mujeres.

Las transiciones con imágenes alusivas a lo que se está contando, se muestran con frecuencia para separar un testimonio de otro.

La carga dramática está representada en la familia, cuya hija se encuentra desaparecida desde hace cinco años. La impotencia de no encontrarla, pese a múltiples búsquedas y consultas con distintas instituciones, es la emoción que se resalta, junto con el deseo de no claudicar en ese empeño.

“Engañadas”: movisodio capítulo 1

El movisodio, pensado para consumo en el teléfono móvil celular, dura 3 minutos, de los cuales 20 segundos se destinan para el intro y otros 20 segundos para los créditos finales. Los cinco movisodios producidos se transmitieron en forma seriada por youtube y las redes sociales del proyecto. La historia transcurre mediante las siguientes categorías y descripciones.

Tabla 4

Estructura diegética de “Engañadas”

Categorías	Contenido
Intro del movisodio	Imágenes de carreteras que pasan rápido por la aceleración de la proyección, plano general. Simboliza el traslado de mujeres que son llevadas engañadas a un sitio ignoto.
Caso personal de Sarita	Religiosa, que dirige un lugar de apoyo llamado “Infancia robada” de la provincia de Corrientes, cuenta la historia de Sarita.
Engaño amoroso: estrategia de captación	Sarita conoció a un hombre en un boliche y fue enamorada/engañada por un hijo de un policía argentino

Caso personal de menor de edad	El sargento de policía de Córdoba cuenta que ella fue engañada y fue transportada a Bolivia y en la ciudad de Santa Cruz de ese país quedó embarazada durante su trabajo en una whiskería.
Sometimiento	Los dueños de la whiskería le quitan a la hija y se llevan a su retoño hasta el Paraguay, cuenta el policía de la provincia de Córdoba, mientras que la religiosa habla de Sarita, quien fue persuadida a través del engaño amoroso.
Desenlace positivo del caso de la menor	La policía de Argentina recupera a la menor que había sido robada y trasladada al Paraguay.
Sometimiento por drogas	Religiosa cuenta cómo después de cuatro meses de salir del hospital, Sarita es secuestrada por hombres en una camioneta negra y es sometida mediante el consumo de drogas. Ella escapa porque hacía que se tragaba las pastillas, pero en realidad las escupía en el baño.
Desenlace positivo del caso de la menor	Sargento cuenta que fueron por la niña cuando recién cumplía 11 años y se la entregaron a la madre, episodio muy emocionante para el uniformado.
Invitación a denunciar y erradicar la trata	Invitación a denunciar para erradicar la trata, llamando al número 145. Se garantiza el anonimato.

Elaboración propia

La característica de este movisodio es que existe el desenlace positivo, es decir, se presenta dos historias de mujeres que fueron rescatadas por la organización de una comunidad religiosa y por la policía de la provincia de Córdoba, Argentina.

Los protagonistas son, en efecto, una religiosa y un sargento de la policía, los cuales presentan sus testimonios en planos medio y primer plano, y separados por transiciones que ilustran la historia de las dos mujeres víctimas de trata. Una de esas transiciones consiste en una casa, al parecer, donde trabajaba la menor que laboraba en una whiskería en

Santa Cruz, Bolivia, y alrededor de esa imagen se ve un fondo negro que se ilumina al encender un bombillo rojo.

El movisodio ilustra cómo operan los traficantes para obligar a las féminas a prostituirse: engaño amoroso y sometimiento con drogas, pero la pieza audiovisual por momentos confunde al usuario, puesto que no queda claro si son dos historias iguales (la de Sarita contada, por la religiosa, que es acaso la misma de la menor de edad a quien le roban a su hija, contada por el policía) o separadas. Durante los planos de las entrevistas, surgen estadísticas que informan que entre el 2008 y el 2015 fueron rescatadas 3166 mujeres explotadas sexualmente en Argentina, lo cual reduce la carga dramática de las vicisitudes de las víctimas y aumenta la esperanza entre los televidentes de que el delito se puede erradicar. Un primerísimo primer plano de la oreja de una menor de edad (acaso Sarita), acariciada por la religiosa da a entender que ella está a salvo y que el movisodio terminó.

CONCLUSIONES

El producto transmedia “Mujeres en venta: trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina”, se incorpora a las piezas periodísticas cuyo fin es prevenir, denunciar y tratar de erradicar un delito con mucha incidencia en cualquier sociedad, como en la Argentina. A través de los medios analizados (documental, mapa, gráfico más realidad aumentada, cómic, micro para televisión y movisodio), el ciudadano común, las instituciones gubernamentales, las organizaciones sociales y las posibles víctimas, pueden tener un panorama detallado de cómo funcionan las bandas criminales de captación y tráfico de mujeres

(modus operandi) y, adicionalmente, pueden denunciar estos casos e identificar mujeres que estén sufriendo estos vejámenes.

Otro aspecto para destacar en “Mujeres en venta” es que, a pesar de que aparece una historia central, la sensación en el usuario es que son muchas las historias desplegadas, sin que haya una que predomine, es decir, es tan significativa la información que resulta difícil encontrar cuál es la más relevante. Así, lo que se observa es un trabajo real de narrativa transmedia, en la medida en que la historia se expande y se divide en varias partes, distribuida en distintos medios (Gosciola, 2015) y tratando de que una de ellas o su conjunto expresen profunda y creativamente un hecho periodístico. Es, en otras palabras, un juego de convergencias que, como lo señala Jenkins (2008), existe un flujo de contenido en diversas plataformas mediáticas, como si cooperaran entre sí, facilitando la migración de las audiencias que van tras la historia más provocadora.

La fragmentación llena de perspectivas de análisis al usuario sobre la trata de mujeres y permite que las piezas transiten hacia la calidad periodística, en tanto que, además de las distintas plataformas y soportes que se utilizan, se consultan diversas fuentes conocedoras de la situación, bien porque son víctimas, bien porque hacen parte de instituciones que investigan o ayudan a las mujeres que han sido explotadas sexualmente.

Se puede sintetizar que el éxito de esta producción transmedia, estriba en una combinación armónica de lenguaje digital, periodismo de investigación y arte, lo cual se evidencia en la expansión de la historia mediante distintos recursos narrativos; la hondura con que se muestra la condición de vulnerabilidad de las mujeres captadas, el modus operandi de los delincuentes y los desenlace felices y no tan felices; y la

creatividad con que se maneja el lenguaje audiovisual (mapa, cómic, productos audiovisuales para distintos artefactos). Todo ello contribuye al cumplimiento de varios objetivos del periodismo social: crear conciencia del riesgo y mostrar las herramientas para que las personas prevengan, mitiguen o erradiquen un mal que afecta a una comunidad.

Uno de los medios que, particularmente, llama la atención es el gráfico más realidad aumentada, puesto que es una forma para que las personas interactúen e involucre en ese problema social que afecta a Rosario, Argentina, a través de las vallas instaladas en las calles y del video descargado en los celulares mediante el escaneado de un código QR impreso en los gráficos, con lo cual produce la interacción entre la realidad real y la realidad virtual. No obstante, una reflexión que subyace es si la aplicación Juna. io empleada tiene la capacidad de contabilizar el número de personas que escanean el código para que el mensaje sea incorporado a sus celulares. Porque si lo hace, se puede hacer seguimiento a la efectividad de la campaña.

Otro concepto de Jenkins que está presente en esta producción trans-media es la de inteligencia colectiva, concepto que se entiende como: (1) una respuesta alternativa al poder que tradicionalmente han detentado los medios de comunicación por su carácter vertical y unidireccional, aspecto que ya había sido diagnosticado y denunciado los teóricos críticos y los estudiosos de la cultura; y (2) como una reivindicación del conocimiento popular, denostado muchas veces por la academia, ya que desarrolla la capacidad para construir historias propias, con ingenio y excelencia, a tal punto que, en muchas ocasiones, pueden superar el trabajo de los guionistas y productores originales.

Estas ideas parten, justamente, de lo expresado por Jenkins (2008) en su libro *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*.

La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático. Estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia. Ahora mismo estamos empleando este poder colectivo principalmente a través de nuestra vida recreativa, pero pronto desplegaremos esas habilidades para propósitos más «serios». En este libro, exploro cómo la creación colectiva de significados dentro de la cultura popular está empezando a cambiar los modos de operar de la religión, la educación, el derecho, la política, la publicidad e incluso el mundo militar. (p. 15)

En “Mujeres en venta”, las víctimas dan su testimonio, mientras que las instituciones que las defienden tratan de evitar el delito y muestran los caminos para salir del problema, pero el control, supuestamente sigue estando en los productores del transmedia, puesto que son los encargados de mostrar el camino discursivo, sin que haya un papel protagónico de los actores sociales en la modificación del relato.

El concepto de cultura participativa de Jenkins entra en el eterno debate de si los destinatarios realmente intervienen de manera real y efectiva en la diversificación de los contenidos o si existen niveles de participación, plenamente identificados por la academia. En “Mujeres en venta”, la participación ciudadana se da en un nivel, quizás el de promover el insumo de la historia, su propia experiencia, su propia denuncia, pero su objetivo no es seguir la pauta del divertimento, sino denunciar un flagelo social.

Respecto al producto *Mujeres en venta*, éste es una pieza periodística impecable, con recursos que cooperan para que la historia sea, además de atractiva, bien narrada y reflexiva. Sin embargo, en ella surgen dos dudas en los ámbitos periodístico y periodístico-científico.

En lo periodístico, se observa que la carga dramática de *Mujeres en venta* es alta porque se enfatiza en el sufrimiento, en la victimización, pero menos despliegue tiene en la salida al problema por las víctimas. Al menos, así se observa en las muestras de medios estudiadas. Es decir, no es tan evidente una historia en la que la mujer víctima del delito haya superado el trauma, mediante la ayuda institucional y sus propios recursos cognitivos y actitudinales.

Otra duda es respecto a la convivencia entre el periodismo y la investigación científica y apunta a la naturaleza misma de contar historias transmedia: hasta qué punto siempre hay que expandir, expandir y expandir y hasta qué punto es mejor cerrar. Cuando se observa en la página web que vienen audios, surge la pregunta de si es conveniente continuar usando más recursos mediáticos -con lo que se corre el riesgo de ser reiterativo- o si es mejor investigar, mediante un estudio de recepción, verbigracia, que dilucide qué tan efectiva fue la campaña, cuántas interacciones promovió y qué cambios produjo en los imaginarios de los ciudadanos sobre la trata de las féminas.

Finalmente, el producto transmedia “*Mujeres en venta: trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina*” es un retrato fiel de las condiciones socioeconómicas de muchas mujeres de Latinoamérica, las cuales se convierten en blancos vulnerables para delincuentes, como los captadores y traficantes del comercio sexual. Ser cabezas de familia, con sueldos miserables, sin oportunidades para desarrollar sus

talentos, provoca que ellas acepten trabajos de dudoso destino, pese a tener sospechas del riesgo y del engaño. “Mujeres en venta” abre el debate sobre el destino de estas mujeres, genera conciencia sobre la necesidad de ayudar y erradicar el delito de trata e inspira a comunicadores transmedia a producir piezas periodísticas con un enfoque social y comunitario.

REFERENCIAS

- Aparici, R., & Silva, M. (2012). Pedagogía de la interactividad. *Revista Comunicar*, 19(38), 51-58.
- Arrieta, A. (2011). *Narrativa digital: concepto y práctica*. Narratopedia, un caso de estudio. Universidad de Caldas.
- Bal, M. (1990). *Teoría de la narrativa. Introducción a la narratología*. Ediciones Cátedra.
- Barajas, K. B., & Carreño, N. P. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis*, 10(18), 134–151. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/287/305>
- Durr, L. (2016). Mujeres en venta (2015) y (des)Iguales (2015-2016): un análisis crítico de dos propuestas de documentales transmedia. *Doc Online*, 171-186.
- Gómez, F. J. (2010). *El análisis de textos audiovisuales: significación y sentido*. Shangrila Ediciones.

- Gosciola, V. (2015). Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas. In C. Campalans D. Renó & V. Gosciola (Ed.), *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas* (Vol. 160). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Gutiérrez, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y Sociedad*, (14), 169-198.
- Jenkins, H. (2008). Convergence Culture La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. *Paidós*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Irigaray, F. (2015). *Mujeres en venta: trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina* (G. Moreno, Productor). <http://www.documedia.com.ar/mujeres/>
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/>
- Jensen, K. B. (2014). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. In K. B. Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (pp. 385–410). Fondo de Cultura Económica. <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Manovich, L. (2008). *El software toma el mando*. UOC. <http://books.google.com/books?id=GK7BAgAAQBAJ&pgis=1>

- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Renó, D., & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Fragua.
- Renó, D., & Ruiz, S. (2012). Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia. En C. Campalans, & D. Renó (Orgs.), *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas* (pp. 49-68). Universidad del Rosario.
- Renó, D. (2020). *Narrativas transmedia. Curso de la maestría en Comunicación Digital Interactiva*. Universidad Nacional de Rosario.
- Sánchez, A. (2006). Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informático. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, (17).
- Scolari, C. A. (2017). *Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría*. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Grupo Planeta.
- Weerakkody, N. (2009). *Research Methods For Media And Communication*. Oxford.

LOVE, VICTOR: TRANSMÍDIA, *CROSSMEDIA* OU O QUÊ?

*Luis Felipe de A. Custódio¹
Vicente Gosciola²*

INTRODUÇÃO

O audiovisual traz a muito tempo a representatividade para grupos considerados minorias, se sentir retratado em um projeto audiovisual faz o indivíduo se sentir aceito. E é esse o papel que carrega o objeto de estudo deste trabalho, principalmente a série *Love, Victor* da empresa americana de *streaming* HULU. A série está dentro do gênero LGBTQI+, como uma comédia dramática, que fala sobre explorar a sexualidade, descobertas, desbloqueios e experimentações de um adolescente. A mesma faz parte de um conjunto de obras da autora Becky Albertalli, que denominou como *Simonverse*, ou em tradução livre universo do Simon, todos os materiais, dentre eles livros, série e filme, que fazem parte desse conjunto.

Dada a importância da representatividade do tema abordado e levando em consideração o sucesso que foi o filme, que inspirou a série, *Love, Simon* em bilheteria, faturando mais de 66 milhões de dólares

-
1. Pesquisador em Iniciação Científica, Tecnólogo em Design de moda, Graduando em Publicidade e Propaganda na Universidade Anhembi Morumbi.
felipe.luis.andrade@gmail.com
 2. Doutor em Comunicação, Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi.
vicente.gosciola@gmail.com

e sua grande notoriedade nas redes sociais, com relatos de jovens que aceitaram sua sexualidade inspirados pela película. Em virtude também que teve como inspiração livros e o filme que se passam dentro do mesmo universo, *Simonverse*, o presente trabalho tem o intuito de investigar se a mesma possui o conceito de transmídia.

Tem-se como objetivo conceituar as definições de um projeto transmídia e averiguar se a produção, objeto deste estudo, pode se caracterizar como um sendo transmídia, através da definição e mapeamento da estratégia da série. Seguindo como metodologia a pesquisa será dividida em três partes, pesquisa quantitativa com o levantamento dos dados e características narrativas, pesquisa qualitativa analisando as qualidades envolvidas e competentes à série e pesquisa bibliográfica com definições de conceitos de transmídia e outros pertinentes a área.

SER OU NÃO SER TRANSMÍDIA ?

Há um bom tempo fala-se de transmídia, esse conceito que também pode ser considerado um modo narrativo, que tem sua história datada desde os primórdios da humanidade, que no século XVII já havia o exemplo de produção transmidiática visto que utilizava de dois pilares relacionados, a experiência do usuário e o de engajamento e participação direta (Gosciola, 2019, p. 34). Para iniciarmos vamos à definição de conceito, que tem diversas interpretações comuns nos campos de conhecimento da arte, design e cinema: “O conceito é uma síntese de alguma realidade [...] e a sua história é a história que queremos contar” (Gosciola, 2019, p. 34).

Em uma pesquisa em dicionário, recebemos como resposta do significado de conceito: “1- [*FILOS*] Representação mental das características gerais de um objeto. 2- [*FILOS*]. Conforme o racionalismo ocidental, a manifestação da essência do mundo real. 3- Compreensão que se tem de uma palavra; definição, noção” (Michaelis, 2015). Abordaremos então a nossa definição de transmídia através de referências bibliográficas de grandes escritores do tema, como Henry Jenkins, Vicente Gosciola, entre outros.

Segundo Gosciola (2012, pp. 8-9) a definição de transmídia começou a ser escrita em 1975, por Stuart Saunders Smith, onde tratou do conceito do tema em feiras e festivais *hippies* da década de 70, com a pluralidade artística e posteriormente relacionando a música, e como a cada apresentação a música se tornava diferente pela participação única de cada músico.

Mas na área de estudo da comunicação só apareceu em 1989, com o livro *Making Meaning* de David Bordwell, tratando especificamente do cinema. Alguns anos à frente foi tratado também por Marsha Kinder, que em 1991, publicou o livro em que desenvolveu o que chamou de *transmedia intertextuality*, considerado um importante estudo nas produções científicas. Já no ano de 2000, Brenda Laurel escreveu um artigo em que definia a transmídia “para cada projeto, as mais diversas histórias se relacionavam de modo complementar, sem se repetir entre as plataformas” (Gosciola, 2019, p. 34).

Mas foi em 2001, que Henry Jenkins, considerado um dos maiores - se não o mais importante - pesquisador sobre transmídia, escreveu seu artigo com a primeira parte da sua definição do conceito que só foi completada em 2003.

Em 2006, Jenkins publicou o livro *Cultura da Convergência*, o qual será base e que vai nortear essa pesquisa, em que define que para um bom projeto transmídia é necessário um universo ficcional rico em informações e detalhes, uma boa *storytelling* e uma boa construção de personagens.

A série que será objeto deste estudo se chama *Love, Victor* (2020) do serviço de *streaming* HULU, criada por Isaac Aptaker e Elizabeth Berger, que também são roteiristas do filme *Love, Simon* (2018) no qual a série também é baseada. *Love, Victor* retrata a história de um menino chamado Victor Salazar, 16 anos, que é o personagem principal da trama interpretado pelo ator Michael Cimino, que acaba de se mudar com sua família religiosa do Texas, um estado conservador, para Geórgia que se passa na mesma cidade e colégio do protagonista do filme *Love, Simon*. Ele vê nessa mudança uma oportunidade de se abrir e ser aceito. Para passar por essa trajetória ele conta com os conselhos de Simon, que é interpretado por Nick Robinson, que também é produtor da série.

Tanto o filme quanto a série são baseados em uma série de livros da escritora Becky Albertalli, que reflete todo o universo, não só um livro, mas uma tetralogia. Esse universo é nomeado pela autora como “*Simonverse*” ou em tradução livre universo simon.

Toda trama dessa comédia dramática, se passa ao redor dos dilemas, autodescoberta e jornada da descoberta da orientação sexual do protagonista. Retrata muito bem as dores de um adolescente com esses dilemas, numa das fases da vida de um humano que é considerada a mais difícil, a puberdade. A série não somente se inspira no filme, como também faz o uso de crossover para ligar ainda mais o universo criado pela Becky Albertalli.

Criando uma ordem cronológica dos eventos relacionados ao *Simonverse*, começamos pelos livros que deram o início de todo esse universo, são eles *Simon vs. the homo sapiens agenda* que foi lançado em 2016 e no ano seguinte *The Upside of Unrequited* (2017), o terceiro livro do universo *Leah on the Offbeat* foi lançado 2018 que foi o mesmo ano do lançamento do filme *Love, Simon*. Em 2020 foi lançada a série e poucos dias depois o mais recente livro *Love, creekwood* que também faz parte do mesmo universo. Temos então quatro livros, um filme e uma série que retrata o universo do Simon. Em cada livro a autora conta sobre um ponto de vista diferente desse universo passado em *Creekwood*.

E foi em uma das visões mostradas, através do livro “*Simon vs. The Homo Sapiens Agenda*” que conta a história de um adolescente Simon em sua trajetória para se assumir gay, que foi transformada no filme *Love, Simon*.

É nítida a semelhança entre série e vídeo desde a identidade visual dos dois projetos, que pode ser vista na imagem 1 (a esquerda) onde temos a capa do filme e na imagem 1 (a direita) a capa da série. Desde a cor de fundo escolhida para a capa dos projetos, as roupas dos protagonistas e até mesmo fonte usada não deixam negar que ambas as peças fazem parte do mesmo universo. Sendo que na série um ponto relevante foi a escolha de um ator negro para o papel principal, trazendo muito mais representatividade a série.

Imagem 1



direita: IMDb, 2020, disponível em <https://www.imdb.com/title/tt10166602/>. a esquerda IMDb, 2018, disponível em <https://www.imdb.com/title/tt5164432/>)

TRANSMÍDIA, CROSSMÍDIA E MULTIMÍDIA

Dentre os diversos entendimentos sobre o que é transmídia encontramos que transmídia são “histórias que transcendem os limites de uma única mídia, estabelecendo conexões com outros textos em diferentes plataformas, tanto por iniciativa das instituições e autores originais, como também pela participação do público” (Kinder, 1991, como citado em Sens, 2018, p.7) sendo essa participação do público podendo ser decodificando, mixando ou criando conteúdos novos a partir do objeto. O que muitas vezes pode ser confundido com um outro conceito, o da crossmídia que “surge em âmbito industrial no intuito de

denominar projetos comunicacionais que se distribuem simultaneamente ou atravessam (*cross*) diversas mídias (impressos, televisão, rádio, *internet*)” (Lusvarghi, 2007, como citado em Sens, 2018, p. 7).

E é por essa proximidade entre os significados desses conceitos que por diversas vezes falta clareza, mesmo dentro da obra de uma mesma autoria, mas que apesar das divergências se aproximam do que coloca Boumans (2004, como citado em Sens, 2018, p. 7) como definição de transmídia “compreendem as produções integradas em mais de uma mídia com um propósito, mensagem ou história em comum”.

Entre os conceitos de Transmídia e Crossmídia temos também a concepção de multimídia que está relacionado às estratégias mercadológicas de lançamentos simultâneos de vários produtos relacionados a um filme, como camisetas, brinquedos e programas televisivos (Lévy, 2010, como citado em Sens, 2018, p.8). Apesar da semelhança, o que caracteriza um projeto multimídia é simplesmente o fato de retratar aquele projeto em diversos lugares (mídias) sem uma coesão específica ou narrativa. “Neste sentido, o significado se distancia drasticamente, já que sequer trata de múltiplas mídias, mas de uma única mídia que fornece diferentes modos de expressão e interação” (Sens, 2018, p. 8)

O marco da mudança de pensamento da indústria da comunicação com o surgimento de “estruturas e estratégias menos hierarquizadas que se apropriam de diferentes plataformas para construção das narrativas” (Dena, 2009; Arnaut et al., 2011, como citado em Sens, 2018, p. 8) faz a disrupção do que era considerada a única forma, ou monomídia, e abriu espaço para novas estratégias e estilos narrativos que se apropriam de diversas mídias.

A comunicação, a criação de conteúdo, a narrativa fica mais dinâmica com a participação do público, as companhias deixam de ser somente emissoras e o público passa a dividir o papel entre receptor e emissor. O conceito de um consumidor que produz conteúdo foi definido muito precocemente, como lembra Gosciola:

O conceito de comunicação de massa vem recebendo questionamentos, desde antes das novas mídias, quando Décio Pignatari definia o “produssumo”, em 1969, como a substituição do mundo do consumo pelo mundo da informação, antecipando em mais de uma década a Alvin Toffler quando criava o termo *prosumer*. (Gosciola, 2010, p. 28)

Ainda quem empenha-se em caracterizar e diferenciar ao máximo os conceitos de transmídia, crossmídia e multimídia, como Holmes (2011, como citado em Sens, 2018) que formula a multimídia como uma narrativa única que é reproduzida sincronicamente em diversas mídias, que obtemos a compreensão completa consumindo o conteúdo em todas as plataformas. Crossmídia que por vez é também uma história única, interpretada de formas independentes em mídias diversas, como adaptações de livros para filmes, onde não há a necessidade de um para a compreensão do outro, não funcionando como um quebra-cabeça. Já a transmídia pondera sobre diferentes histórias narradas em múltiplas mídias, passada em um universo único.

CONCEITOS COMPARADOS DENTRO DO *SIMONVERSE*

Ainda sobre o conceito de transmídia que é considerado “um complexo ecossistema multiplataforma que contemple espaços físicos e virtuais interligados onde se apresentem ou se construam personagens,

eventos e ações dentro de um senso de coerência” (Toolan, 2009, como citado em Sens, 2018, p. 9). E sobre a permissão e estímulo que carrega a transmídia cedendo informações cada vez mais complexas e profundas sobre o universo narrativo, personagens e eventos. (Jenkins, 2011, como citado em Sens, 2018).

Quando aplicamos esses conceitos sobre a série *Love, Victor* e sobre o conjunto de obras pertencentes ao *Simonverse*, temos os primeiros traços de que se trata de uma produção transmidiática. A riqueza nos detalhes de cada personagem que praticamente materializam uma persona completa, e as diversas plataformas (livros, cinema, *streaming*, redes sociais) que está presente.

Apesar disso encontramos dificuldade ao nos depararmos com a conceituação de crossmídia que fala que a adaptação “está associada a uma readequação estética e comunicacional de uma história em outra mídia, como no desenvolvimento de uma série televisiva baseada em uma *graphic novel* (Long, 2007, como citado em Sens, 2018, p. 10). Que se defronta no que também pode ser considerado a série *Love, Victor*, afinal foi também inspirada em uma série de livros. Porém em uma adaptação podem surgir novos fragmentos, informações para substanciar a obra com a finalidade de melhor adaptá-la, que por sua vez é defendida “como um fenômeno transmídia” (Dena, 2009, como citado em Sens, 2018, p. 10)

Já Jenkins (2011, como citado em Sens, 2018, p. 10) emoldura a adaptação “em um contexto mais elementar de um contínuo de manifestações narrativas que inclua o conceito de “extensão” como algo maior, que transcenda uma compreensão aditiva de uma única história” e ainda mais descreve os elementos pertencentes “a partir da

apresentação e movimentação de novas perspectivas, arcos dramáticos, eventos, entre outros elementos narrativos, de modo a gerar um efetivo processo de construção de mundo (*worldbuilding*)” (Jenkins, 2011, como citado em Sens, 2018, p. 10).

O conceito de criação de mundo, ou em inglês *worldbuilding* é um dos elementos fortes que ajudam a classificação de transmidiático ou não. “Marsha Kinder, com absoluto domínio teórico da narrativa transmídia resume toda esta aventura com a ideia de que transmídia é sobre continuidade, coerência e profundidade.” (Gosciola, 2019). E ainda fala como essa construção de universos se beneficia de detalhes em um espaço/tempo imaginário.

Na contínua busca por definições e características únicas pertencentes a cada modalidade, um novo agrupamento é proposto: “além da adaptação e extensão, inclui a expansão, de modo a sofisticar as possíveis variações narrativas multimidiáticas” (Dowd et al., 2013, como citado em Sens, 2018, p. 10). Ampliando mais essa nova proposta de categorização de

adaptação apenas a replicação, sem qualquer contribuição substancial a narrativa. Já a extensão envolve um aprofundamento dramático de um arco preexistente, sem a introdução de novos elementos fundamentais a história. A expansão, por sua vez, caracteriza-se pela adição de novas informações, perspectivas e storylines. (Dowd et al., 2013, como citado em Sens, 2018)

Ao sobrepor o conceito de adaptação sobre a série *Love, Victor* comparado ao filme *Love, Simon* podemos notar muitos elementos e eventos semelhantes e até iguais. Como no caso da imagem 2, à esquerda temos uma cena do filme que se passa em um festival na cidade de Creekwood, onde o personagem principal está em uma cena romântica

e a direita temos uma cena da série *Love, Victor* que se passa também uma roda gigante, uma cena romântica no mesmo festival. Mas apesar disso, podemos notar que existem diferenças entre elas, enquanto Simon já estava decidido sobre sua orientação sexual, do outro lado a série mostra exatamente a jornada de Victor pela sua orientação sexual.

Imagem 2



Rachael Varina, 18 de junho de 2020, disponível em <https://www.elitedaily.com/p/these-love-simon-easter-eggs-in-love-victor-will-make-you-so-happy-22977897>

Ainda assim, sobre a transmídia temos outra subdivisão proposta por Dena (2009, como citado em Sens, 2018) que separa em intercomposicionais que são autônomas e não dependem de outra parte para a compreensão; e intracomposicionais que são obras distintas, porém dependentes para uma compreensão completa da obra. Nesse caso *Love, Victor* se caracteriza por partes relacionadas a outra obra, mas que não depende dela para compreensão, e que ao mesmo tempo, se consumido integralmente o conteúdo de todas as mídias a experiência é integral, mais robusta e completa. Afinal, todas as obras se passam no *Simonverse*, e quanto maior o contato com o universo, maior é a compreensão e intimidade adquirida.

Para concluir um trecho na íntegra onde Sens (2018) resume as divisões propostas:

Os eventos intercomposicionais são tratados como “franquias”, nos quais os múltiplos espaços narrativos se distribuem entre variadas mídias. Os intracomposicionais são denominados de “amalgamas” (portmanteaus)¹⁵, pois designam os projetos que apresentam um único espaço narrativo fragmentado entre as instâncias midiáticas. Existe ainda uma terceira modalidade denominada pelo autor como complexo (ou franquia-amalgama) que se referem aos de configuração híbrida, formada tanto por manifestações intra e intercomposicionais (Sens, 2018, p. 12)

Ao justapor os conceitos sobre o *Simonverse* podemos categorizar como complexo, já que apesar do filme e série poderem ser compreendidos, não integralmente, mas os livros são obras dependentes para a compreensão da mensagem.

Muito da não compreensão integral da obra de *Simonverse* relacionada a filme e série se dá pelo *crossover* entre as obras. Conceito esse que abordaremos agora superficialmente, apenas para título de compreensão do que está sendo mencionado. “Esta prática é uma importante ferramenta para conectar enredos e personagens inseridos em universo transmídia” (Affini & Souza, 2017, p.124). Porém é necessário mencionar que somente a existência de um ou mais *crossovers* não são o suficiente para caracterizar um conjunto de obras em transmiático ou não. Mas é um instrumento importante para fazer uma ponte entre duas ou mais obras, “o *crossover*, portanto, ao mesclar acontecimentos e personagens, [...] amplia a imersão do consumidor [...]. O cruzamento dos fragmentos dispersos nas diversas narrativas amplia a compreensão do universo ficcional” (Affini & Souza, 2017, p. 124).

Esse evento *crossover* acontece na série *Love, Victor* onde o personagem principal da série, Victor, encontra pessoalmente o Simon, personagem principal do filme. Como podemos ver na imagem 3, take de uma cena onde os personagens se cruzam na rua.

Imagem 3



HULU, 2020, <https://www.hulu.com/series/love-victor-3cb4c446-d459-41a2-97d2-2ea9ed164ab7>

Imagem 4



HULU, 2020, <https://www.hulu.com/series/love-victor-3cb4c446-d459-41a2-97d2-2ea9ed164ab7>

É também nessa cena que Simon dá ao Victor uma das peças mais emblemáticas do filme, a jaqueta jeans que usa na capa do filme, como

pode ser visto na imagem 1. Aqui na imagem 4 podemos ver o momento onde Simon entrega a jaqueta, transformando essa cena mais do que um simples *crossover*, Simon estava passando seu legado ao Victor.

Para melhor compreensão do termo, “*Crossover* é a ação que permite a união de duas narrativas diferentes por meio de um ou mais personagens, que não possuem qualquer relação anterior ao momento em que se cruzam em um novo universo narrativo” (Santos & Pereira, 2018, p. 9). Esse é um dos *crossovers* presente na série, ainda podemos citar a professora de teatro que agora é diretora do colégio, o ex-diretor do colégio que não aparece em cena, mas é citado ao explicar o destino do personagem, entre outros.

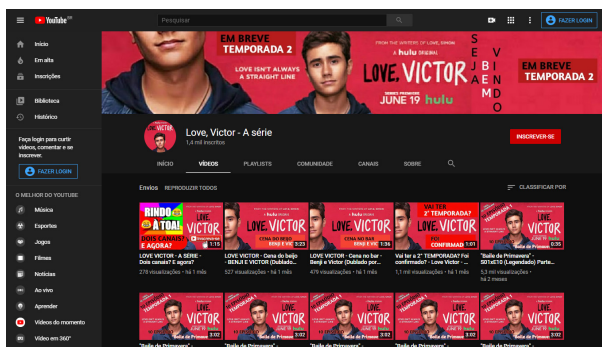
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração todos os levantamentos feitos acerca dos conceitos de transmídia, crossmídia, multimídia, etc. Tomamos como unificação dos conceitos o que fala Sens em seu artigo: “Crossmídia: estruturas ou eventos narrativos multimidiáticos formados por adaptações de uma mesma história [...] e que não direcionem para um senso de mundo” e também que “Transmídia: estruturas ou eventos multimidiáticos que apresentam extensões e/ou expansões de histórias que favoreçam a construção da percepção de um mundo narrativo.” (Sens, 2018, p. 14)

Através desses apontamentos podemos concluir, que apesar do Simonverse não conter todos os elementos que podem ser pertinentes para categorizar como transmídia, tem elementos excedentes para classificá-la como crossmídia. Logo, concluo que a série e o Simonverse trata-se de um projeto transmidiático, dado diversos fatores como crossovers,

a criação de um universo comum entre as obras, *Simonverse*, e ainda a produção de conteúdos advindas do *fandom*. Como exemplo cito o site *Love-Simon wiki* e o canal do Youtube *Love, Victor* a série (imagem 5) onde fãs realizaram a dublagem de diversas cenas, já que a mesma ainda não foi lançada no país e portanto não existe dublagem profissional.

Imagem 5



Canal Love, Victor - A série, 2020, disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCrqr07uE1xYYePZMv8eDCIlg>

REFERÊNCIAS

Affini, L. P., & Souza, L. M. F. de. (2017). Crossover no universo Marvel: estudo do caso sobre a série Luke Cage. *Revista GEMINIS*, <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/299/266>

Canal Love, Victor - A série, 2020, [YOUTUBE]. Recuperado em <https://www.youtube.com/channel/UCrqr07uE1xYYePZMv8eDCIlg>

Gosciola, V. (2010). *Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas* (3ª ed.). Senac São Paulo.

- Gosciola, V. (2012). Narrativa transmídia: conceituação e origens. Em C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola (Orgs.), *Narrativas Transmedia. Entre teorías y prácticas*. Editorial Universidad del Rosario.
- Gosciola, V. (2019). Storyworld para o Conceito de Narrativa Transmídia. Em F. Irigaray, V. Gosciola, & T. Piñero-Otero (Orgs.), *Dimensões Transmídia*. Ria Editorial.
- HULU. (2020). Love, Victor [Site Oficial]. Recuperado em <https://www.hulu.com/series/love-victor-3cb4c446-d459-41a2-97d2-2ea9ed164ab7>
- IMDb. (2018). Love, Simon [Site]. Recuperado de <https://www.imdb.com/title/tt5164432/>
- IMDb. (2020). Love, Victor [Site]. Recuperado de <https://www.imdb.com/title/tt10166602>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: where old and new media collide*. University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência* (2ª ed.). Aleph.
- Love-simon wiki. Simonverse. (2020). Recuperado em <https://love-simon.fandom.com/wiki/Simonverse>
- Michaelis. (2015). Conceito. Em *Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. Melhoramentos. <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/conceito>

Sens, A. L. (2019). *Da Mídia à Transmídia: Uma Tipologia aos Projetos Narrativos A Partir De Seus Arranjos Midiáticos* [Trabalho apresentado em congresso]. Meistudies, 1º Congresso Ibero-americano sobre Ecologia dos Meios - Da Aldeia Global à Mobilidade. <http://www.meistudies.org/index.php/cia/iac/paper/view/160>

Santos, A. T. dos, & Pereira, S. E. M. (2018). *O uso do Spin-off e do crossover como recurso narrativo na Ficção Seriada Televisiva* [Trabalho apresentado em congresso]. Intercom, 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville, SC, Brasil.

Varina, R. (18 de junho de 2020). These ‘Love, Simon’ Easter Eggs In ‘Love, Victor’ Will Make You So Happy. *Elite Daily*. Recuperado em <https://www.elitedaily.com/p/these-love-simon-easter-eggs-in-love-victor-will-make-you-so-happy-22977897>

FICCIÓN TRANSMEDIA EN ARGENTINA. ANÁLISIS DEL CANON DE LA SERIE *GO: VIVE A TU MANERA*

*Chantal Arduini Amaya*¹

INTRODUCCIÓN

Desde hace varias décadas cada vez resulta más frecuente hallar estudios sobre narrativas transmedia. Universos inmersivos que se expanden y amplían en múltiples medios junto a comunidades de fans activas, creativas y divulgativas caracterizan el actual ecosistema convergente. Una convergencia mediática convive con una sociocultural. Una industria mediática ejerce fuerza hacia abajo (top down) y allí encuentra como respuesta un movimiento ascendente (bottom up) de la mano de los prosumidores.

En tiempos de transmedia no hay distinción entre emisor y receptor o entre creador y audiencia, dado que ocupamos ambos lugares. Por momentos, somos fans dispuestos a visitar cualquier sitio que nos permita adquirir mayor contenido; por otros momentos, decidimos comentar, compartir y crear los propios.

1. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes, Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata y docente de la Universidad Nacional Guillermo Brown.
yantyarduini@gmail.com

En este escenario cobra sentido analizar casos de ficciones transmedia, en general, y experiencias nacionales, en particular. Argentina no posee en su haber una vasta cantidad de series con esta impronta y, por lo tanto, este artículo se propone contribuir a un área científica en desarrollo y de gran potencial.

MARCO TEÓRICO

De acuerdo a Gosciola (2012) el origen del término *transmedia* proviene de la música. En 1975 el compositor Stuart Saunders Smith denominó de esta manera la composición de melodías y ritmos diferentes ejecutados al mismo tiempo por varios instrumentos. Años más tarde, el concepto fue aplicado al campo de la comunicación y así, en 1991 Marsha Kinder utilizó el término *intertextualidad transmedia* en su trabajo *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*.

Ya llegado el siglo XXI, Henry Jenkins se aproximó a una definición de transmedia en su artículo *Transmedia storytelling* y señaló que, en este tipo de narrativas, cada medio hace lo que sabe hacer mejor, de manera tal que las plataformas mantienen su independencia. Asimismo, destacó que el transmedia invita a los usuarios a zambullirse en una historia inmersiva.

Al tiempo, el autor desarrolló el concepto en *Cultura de Convergencia*:

Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narración transmediática, cada media hace lo que se le da mejor, de suerte que una historia puede presentarse en una película y difundirse a través

de la televisión, las novelas y los cómics; su mundo puede explorarse en videojuegos o experimentarse en un parque de atracciones. Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa. Cualquier producto dado es un punto de acceso 163 a la franquicia como un todo. El recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo. La redundancia destruye el interés de los fans y provoca el fracaso de las franquicias. (Jenkins, 2006, p. 101)

Otros referentes de la materia como Scolari (2013) afirman que las narrativas transmedia son expansivas, pero, a su vez, compresivas. En su libro, el autor reconoce cuatro operaciones provenientes de la retórica, posibles de aplicar a universos transmedia:

1. Adición. Es la expansión de la narrativa. Ejemplos: precuela, secuela, spin off, finales alternativos, mobisodios.
2. Omisión. Es la sustracción de elementos de un relato. Ejemplos: avances y recaps.
3. Transposición. Es la modificación del orden de los elementos. Ejemplos: sincronizaciones y secuencializaciones.
4. Permutación. Es la sustitución de un componente por otro. Ejemplos: falsos avances, mashups, recontextualizaciones y parodias.

En sintonía con estos aportes, resulta elocuente incluir los siete touchpoints o puntos de entrada que posee toda serie televisiva, postulados y definidos en la tesis de Maestría de Ivan Askwith (2007), co dirigida por Henry Jenkins.

1. Acceso expandido al texto televisivo. Son las plataformas y dispositivos por donde se puede ver la serie.

2. Contenido adaptado. Productos que no aportan nada narrativamente nuevo. Su objetivo es orientar al espectador ocasional y reavivar el interés del fan. Aquí se incluyen: guías de episodios o temporadas, biografías de personajes, teasers, avances, aplicaciones para Tablet y móviles.
3. Contenido expandido. Aquel que es inédito, no está presente en la serie y amplía la información del espectador. Se divide en:
 - a. Extensión textual. Es la expansión del universo del relato que puede ser: una extensión narrativa (spin off, secuelas, precuelas) o bien una extensión diegética (artefactos que amueblan la narración como diarios íntimos de personajes o álbumes de fotos).
 - b. Información relevante. Conocimiento enciclopédico dentro de la ficción.
 - c. Información extratextual. Datos sobre el equipo de producción, backstages, comentarios de los guionistas y actores, detalles sobre las locaciones de grabación y el casting.
4. Productos de la marca. Merchandaising de la marca que pueden ser: objetos gratuitos (fondos de pantalla, tarjetas de cumpleaños, gifts, stickers para Whats App, posters de personajes) o también objetos a la venta (llaveros, tazas, camisetas, álbum de figuritas).
5. Actividades relacionadas. Aquellas que requieren del espectador una mayor participación.
 - a. Actividades tematizadas: juegos temáticos y rompecabezas.
 - b. Actividades experienciales: videojuegos.
 - c. Actividades productivas: colocan al espectador en su rol de productor de contenidos. Aquí se incluyen

creaciones del fandom, tales como: fan fiction, fan vid, recaps, mashups, wikis, etc.

- d. Actividades competitivas: demuestran las destrezas del jugador/ espectador sobre la serie. Ejemplo de ellas pueden ser: juegos de preguntas, trivias, challenges, etc.
6. Interacción social. Es la movilización de los fans en Internet a partir de:
 - a. Relación horizontal entre espectadores en redes sociales, foros, páginas web y You Tube.
 - b. Relación vertical entre los espectadores y los integrantes que protagonizan y producen la ficción.
 - c. Relación diagonal: interacción entre los espectadores y los personajes de la historia.
 7. Interactividad. Es el intercambio recíproco entre dos o más actores.
 - a. Interacción mecánica. Interacción física entre el dispositivo de consumo de la serie (TV, PC, móvil, tablet) y el espectador.
 - b. Activación de contenido. Interacción entre la serie y el espectador.
 - c. Interacción de contenidos. Interacción entre el espectador y la serie con un impacto verdadero. Pueden ser contribuciones reconocidas, aunque no alteren los acontecimientos de la ficción, es decir, el usuario realiza su contribución y la producción lo recompensa a través de premios, regalos y twits en las redes oficiales. Por otra parte, se ubican las interacciones influyentes (creaciones de fans) que sí modifican el curso de la historia.

En función de este apartado teórico analizaremos el caso de la serie *GO: vive a tu manera* haciendo especial énfasis en los productos que conforman su canon.

MARCO METODOLÓGICO

Concebimos esta investigación desde un diseño flexible en consonancia con un abordaje cualitativo. De aquí se sigue que las decisiones de selección, recolección y análisis hayan sido tomadas a lo largo del proceso de investigación en función de lo que se fue presentando.

La investigación cualitativa se caracteriza por trabajar con un pequeño número de unidades de información, que nunca son elegidas por criterios muestrales estadísticos. (...) Su objetivo es la generalización analítica, que se refiere a la posibilidad de mejorar la comprensión y explicación de los fenómenos vinculados a preguntas del tipo “cómo” y “por qué” (Lozares & Verd, 2016, pp. 113- 114)

Por otra parte, consideramos que, el despliegue de la estrategia del estudio de caso único resulta acertada en este análisis, dado que nos proponemos conocer en profundidad una experiencia concreta de ficción transmedia desarrollada a nivel nacional. Así, se seleccionó *Go: vive a tu manera* como unidad de análisis en función del criterio de accesibilidad. En efecto, la ficción data del 2019 y su universo se encuentra en expansión, por lo que resulta viable el acceso a la totalidad de sus productos.

La selección del caso, entonces, nunca se realiza por azar como en los métodos estadísticos (...) El proceso de selección está basado en criterios teóricos, en experiencias de observación y en las expectativas depositadas en la unidad seleccionada en términos de su potencialidad

para proveer una base empírica relevante para la interpretación y comprensión del fenómeno estudiado. (Archenti et al., 2018, p. 246)

De acuerdo a Stake (1994) se trataría de un estudio de caso instrumental en donde:

Se parte de la idea de que se examina un caso con el fin de proveer conjeturas en torno de un problema o para perfeccionar una teoría. El caso representa aquí la excusa para comprender un fenómeno en particular y, en este sentido, sería secundario. (Piovani et al., 2011, p. 3)

Para recolectar los datos se aplicó la técnica de la observación y, en tanto perspectiva de análisis, escogimos la descripción y el análisis de contenido cualitativo. Complementariamente, al situarnos en un paradigma interpretativo, los vínculos entre el objeto empírico y el marco teórico se fueron tejiendo a medida que avanzamos en la investigación, donde el investigador ocupó un rol principal en la construcción del conocimiento.

EL UNIVERSO DE *GO*: *VIVE A TU MANERA* (2019)

La franquicia narra la historia de Mía, una adolescente con talento en la música cuyo sueño es ingresar al prestigioso colegio Saint Mary. Tras ganar una beca, la joven logra su cometido y se embarca en un sinfín de aventuras con amigos, profesores, música y competencias intercolegiales.

La nave nodriza de la ficción es la serie compuesta de dos temporadas con 30 capítulos cuya duración es de 40 minutos cada uno. La primera se estrenó el 22 de febrero del 2019, mientras que la segunda fue

lanzada el 20 de junio del mismo año. En este producto se presentan los personajes y se desarrollan las tramas principales de la historia, las cuales versan en torno a la música, la amistad, el primer amor y la vida de adolescentes en un colegio pupilo. Conocemos a Mía, Juan Manuel, Álvaro y Lupe, los protagonistas, que luchan por cumplir sus sueños en el exigente y prestigioso taller GO del Saint Mary.

La expansión de la historia continúa en otros medios, uno de ellos, el teatro. El 20 de julio del 2019 se presentaron en Orbis². El elenco de jóvenes cantó y bailó las canciones de la primera temporada (Just feel it, Don't give up, Pase lo que pase, GO -versión acústica-, GO –versión Lupe-, Llegó la hora, Tonight, Hoy se encuentran a las tres, Si te atreves a soñar, Voce e'demais, See you, Somos uno). Asimismo, la obra incorporó las canciones de la segunda temporada (Siempre van a hablar, Si no es ahora, No tú no, Ya no más –dueto-, Voy a creer, Yo soy quien soy, No tengo miedo de amar, Ven junto a mí). El show duró una hora y media.

Meses más tarde se grabó la secuela de la serie: *GO la fiesta inolvidable* (capítulo especial de una hora disponible en Netflix). Las clases terminaron y los chicos se preparan para despedir el año en un hotel lejos de la ciudad. Es un producto que narra las vacaciones de verano.

El 1 de diciembre del 2019 se presentaron en el Luna Park³. Cantaron y bailaron las canciones de las dos temporadas y del capítulo especial. En cuanto a la primera temporada, el show ofreció: Just feel it, Pase lo que pase, GO –versión Lupe-, Llegó la hora, Tonight, Si te atreves a soñar, Voce e'demais, See you y Somos uno. Por su parte, aparecieron

2. Teatro ubicado en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

3. Teatro ubicado en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

las canciones de la segunda temporada: Siempre van a hablar, Si no es ahora, No tú no, Ya no más –dueto-, Voy a creer, Yo soy quien soy, No tengo miedo de amar y Ven junto a mí. Por último, se incluyeron las canciones de *La fiesta inolvidable*: Hola, qué tal, Lo supe desde que te vi, Eres como yo, Tú y yo lo sabemos y 3,2,1 GO. Cabe destacar que el público pudo escuchar la versión en cumbia de la canción Ya no más realizada por DJ Alex. La duración fue una hora y media.

A este universo se le suman los dos Cds de 13 canciones cada uno que corresponden a la serie y al capítulo especial. Toda la música de la marca *Go* está disponible en varias plataformas digitales (Apple Music, Spotify, Deezer, Amazon, Napster, Google Play y Tidal). En Spotify, por ejemplo, se hallan tres tipos de versiones: las originales, las remixadas y las “modo karaoke”.

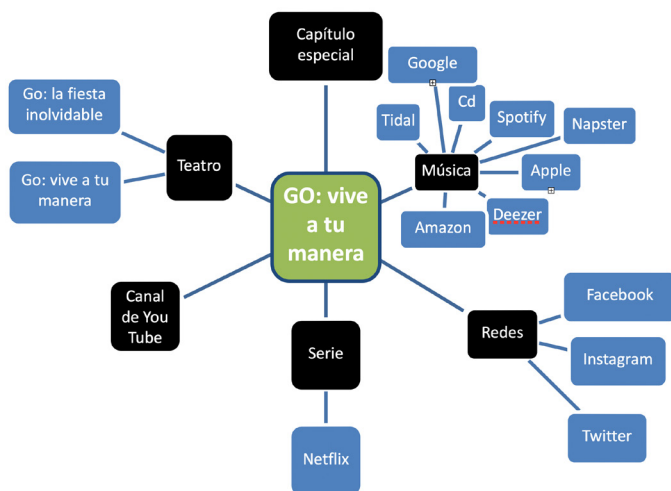
En último lugar, pero no menos relevante, la ficción tiene usuario en las redes sociales. Las cuentas oficiales en Twitter, Instagram, Facebook y You Tube fueron creadas dos meses antes del estreno de la primera temporada, es decir, en diciembre del 2018. El objetivo fue promocionar la ficción y ofrecer adelantos de la misma para configurar una comunidad de fans fieles que luego consumieran el resto de los productos.

A mayo del 2020 el canal de You Tube aloja 145 videos y cuenta con 946.000 suscriptores, le siguen Instagram con 575.831 seguidores, Facebook con 25.704 y Twitter con 8.816. Estas plataformas son muy activas puesto que, al menos una vez por día, postean contenidos tales como: adelantos de episodios, trailers, tutoriales de diversas temáticas (maquillaje, cómo tocar la guitarra, juegos de playa, cocina, pijamadas, peinados), memes, gifs, videos de karaoke y coreografías, backstages, historias con los cumpleaños de los actores y actrices, entre otros.

Antes de concluir este apartado descriptivo, en la Figura 1 se sistematiza el universo de *Go* mediante una red conceptual.

Figura 1

Universo de GO: vive a tu manera



ANÁLISIS DEL CANON DE *GO: VIVE A TU MANERA*

Cada producto mantiene su independencia y es posible ingresar a la franquicia desde cualquiera de ellos sin necesidad de consumir los demás.

Por otra parte, no todos los formatos de *Go* amplían la narrativa, algunos reiteran lo visto en otros productos, por lo tanto, se combina lo transmedial con lo multiplataforma y los contenidos online con los offline. De un lado tenemos: las redes sociales, el canal de YouTube, la serie y el capítulo especial (contenidos online). Del otro lado encontramos: los espectáculos teatrales y los cds (contenidos offline).

Tanto los shows como los cds y, en mayor o menor medida, las redes sociales ofrecen el mismo contenido: personajes, música e historia. No obstante, *Go* contiene una secuela y expansiones narrativas de diverso tipo (spin off, mobisodios, webisodios, etc), las cuales se detallan en las tablas 1 y 2 confeccionadas en función de los aportes de Askwith (2007) y Scolari (2013).

Tabla 1

Puntos de entrada reconocidos por Askwith (2007) aplicados a Go.

Touchpoints			GO: vive a tu manera
Acceso expandido			Netflix
Contenido adaptado			Memes, trailers / adelantos de temporada y capítulo especial, biografía y sueños de los personajes, filtros de Instagram, videoclips de canciones de la serie, promoción de contenido en Spotify y avisos de shows.
Contenido expandido	Extensión textual	Extensión narrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Spin off en You Tube. “Episodio especial parte 1 y 2” protagonizado por Nicolás y Federico. • Secuela. Capítulo Especial (continuación de la serie). • Mobisodios en Instagram, Facebook y You Tube. “Videollamadas” y “Reglas de convivencia” ambientadas en las vacaciones de verano de <i>GO: la fiesta inolvidable</i>.
		Extensión diegética	Gossip GO, Horóscopo, Versus entre personaje y actor, Sofi comenta, acústicos de canciones, tutoriales de cocina, de bromas y de juegos de verano, batallas de rap.
	Información relevante		No presenta.
	Información extratextual		a) Evento lanzamiento, backstages de la serie, los shows y el capítulo especial.

Productos de la marca		<ul style="list-style-type: none"> • De pago: posters, remeras, llaveros, gorras, tazas y bandanas. • Gratuitos: fondos de pantalla, gifs, stickers, tarjetas de cumpleaños y posters de personajes.
Actividades relacionadas	Actividades tematizadas	Bingo y mundial de canciones.
	Actividades experienciales	No presenta.
	Actividades productivas	Es preciso recordar que resulta imposible dar cuenta de la totalidad de Contenido Generado por el Usuario que puede hallarse en torno a una ficción. Aun así, en este análisis podemos precisar que, por un lado, las productoras propiciaron un espacio de contención de fandom en Instagram llamado GO fan Art, y, por otro lado, en este universo el fandom tiene un desarrollo importante. Basta con buscar “Alvaria” o “Juanma y Mía” en las redes sociales para hallar un abanico de recaps, videos, fan vid, fan fiction, entre otras creaciones.
	Actividades competitivas	En las redes sociales se hallan trivias y challenges (mochila, cantá con GO, dance along, Bailá tu nombre con el Balecedario)
Interacción social	Relación horizontal	En las redes sociales se producen votaciones: mejor outfit, mejor acústico y mejor beso de GO. La productora invita al fan a opinar acerca de una escena, capítulo, actitud de un personaje y shows. También le pregunta por sus sueños.
	Relación vertical	En las redes sociales, los fans pueden desearles feliz cumpleaños a los actores. Asimismo, éstos suben videos agradeciendo a sus seguidores el compromiso con GO.
	Relación diagonal	Se le hacen preguntas a los personajes en las historias de Instagram.

Interactividad	Interacción mecánica		Entre el usuario y tablets, Smart TV, Pc y dispositivos móviles que permiten acceder a Netflix.
	Activación de contenido		No presenta.
	Interacción de contenidos	Contribución reconocida	La productora realizó sorteos de entradas para los shows. Además, seleccionó y subió en las historias del Instagram oficial algunos fans arts y videos de fans cantando, de esta manera, reconoció públicamente la actividad por parte del fandom.
		Interacción influyente	No presenta.

Tabla 2

Estrategias de expansión y compresión de acuerdo a Scolari (2013) aplicadas en Go.

Estrategias de expansión y compresión	Tipos	<i>GO: vive a tu manera</i>
Adición	Precuela	No presenta.
	Secuela	Capítulo especial (continuación de la serie).
	Spin off	“Episodio especial parte 1 y 2” protagonizado por Nicolás y Federico. En formato de dos webisodios de siete minutos cada uno disponibles en You Tube.
	Mobisodios	Disponibles en You Tube, Instagram y Facebook. Son ampliaciones de <i>Go: la fiesta inolvidable</i> . “Videollamadas” (dos videos de un minuto cada uno) y “Reglas de convivencia” (tres videos de tres minutos cada uno).
	Finales alternativos	No presenta.

Omisión	Avances/ Trailers	De las temporadas y del capítulo especial.
	Recaps	No presenta.
Transposición	Sincronizaciones	
	Secuencializaciones	
Permutación	Falsos avances	
	Mashups	
	Recontextualización	
	Parodias	

CONSIDERACIONES FINALES

Go: vive a tu manera es un transmedia nativo argentino que ha sabido aprovechar eficazmente los lenguajes de cada medio en el que se expande la historia. Esto se desprende tanto del análisis efectuado sobre el canon como de la entrevista en profundidad que tuve oportunidad de realizar a la Directora de Contenidos María Eugenia Muci en agosto del 2019, quien señaló que por detrás de GO hay un equipo de producción muy atento a la diversificación del contenido en función del target al que está dirigida cada plataforma. Así, hallamos contenidos más adultos en You Tube y Facebook, mientras que en Instagram encontramos contenidos más juveniles.

La planificación de la estrategia transmedia en GO está a la vista, la influencia de Netflix en la misma es también notable. Tres productoras (dos argentinas y una foránea) se unen para llevar adelante una marca, la piensan como transmedia desde el comienzo, ofrecen mobisodios, spin off, espacios de contención para fandom, habilitan el contacto entre personajes/ actores y fans, comprenden, en suma, de qué se trata

el actual escenario convergente y cuáles son las reglas del juego. Su postura como industrias mediáticas no es prohibicionista, sino, por el contrario, colaboracionista -en términos de Jenkins (2006)- y, este factor, a mi parecer, hace que una franquicia transmedia pueda desarrollarse en su máximo esplendor. Por supuesto que hay todavía mucho camino por recorrer. Go cuenta con un enorme potencial para crear recaps, parodias, mashups, finales alternativos y precuelas; asimismo, presenta una comunidad de fans fieles capaces de ampliar la narrativa y trabajar juntos en pos de nuevos contenidos. En relación a esto último, para futuras investigaciones sería sugerente analizar en profundidad los tipos de Contenidos Generados por el Usuario, es decir, puntualizar en el fandom de GO, el cual, a simple vista, se muestra muy significativo.

Las narrativas transmedia de ficción llegaron para quedarse, al menos por ahora, y seguirán desarrollándose cada vez más a medida que pase el tiempo. Este artículo constituye, entonces, un pequeño aporte a los estudios argentinos de esta nueva manera de contar historias.

REFERENCIAS

- Askwith, I. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium* [Tesis de maestría, Massachusetts Institute of Technology, Dept. of Comparative Media Studies]. https://www.researchgate.net/publication/38001583_Television_20_reconceptualizing_TV_as_an_engagement_medium
- Gosciola, V. (2012). Narrativas transmedia: conceituacao e origens. En C. Campalan et. al. (Orgs.), *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*. Editorial UOC.

Jenkins, H. (2006). *Cultura de convergencia*. Paidós.

Piovani, J. I., Rausky, M. E., & Santos, J (2011). Definiciones metodológicas del case study en publicaciones tempranas del American Journal of Sociology (1915-1934). En C. Gallegos Elías R. M. Lince Campillo (Orgs.), *Reflexiones latinoamericanas sobre metodología de las ciencias sociales* (Vol. I). Unison-Unam.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Grupo Planeta.

Verd, J. M. & Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa. Fases, métodos y técnicas*. Síntesis.

DE HISTORIA, PATRIMONIO Y NARRATIVA TRANSMEDIA

Melisa Busaniche¹

1 INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo voy a referirme al proyecto educativo transmedia, destinado a ahondar en parte de la historia del Palacio San José, residencia donde el General Justo José de Urquiza pasó sus últimos veinte años de vida.

El mencionado patrimonio arquitectónico, Museo y Monumento Histórico Nacional Justo José de Urquiza, fue la residencia del primer presidente constitucional de Argentina. En la actualidad es un sitio cultural que plantea un recorrido por la historia, por medio de documentos auténticos, arte pictórico, arquitectónico y objetos antiguos. Además, el Museo brinda charlas, talleres, espectáculos visitas guiadas y mantiene un vínculo constante con sus visitantes.

Este proyecto nace de la “inquietud del Equipo Interdisciplinario del Portal @prender² por recuperar un hecho histórico” (Raminger, 2019, p. 1) acontecido en la provincia entrerriana, y narrarlo a través del proyecto

-
1. Licenciada y Profesora en Comunicación Social (Universidad Nacional de Entre Ríos). Locutora Nacional Mat. N° 12.398 (Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica)
melibul7@hotmail.com
 2. Portal perteneciente al sistema educativo de la provincia de Entre Ríos.

transmedia. Se persiguió con el mismo vincular a los estudiantes con “la apropiación de un determinado contenido curricular por medio de su participación en una narrativa” (Raminger, 2019, p. 1). El objetivo es que los educandos de nivel secundario se vean envueltos con la “construcción colaborativa de conocimiento” (Raminger, 2019, p. 1)

Por cierto Carlos Scolari (2013) establece que

un buen relato y un buen argumento son diferentes, pero ambos pueden usarse como un medio para convencer a otro. En el caso de la narrativa, no importa tanto que sea verdad sino que sea verosímil. Un relato creíble. Las narrativas nos rodean, pero también deambulan por los recovecos de nuestra mente. (p. 7)

Ahora bien retomando la idea que nuclea a este proyecto, el hecho histórico abordado es la visita al General Justo José de Urquiza, del Presidente de La República Argentina Domingo Faustino Sarmiento, un 3 de febrero de 1870. Llevada a cabo en la residencia del General, el Palacio San José. El mencionado contenido fue recuperado por los gestores. Y la historia continúa con posterioridad a la visita mencionada en el desencadenamiento del asesinato de Urquiza y también la intervención de Entre Ríos, desplegando cambios en el terreno político de la Argentina.

El trabajo fue pensado en diferentes lenguajes, buscando generar un conocimiento colaborativo; de acuerdo a lo expresado por Jenkins (2008) “donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles” (p. 11).

El relato está estructurado de acuerdo a un documental, cuyo eje es la visita de Sarmiento; lo cual sirve como explicación para examinar la

historia y una ficción donde se presenta un personaje ficticio, Juan Pablo, un joven viajero entrerriano y wikipedista”.

Para hablar sobre este proceso de construcción del transmedia, creo necesario retomar lo planteado por Renó, Versuti, Gonçalves & Gosciola (2011), quienes establecen que “un texto en un proceso comunicacional que puede tener su exhibición vinculada con varios medios, de distintas maneras, interfiriendo unas en las otras, completando, alterando, pasando de una a otra, impregnando el mensaje con sus peculiaridades. A este cambio de un medio a otro se le denomina transmedia”. (Renó, Versuti, Gonçalves, & Gosciola citado en L. Renó, 2012, p. 199)

El trabajo sumo también la ficción para la recopilación de contenidos, para ello utilizó la figura del personaje anteriormente mencionado, “quien tiene su perfil en la red social instagram y establece un vínculo con los estudiantes que participan del transmedia educativo y le envían la información que van recolectando sobre el Palacio así como el contenido histórico abordado.” (Portal Aprender)

Tal como explica Scolari, teniendo como referencia a Jenkins, en las NT cada medio

hace lo que mejor sabe hacer: una historia puede ser introducida en un largometraje, expandirse en la televisión, novelas y cómics, y este mundo puede ser explorado y vivido. Cada franquicia debe ser lo suficientemente autónoma para permitir un consumo autónomo. (Scolari, 2013, p. 11)

Cuenta este proyecto con la elaboración de materiales, recursos y actividades diferentes como websodios, que son episodios breves

de pocos minutos de duración, producido para su distribución en línea que puede ser una pieza única o formar parte de una distribución se acercan a cero. Uno de los ejemplos más serie (llamada *webserie*). Ambos formatos de presentación pueden estar integrados o no en la expansión multiplataforma de un proyecto transmedia. (Scolari, 2013, p. 166)

Otro de los elementos trabajados es el cuaderno de viaje (bitácora), donde se presentan actividades para ser realizadas tanto dentro como fuera del aula, con una serie de contenidos referidos a la temática, empleando códigos QR y actividades referenciales de la plataforma instagram. El material cuenta también con recorridos 360° para conocer por dentro las instalaciones del palacio.

Recuperando las palabras de Aaron Smith, (para pensar la propuesta del presente análisis), en su tesis *Transmedia Storytelling in Television 2.0*

el mundo narrativo transmedia, además de tener una estructura hasta cierto punto compleja, debe ser lo bastante grande como para que el consumidor pueda explorarlo. De esta manera es posible satisfacer a los fanáticos que quieren conocer todo sobre el universo narrativo y, al mismo tiempo, contener a los que solo se conforman con recorrer una parte e imaginar el resto. (Scolari, 2013, p. 39)

Para concluir y seguir repensando este fascinante universo narrativo Scolari (2013) nos propone “que lo más interesante de las NT no es tanto analizarlas como crearlas. Pero para diseñar buenas NT antes debemos conocerlas a fondo, ver cómo funcionan y comprender la potencialidad que nos ofrecen los diferentes medios y plataformas de comunicación” (p. 8).

2 DESARROLLO DEL CASO

El universo narrativo del proyecto la guarida del tigre posibilita que se trabaje en distintos formatos y plataformas.

En palabras de Pablo Escandón (2020)

Esta es la vía por la cual los espacios patrimoniales deben contar sus historias (in situ y en la Red) para no anclarse en el tiempo ni hundirse en las arenas del olvido ni del aburrimiento con sus producciones digitales, audiovisuales e impresas, que responden al temor de los administradores, guías, conservadores o mediadores de los espacios con respecto al cambio constante, a la mutación inesperada, no programada ni controlada. En este entorno mediático de flujos y rapidez de la información así como de configuración de grupos y comunidades en línea, las iniciativas para contar (desde, con y sobre) el patrimonio ya no son privativas de las instituciones formales de la cultura, el patrimonio y la memoria; están más cercanas a la gente, a sus vínculos subjetivos y a las relaciones que establecen alrededor de causas, por lo cual los objetos y el imaginario en torno a ellos, se constituyen en espacios y objetos de constante mutación. (pp. 140-141)

Como mencioné en la presentación, el proyecto esta nucleado en un sitio web que ofrece la posibilidad de navegación, contiene a su vez las piezas creadas para poner a consideración de los estudiantes. Pero también podemos encontrar dentro del Portal Aprender; los diferentes recursos digitales creados para el transmedia que además pueden utilizarse de manera independiente. Como por ejemplo las cápsulas documentales, “recursos educativos en formato texto, multimedial o audiovisual” (Raminger, 2019, p. 2), asimismo los recorridos virtuales 360° antes mencionados.

Dentro de estos últimos, nos encontramos con piezas que permiten conocer la arquitectura del monumental edificio, acompañada por una pequeña síntesis que referencia cada uno de estos espacios emblemáticos. A saber

Ingreso principal, de acuerdo a lo señalado por Luis A. Cerrudo, Profesor de Historia y ex Director del Museo Urquiza Palacio San José, esta entrada nos perfila al “Urquiza estadista”. Se puede decir entonces que “la representación arquitectónica está en relación directa a la dimensión nacional del proyecto de organización constitucional”. (Portal Aprender)

Parque exótico, denominado de esa forma debido a la introducción de diferentes especies que se aclimataban junto a la flora autóctona. Aún se puede evidenciar la presencia flora centenaria.

Patio de Honor, presenta una galería perimetral, ornamentada con arcos sostenidos por columnas toscanas que tienen vista al patio central. Ocho magníficas reproducciones de las Batallas de Urquiza, realizados por el pintor Juan Manuel Blanes, embellecen las esquinas de la misma. “Este amplio espacio fue el escenario de importantes hechos políticos y recepciones a personalidades que lo visitaron” (Portal Aprender)

Escritorio Político, allí Urquiza ejerció labores políticas como Director Provisorio de la Confederación Argentina, luego como Primer Presidente Constitucional de Argentina, y finalmente como Gobernador de Entre Ríos. Se puede afirmar que la morada era el centro político de la época.

Sala de Juegos, Este espacio presenta una imponente mesa de billar y era el lugar de los pasatiempos más comunes en el siglo XIX, entre otros podemos mencionar los juegos de cartas, ajedrez y backgammon.

Comedor Principal, se estilaba en la época reunir a toda la familia frente a una gran mesa, contando además con la posibilidad de volverla extensible para permitir mayor cantidad de espacios.

Cocina, era uno de los espacios mayormente utilizados durante gran parte de la jornada, donde se realizaban las comidas y conservas para alimentar a la familia y los invitados. El alimento es una de las cosas que más deben preocupar” (Gorriti, 2014, p. 95). Seguramente delicados manjares deleitaron los paladares familiares y los de los visitantes al majestuoso hogar.

Sala Juan Manuel Blanes, aquí se encuentran las obras realizadas por el artista uruguayo, sobresaliendo “ocho lienzos que representan diferentes escenas correspondientes a las contiendas militares protagonizadas por Urquiza”. (Portal Aprender)

Sala Benjamín Victorica, este último desempeñó numerosos puestos durante la primera presidencia constitucional de Justo José de Urquiza. En el año 1957 se casa con Ana Urquiza, vinculándose aún más con la familia.

Sala de Costura, cuenta con grandes ventanales que permiten observar la galería principal, el Jardín Francés y el Parque Lateral.

Habitación Sarmiento, este “dormitorio está compuesto de magníficos muebles adquiridos en Francia y Brasil. Se destaca la canilla con agua corriente, colocada, según la tradición, en irónica respuesta tecnológica al tratamiento de caudillo bárbaro que le prodigara a Urquiza el presidente Sarmiento”. (Portal Aprender)

Sala de baños, durante el año 1856 se realizaron las cañerías para brindar “agua a la cocina, la sala de baños y otra habitación.” Esto facilitó la posibilidad de contar con un amplio cuarto de baño.

Sala de la tragedia, dormitorio principal donde fue asesinado Justo José de Urquiza. Tiempo después su esposa decidió transformar ese espacio en un oratorio

Patio del Parral, el mismo fue construido hacia 1853, “es el segundo de los dos grandes ambientes del Palacio San José”. (Portal Aprender)

Jardín Posterior, espacio que engalana al Palacio, “una de sus avenidas continua el eje central del edificio y comunica la residencia con el Parque del Lago”. (Portal Aprender)

Entrada lateral del Palacio, cuenta con un portón que posibilitaba un ingreso vinculado con la cotidianeidad de la vida familiar. “Este acceso, entre la Capilla y la pulpería, lleva a la avenida del Patio Posterior, y al centro del mismo en el sector llamado Los Conquistadores.” (Portal Aprender)

Habitación Mitre, este espacio de la casa rememora “la visita de Bartolomé Mitre” consumada en el año 1860, “primer aniversario del Pacto de San José de Flores”. En ese entonces Mitre era gobernador en Buenos Aires, y le regala al dueño de casa “el bastón de mando provincial como símbolo del término de su enfrentamiento”. (Portal Aprender)

Dormitorios, posibilitaban recibir las constantes visitas de compromisos laborales, políticos y familiares. Otro detalle a tener en cuenta era que la familia era muy numerosa, por lo tanto era necesario contar con piezas adecuadas. Un detalle no menor, es que cada uno de los cuartos contaba con adornos suntuosos y actualmente podemos encontrar parte del “mobiliario adquirido en Brasil, Francia y Buenos Aires” (Portal Aprender).

Glorieta del Parque del Lago, “conserva los bancos construidos con piedras extraídas de canteras próximas al lugar donde se efectuó el cruce del Ejército Grande, en el río Paraná” (Portal Aprender).

Por tanto según lo propuesto por Moreno Sánchez (2015)

Museos in situ, museos virtuales, museos en redes sociales, museos en dispositivos móviles reflejan la evolución que se está produciendo en el museo. Evolución marcada por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), pero también por la arquitectura y por la redefinición de la museografía tradicional. (p. 3)

Siguiendo en torno a la reflexiones sobre transmedia, estimo pertinente destacar lo expresado por Irigaray (2018), cuando establece que

Entender que ese multientramado de relatos, de relatos convergentes, porque en realidad hablamos de la convergencia, pero fundamentalmente lo que nos interesa no es la convergencia a partir de la tecnología, sino la convergencia del relato, que permite o no distintas tecnologías. Porque fundamentalmente entender estas narrativas, que no necesitamos tampoco desarrollos de última generación y tecnología sino que también es un ecosistema de medios donde todos los medios pueden contar. (Foro de Periodismo Digital Rosario)

En el sitio también encontramos un cuaderno de viaje analógico, que puede imprimirse para llevar a cabo actividades a partir de determinadas propuestas; se utilizan códigos QR. La coexistencia y la retroalimentación permanente con las redes sociales del proyecto, fotos, datos, audios relevantes en la realización de las actividades. “El museo transmedia utiliza la sede física, la sede virtual, la sede virtual en movilidad y otros recursos digitales y analógicos, como las publicaciones en papel, para

aumentar el conocimiento y hacerlo accesible a todas las personas.”
(Moreno Sánchez, 2015, p. 3)

De acuerdo con Escandón (2020)

El cibermuseo es una interfaz tecno-socio-cultural, que pone en diálogo a las obras mediante una hipermediación participativa, en el sentido de que los usuarios son activos en la generación, circulación y apropiación del contenido; lo transforman desde la interpretación y lo recirculan, con valor agregado desde su experiencia.

Por lo tanto, la diversificación de formatos, soportes y narrativas es la característica esencial al momento de generar espacios digitales que tienen que ver con el arte y la memoria ya que experimenta continuamente con estéticas y formatos más idóneos para narrar y llegar a los receptores diversos en sensaciones y sensibilidades. La finalidad es el efecto que el espacio digital generará en el usuario-sujeto para que sea parte del contenido, para que transforme y aporte desde su conocimiento-experiencia e interpretación válida como proceso de asunción de la obra como parte de su experiencia artístico-sensible y de conocimiento.

El cibermuseo, hipermedio de interfaz de arena, tiene como finalidad crear comunidades on line, que aportan con sus experiencias, con su saber, con su interpretación al conocimiento global del museo y del patrimonio; los usuarios y la institución conversan mediante los contenidos”. (p. 145)

Por tanto poder tramar relatos históricos “en clave de cultura digital y en pos de la construcción colaborativa de conocimiento” (Raminger, 2019, p. 9) permite enriquecer la mirada.

Adoptando la posición del que regresa a casa y creando una nueva perspectiva sobre lo que habitualmente se ha considerado como real, entonces la enseñanza puede convertirse en parte del proyecto existencial de una persona virtualmente abierta a sus estudiantes y al mundo. (Greene, 1997, p. 85)

Los museos en la actualidad según lo que expresa Moreno Sánchez (2015), se valen de

Todos los medios y soportes, tanto tradicionales como novísimos para llegar a sus audiencias; todo un paradigma de convergencias hipermedia y transmedia. Transmedia requiere una estrategia narrativa completa y no una mera estrategia comercial que suma medios sin tener en cuenta las interacciones entre los mismos. (p. 3)

3 EPÍLOGO

Como corolario de lo hasta aquí recorrido resuena en mi mente la lectura de la novela *La Caverna* de José Saramago (2001), allí se establece que:

Hay quien se pasa la vida entera leyendo sin conseguir ir más allá de la lectura, se quedan pegados a la página, no entienden que las palabras son solo piedras puestas atravesando la corriente de un río, si están allí es para que podamos llegar a la otra margen, la otra margen es lo que importa, A no ser. A no ser, qué. A no ser que esos tales ríos no tengan dos orillas sino muchas, que cada persona que lea sea, ella, su propia orilla, y que sea suya y solo suya la orilla a la que tendrá que llegar. (p. 91)

En este fragmento si bien se habla sobre la lectura, creo conveniente trazar un paralelismo y así sumergirnos en el tema que nos compete, las NT, este tipo de trabajos posibilita construir otros horizontes, posibilitando así descubrir nuevas orillas más allá de los límites espaciales.

Por su parte Irigaray (2019) señala que

transmedia no equivale a digital y online: los relatos transmedia tienen la extraordinaria capacidad de vincular medios digitales y

analógicos, resignificar el papel de los medios tradicionales e incorporar una multiplicidad de plataformas válidas para contar historias, con una buena cuota de ingenio y creatividad. (p. 392)

Para finalizar lo hasta aquí recorrido es sumamente necesario destacar en palabras de Moreno Sánchez (2015), “el museo debe estar allí donde están sus audiencias”. Por ello es necesario siempre repensar en la expansión continua de “esas orillas” que generan a su vez otras nuevas y de esa forma expandir el universo narrativo de nuestros espacios museísticos.

REFERENCIAS

- Campalans, C., Renó, D. & Gosciola, V. (2012). *Transmedia, conectivismo y educación: estudios de caso. Narrativas transmedia entre teorías y prácticas*. Editorial Ria.
- Escandón, P. (2020). *Patrimonio de Interfaz Mutante. Narrativas complejas*. Editorial Ria.
- Gorriti, J., (2014). *Cocina Ecléctica*. Editorial Mundo Gráfico.
- Greene, M. (1997). El profesor como extranjero. En J. Larrosa, R. Arnaus, & V. Ferrer (Eds.), *Déjame que te cuente. Ensayos sobre narrativa y educación*. Editorial Laertes.
- Irigaray, F. (2018, 3 de mayo). *Conferencia: Intervenciones transmedia en los museos contemporáneos*. Foro de Periodismo Digital Rosario. <https://www.youtube.com/watch?v=Dpe3SLyrSXA>

Irigaray, F., Gosciola, V. & Piñeiro-Otero, T. (2019). *Territorialidad Expandida en el Documental*. Editorial Ria.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós.

Moreno Sánchez, I. (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Zer. Vol. 20*(38). <http://www.ehu.eus/zer/es/hemeroteca/articulo/Interactividad-interaccin-y-accesibilidad-en-el-museo-transmedia/584>

Museo Urquiza (2020, 29 de mayo) <https://museourquiza.cultura.gob.ar/info/el-palacio/>

Portal del Sistema Educativo de Entre Ríos (2020, 25 de mayo) <http://aprender.entrerios.edu.ar/laguaridadeltigre/bienvenida.html>

Raminger, A. (2019). *Seguimiento y Evaluación del Proyecto de Transmedia Educativo: La Guarida del Tigre. Informe Final de Práctica Curricular*. Facultad de Ciencias de la Educación. UNER. Paraná. Entre Ríos. https://www.fcedu.uner.edu.ar/observatorio/wp-content/uploads/sites/6/2019/06/Raminger_La-guarida-del-tigre.pdf

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Editorial Grupo Planeta.

Saramago, J. (2001). *La Caverna*. Editorial Alfaguara.

PARTE 3 - HIBRIDISMOS

MODELO DE FORMACIÓN Y PRODUCCIÓN TRANSMEDIA PARA LA RADIO Y LA TELEVISIÓN COMUNITARIA DEL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA (COLOMBIA)¹

Diego Fabián Avendaño Ramírez²
Yeison Camilo Conde González³

1 INTRODUCCIÓN

El modelo de radio y televisión comunitaria de Colombia ha sido reconocido en el mundo occidental por democratizar el espectro electromagnético, procurar la inclusión social y ofrecer programación educativa y cultural más a tono con las necesidades de los municipios alejados de las ciudades capitales.

La radio, por ejemplo, en la década de los 90 contó con más de 1.200 estaciones en todo el territorio nacional (Mesa Galicia, 2014) dada la nueva Constitución Política de 1991 y los decretos 1900 de 1990, 1445

-
1. El presente proyecto de investigación es financiado por el Ministerio de Cultura de Colombia, ganador de la Convocatoria de Estímulos 2020 en la categoría “Beca de Apoyo a la Investigación en Narrativas y Comunicación”.
 2. Magíster en comunicación digital, docente catedrático y coordinador del laboratorio audiovisual de la Universidad del Tolima. Profesional en Cine y Televisión e investigador asociado al Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad.
dfavendanor@ut.edu.co
 3. Docente catedrático, estudiante de la Maestría en Pedagogía y Mediaciones Tecnológicas de la Universidad del Tolima. Comunicador Social – Periodista de la misma institución e investigador asociado al Grupo de Investigación en comunicación Sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad.
ycondeg@ut.edu.co

de 1995, 1447 de 1995 y el 1021 de 1999, en tanto que la televisión comunitaria, que fue la segunda en tener seguridad jurídica en Latinoamérica en 1996, un año después de Brasil (Angulo et al., 2018), contó con un incremento sostenido desde 2006 hasta situarse en 771 antenas en el país en el 2014 (Autoridad Nacional de Televisión, 2019), gracias al Acuerdo 009 de 2006, expedido en la presidencia de Álvaro Uribe Vélez, que les permitía tener hasta 15 mil asociados y ofrecer el servicio de internet.

Sin embargo, algunas disposiciones legales, sumadas a errores en la administración de estos medios de proximidad, han provocado que muchos de ellos desaparezcan de las bases de datos del Ministerio de la TIC y de la Autoridad Nacional de Televisión (hoy en liquidación y reemplazada por la Comisión de Regulación de las Comunicaciones), hayan cambiado a otras modalidades radiales y televisivas o migrado a internet.

En el Tolima se ha visto cómo sus radios comunitarias han salido de la órbita del Ministerio de las TIC, a partir del año 2009, pues se pasó de 17 experiencias a 14 en el 2019, esto es, una disminución del 17.7%. Las que se mantienen son catorce ubicadas en: Ibagué (2), Murillo, Armero–Guayabal, Palocabildo, Piedras, Espinal, Alpujarra, Saldaña, Icononzo, Natagaima, Planadas, Rioblanco y San Antonio, las cuales cuentan con Fan Page, web gratuita y streaming (excepto Palocabildo, Alpujarra e Icononzo). Mientras que en el 2012 existían 32 TV comunitarias en el departamento y en el 2019, 13, o sea, una reducción del 59,3%. Las que se mantienen son las de Cajamarca (dos), Armero Guayabal, Planadas, Mariquita, Valle de San Juan, Melgar, Dolores, Villarrica, Guamo, Lérída, Alpujarra y Payandé. Parte del

descenso de las radios comunitarias se debe a la aplicación de normas expedidas en los gobiernos de Pastrana, Uribe y Santos que regulan el pago a impuestos y contenidos radiales, así como a multas por fallas en el funcionamiento técnico. Parte del descenso de las TV comunitarias, entre tanto, se debe a la aprobación en el 2007 y aplicación del TLC con Estados Unidos en el 2012 y, principalmente, a Resolución 433 de 2013 (Autoridad Nacional de Televisión, 2013), expedida en el gobierno de Santos Calderón, ya que aumenta los dineros que deben pagar para el financiamiento de la televisión pública, reduce a 6.000 los asociados que pueden ingresar al sistema y aumenta ostensiblemente las horas de producción propia en función de los años de servicio y no por el número de habitantes de las poblaciones donde funcionan.

Las repercusiones de este fenómeno han sido negativas para el sistema audiovisual colombiano, en tanto que se han perdido fuentes y puestos de trabajo, las comunidades han dejado de participar en la producción, gestión y control de los contenidos locales de las emisoras y canales comunitarios. Adicionalmente, este fenómeno puede estar asociado con los resultados del informe para la Fundación de la Libertad de Prensa (2017), según el cual Colombia tiene un déficit de información local del 56,8% y el Tolima del 59,6%, entendido como municipios que no tienen medios locales o, si los hay, no producen información local.

Sin embargo, hoy en día la Ley 1834 de 2017 de Economía Creativa y Ley Naranja, estipula que el sector audiovisual, los contenidos multimediales, servicios audiovisuales interactivos y de información, entre otros, se constituyen en economías creativas (Artículo 2) y, por tanto, recibirán el apoyo del Gobierno Nacional para promover su visibilización y crecimiento, puesto que son generadoras de empleo de calidad,

motor de desarrollo y fomentadoras del tejido social y humano y de la identidad y la equidad (Artículo 3) (Congreso de la República, 2017). Por lo que se hace importante establecer nuevas dinámicas que los medios comunitarios puedan aprovechar para mejorar su capacidad de producción y así seguir aportando a la construcción social de la región.

Es por esto que el propósito principal del proyecto es plantear un modelo de formación y producción transmedia para la televisión y la radio comunitaria del departamento del Tolima, Colombia teniendo en cuenta y en concordancia con la Ley 1978 de 2019 de fomento de las TIC y la Ley 1834 de 2017 de fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja. Razón por la cual y en principio se busca realizar un diagnóstico de las condiciones de producción transmedia de la radio y televisión comunitaria del departamento del Tolima; así como analizar la influencia de la producción transmediática que existe en los medios comunitarios donde estos sistemas operan. Esto con el fin de poder realizar el diseño del modelo de formación y producción transmedia para la radio y televisión comunitaria del Tolima.

2 JUSTIFICACIÓN

La radio y televisión comunitaria de Colombia y el departamento del Tolima ha sido un modelo reconocido internacionalmente por su carácter participativo, incluyente y promotor de competencias expresivas y organizacionales en las comunidades. Sin embargo, en la última década ambos medios han venido desapareciendo del espectro electromagnético, de las bases de datos del Ministerio de las TIC y de la vida cotidiana de los oyentes y televidentes, con lo cual los municipios

colombianos han dejado de recibir información y contenidos locales, educativos y culturales.

Ante tal dificultad, este proyecto pretende recuperar y fortalecer estos medios comunitarios, mediante el concurso de sus operadores y creadores de contenidos y el respaldo del Gobierno Nacional con la Ley 1978 de 2019 para el fomento de las TIC y la Ley 1834 de 2017 para el fomento de las economías creativas y ley naranja.

Estas normas establecen un plan de incentivos para el desarrollo de contenidos transmedia, alivia económicamente el funcionamiento de estos medios y los encauza hacia la producción transmedia, sin perder su carácter análogo o, en el futuro cercano, digital. Así las cosas, el trabajo de investigación que aquí se expone concibe la creación de un modelo de formación y de producción transmedia, que incluye competencias, objetivos, temas, recursos, procedimientos, habilidades, valores y estrategias (Conde González, 2019), para que tanto la radio y la televisión comunitaria se adapten al nuevo ecosistema digital y, al mismo tiempo, generen empleo de calidad y fortalezcan la democracia e impulsen el progreso de sus localidades.

3 MARCO TEÓRICO

El proyecto desde su marco teórico plantea tres grandes áreas de estudio: Por un lado, (1) la ecología de los medios, como perspectiva teórica; (2) la comunicación digital, la comunicación para el desarrollo y la comunicación y la educación, como campos de estudio específico y (3) la radio y televisión comunitarias, como contexto.

3.1 Ecología de medios

Se puede considerar a la ecología de los medios como una teoría generalista de la comunicación, porque se trata de una propuesta extensiva que une el mundo de la biología, abarca casi todos los procesos de comunicación, y estudia las transformaciones que sufren las economías, los medios y los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación, como explica Scolari (2017):

La ecología de los medios no se concentra en ningún medio en especial —es una teoría transmedia a todos los efectos— ni a un periodo de tiempo limitado: su reflexión comienza con la aparición del lenguaje, sigue con la transición de la oralidad a la escritura, llega hasta nuestros agitados días de vida digital y en algunas ocasiones no renuncia a delinear escenarios futuros. (p. 18)

Luego de clasificar la ecología de los medios como una teoría generalista de la comunicación, podemos acercarnos a las dos líneas de interpretación que ofrece la ecología de los medios, según Scolari (2017): los medios como ambientes y los medios como especies; La interpretación de los medios como ambientes parte del argumento de que “las tecnologías —en este caso, las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales— generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan” (p. 29), es decir, los medios crean un ambiente que contiene al sujeto y determina su percepción, cognición y visión de mundo. Y la interpretación de los medios como especie que parte del argumento de que “los medios de comunicación son como «especies» que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí” (p. 30), es decir, que los medios adquieren su significado y

existencia, nacimiento, adaptación o desaparición, en la interacción o competencia constante con otros medios.

3.2 Comunicación digital (campo específico)

Con la aparición del internet y la revolución tecnológica del último siglo, la lógica de la comunicación se ha visto afectada en su esquema tradicional: emisor, mensaje y receptor, que se veía fortalecida en formas, estilos y canales, tales como la radio, la prensa y la televisión cuyo principio era la unidireccionalidad, la jerarquía y que iba de un individuo a muchos. Ese sistema ha evolucionado con los nuevos medios, en los que los procesos de comunicación transformaron la pasividad del receptor convirtiéndolo en un transmisor activo que retroalimenta el mensaje y permite, a su vez, desarrollarlos en otra estructura en red utilizando un espacio infinito mediado por la tecnología.

Es así como hoy hablamos de comunicación digital que, en palabras de Sánchez A. (2006), se define como “el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, TIC, con base en el código binario: bit”. A partir de allí, los procesos de comunicación cambiaron su esquema básico a un esquema mucho más caótico, transversal, multidireccional y virtual. Con estas nuevas formas, la humanidad ha evolucionado y ha configurado nuevos conceptos, nuevas narrativas y nuevas formas válidas para un objeto de análisis. Y es así que hablamos de Transmedia.

3.2.1 Transmedia.

Las nuevas narrativas constituyen un terreno semántico inestable que se fisura alrededor de términos de origen periodístico como: multimedia

y crossmedia, de procedencia comunicativa como: plataformas múltiples y medios híbridos, y de origen económico como: interacciones transmediales y mercancía intertextual (Scolari, 2013, p. 25), conceptos que orientaron el surgimiento del término storytelling acuñado por el investigador norteamericano Henry Jenkins, en la columna Transmedia Storytelling (2003), quién afirmó que: “hemos entrado a una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”.

Elementos que tomó Scolari (2013) para elaborar la siguiente definición de narrativas transmedia, que se caracteriza por la expansión del relato a través de varios medios:

Las NT son una particular forma de narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significados (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro etc.). Las NT no son simplemente la adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la microsuperficie del dispositivo móvil. (p. 24)

Delimitación que pulió el mismo autor, posteriormente, en otra definición de las narrativas transmedia como: “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en la cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013, p.46), que surge a partir de la consideración de otros elementos como: la aparición de plataformas de creación interactiva, la colaboración de los usuarios en el proceso expansivo y el surgimiento del término prosumidor.

3.2.2 Comunicación y educación (campo específico)

Desde este campo, se reúnen las diferentes experiencias que tiene la(s) persona(s) que toma(n) el papel de formador para orientar, crear e intervenir a diferentes comunidades utilizando los medios de comunicación, sean estos desde la formación y creación en medios, el uso de las TIC y la gestión desde el entorno educativo (Conde González, 2019).

Sin embargo, estas líneas de acción se han quedado estancadas, de acuerdo con lo que referencia Aparici (2010):

Si algo ha caracterizado a este campo de estudios en estos últimos años ha sido su falta de originalidad en el planteamiento de temas acorde a las cuestiones mediáticas y tecnológicas que tienen lugar en otros sectores. Este campo de estudios, hoy por hoy, está en una situación que definiríamos como de stand by. (p. 20)

Ya no se puede considerar que los procesos de alfabetización sean solamente desde las capacidades lecto – escriturales o audiovisuales, se deben evaluar nuevas alternativas de alfabetización ya más orientadas en las habilidades que debe tener una persona para crear estos mundos narrativos desde 3 elementos claves: la convergencia (varios medios en función de un relato o mundo narrativo), la ubicuidad, como la dimensión temporal de los medios que conforman los relatos transmedia, y la actividad entendida como la inmersión y participación activa de los consumidores (Molas – Castells, 2018).

Los insumos obtenidos a partir del diagnóstico aplicado a las radios y tv comunitarias de la región, nos darán las pautas iniciales para la creación de la propuesta del modelo de formación ajustado a: 1) reconocer y potenciar saberes previos, 2) educar en la convergencia de medios de acuerdo a la operación y producción particular del medio comunitario,

y 3) articular integrantes del medio y beneficiarios de estos, para crear equipos de realización transmedia comunitarios.

3.2.3 Comunicación para el desarrollo (campo específico)

En América Latina nace el concepto de Comunicación para el Desarrollo, apuesta teórica de Luis Ramiro Beltrán; más adelante Alfonso Gumucio propone la Comunicación para el Cambio Social con una mirada más amplia y actualmente este enfoque teórico se plantea desde la Comunicación para el Buen Vivir. Alejandro Barranquero plantea que el entender la comunicación al servicio de algo –comunicación para–: el desarrollo, la salud, el medioambiente, la paz, etc., la noción arrastra un sesgo instrumental y mediocéntrico, de ahí que lo comunicativo se sigue concibiendo no como un proceso, sino como una mera herramienta, medio o soporte útil para un fin.

Sus cuestionamientos parten de una deconstrucción y reelaboración del concepto de desarrollo, post-desarrollo, otro desarrollo, desarrollo humano, desarrollo integral, desarrollo sostenible, cambio social sostenible; los más recientes superan el ideal del progreso o el cambio social y se enfocan en la justicia social y ecológica, ciudadanía, empoderamiento, buen vivir, etc. Según Barranquero (2012) para enriquecer o incluso escapar del concepto de Comunicación para el Cambio Social de debe entablar un diálogo más estrecho con un conjunto de sub-disciplinas que han venido articulando prolíficas reflexiones en los últimos años: la educación ambiental, la comunicación ambiental y los Estudios Culturales Verdes.

3.3 Radio y televisión comunitarias (contexto)

La radio asociativa, comunitaria, libre, popular, alternativa, participativa, ciudadana, cultural, insurgente, educativa, municipal, indigenista,

comunal, rural... representa un modelo claramente diferenciador frente a los modelos clásicos dominantes del sector público tradicional y privado comercial (Chaparro, 2012). Los diferentes nombres bajo los que se conoce este modelo de radio responden a las diferentes realidades de los continentes donde la tradición de estas emisoras se hace sentir en mayor medida.

Para López Vigil (2010), el objetivo de la radio comunitaria no es el de hacer algo por la comunidad, sino de brindar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, por ejemplo, poseer el control de su propio medio de comunicación; su trabajo está enfocado al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de generar opinión pública, de ampliar la democracia y de construir comunidad. Es decir, ofrecen herramientas para el desarrollo.

Las radios comunitarias no se definen por su propiedad, sino por su ánimo de no lucro y de servicio a la sociedad. Tampoco se definen por sus coberturas geográficas, ni por su mayor o menor potencia de emisión, ni por la emisión o no de espacios publicitarios. La posesión de una licencia tampoco constituye un patrón a tener en cuenta, ya que muchas carecen de una licencia legal en el intento de los gobiernos de reservar el espacio radioeléctrico para otros menesteres. No son radios clandestinas, son modelos legítimos dentro de un marco de espacios legales insuficientes en muchos países. Una radio comunitaria debe ser ante todo inspiradora de los principios de participación ciudadana y cogestión en las decisiones que inspiran sus principios. Es una instancia promotora de desarrollo local (Chaparro, 2012, p. 2).

La televisión comunitaria y su origen, no obstante, parte de las experiencias latinoamericanas de radio alternativa, particularmente de

Radio Sutatenza en Colombia y Radio Mineras Libres de Bolivia, las cuales demostraron que la radiodifusión servía no sólo para informar o hacer propaganda sino también para educar y reivindicar derechos sociales (Dagron, 2001).

Para Márquez (2013), éstos surgen en América Latina en la segunda mitad del siglo pasado impulsados por la corriente liberadora que inspiró al subcontinente y como consecuencia de la penetración de las transnacionales de la información en el “Tercer Mundo”, la invasión cultural y la aniquilación de las identidades nacionales.

En los años 60, Canadá se convierte en la nación pionera de la televisión comunitaria, con la transmisión de contenidos que buscan valorar la identidad cultural de comunidades indígenas de su territorio, en tanto que a comienzos de los 70 en Estados Unidos estos sistemas elaboran programas que abogan por la libre expresión (Chaparro, 2002). En América Latina, las primeras experiencias se presentan en la década de los 80 con el propósito de promover la identidad cultural y el desarrollo socioeconómico de los pueblos (Noboa Auz et al., 2018).

Los fundamentos teóricos de la televisión comunitaria difieren de otras modalidades televisivas. Según Dagron (2019), es distinta de la Estatal toda vez que la TV comunitaria no es el púlpito donde los gobiernos se dan propaganda, ni quiere convertirse en un pulpo como las cadenas comerciales interesadas por tener más anuncios y rating. Los sistemas comunitarios rescatan el púlpito de la comunidad, dando voz a las personas y a grupos de distinta naturaleza.

Estos sistemas construyen agendas ciudadanas, y al ser más próximas a las comunidades y televidentes hay mayor acierto en lo que la gente siente como de vital importancia para la discusión política. Esta cercanía

se traduce en una alfabetización audiovisual, en la medida en que los colectivos aprenden a narrar con la imagen de formas heterogéneas, según sus necesidades, experticia y disponibilidad de recursos económicos (Parra, 2006).

4 METODOLOGÍA

El enfoque cualitativo, que según Jensen (2014), se orientan al significado, los sujetos interpretativos y los contextos naturalistas. Desde el significado, las personas hacen interpretaciones y valoraciones a su vida, acciones y productos, muchas veces utilizando las TIC de manera relevante. Los investigadores, a su vez, hacen una interpretación de las percepciones que tienen las personas de las experiencias y sus comunicaciones. En sujetos interpretativos, refiriendo que la investigación científica es realizada por seres humanos en calidad de actores que interpretan realidades.

El proceso parte desde la Investigación-Acción, con énfasis en lo práctico (Colmenares & Piñero, 2008). Que consiste en estudiar las actividades de una comunidad o colectivos para que, mediante trabajo individual o en equipo, se resuelva una problemática, sea esta introduciendo una mejora o generando un cambio positivo. Se elabora un plan de acción liderado por los investigadores y algunos participantes de la comunidad intervenida, y centrado en el desarrollo y aprendizaje colectivo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Este proyecto busca generar diálogos productivos con los operadores y creadores de contenido en radio y TV comunitarias del Tolima, para conocer desde los saberes y practicas empíricas, como es o ha sido la producción

transmedia de ambos medios, cómo ha influido esta producción en las localidades y, con base en esta información, diseñar un modelo de formación en creación y producción transmedia.

Los métodos que se emplearán tienen un carácter inclusivo y constructivo de nuevos saberes y prácticas, como la observación en trabajo de campo, la entrevista a profundidad y la etnografía digital con el análisis del discurso como herramienta. Es así, que desde la observación, se permite identificar las rutinas periodísticas (Wimmer & Dominick, 1996), el análisis del ambiente de trabajo, los recursos humanos y logísticos, la infraestructura física, los equipos de producción y realización con los que se disponen. Luego seguimos con la entrevista a profundidad, que consiste en lograr una interacción empática, con cuestionarios semiestructurados (Soler, 2011), entre los operadores, directivos y productores de contenidos de la radio y televisión comunitaria. Y por último, la etnografía digital, que comprende un análisis, descripción y explicación de la complejidad de las prácticas y las culturas digitales (Barajas & Carreño, 2019), así como la construcción y apropiación de los contenidos producidos en radios y televisiones comunitarias, mediadas por TIC.

La muestra de radio y televisión comunitaria del Tolima abordará, en una primera fase de estudio, los siguientes municipios y criterios de elección: Alpujarra, Armero-Guayabal y Planadas: municipios donde existen radio y televisión comunitaria. Chaparral: municipio beneficiado con la próxima adjudicación de licencia de radio comunitaria, pero actualmente tiene producción audiovisual por redes sociales. Mariquita y Cajamarca cuentan con televisión comunitaria con más de 10 años de

funcionamiento. Natagaima, Espinal y Rioblanco cuentan con radio comunitaria con más de 10 años de funcionamiento.

5 RESULTADOS OBTENIDOS

5.1 Internet y redes sociales

De acuerdo a las personas entrevistadas (de manera presencial o por videoconferencias) y las visitas realizadas a algunos municipios de la muestra, se puede mencionar que la cobertura y calidad de internet en los municipios varía en relación a condiciones de cercanía a la capital, la ubicación geográfica, las condiciones climáticas y la infraestructura con la que cada operador que oferta el servicio, invierta en el cubrimiento del municipio. En estos casos, el promedio de Megas es un aproximado de 6, de acuerdo a las zonas de cobertura.

Por la actual pandemia, se ha hecho necesario contratar el servicio de internet para cumplir con las obligaciones laborales y académicas, sin embargo, los residentes consideran que el servicio es muy costoso, que no compensa el dinero facturado mensual con la cantidad de Megas recibidas. Además de las actividades mencionadas, el uso de internet esta orientado al ocio y entretenimiento, ya que, utilizando plataformas online las personas pueden acceder a contenidos de acuerdo a sus gustos, buscarlos y verlos en el momento que consideren adecuado. Caso contrario, a la programación en televisión y radio comunitarias que deben esperar una programación determinada.

Entre las redes sociales más utilizadas por los residentes se encuentran con mayor aceptación Facebook, Instagram y WhatsApp. En menor proporción, utilizan Tik Tok, Twitter y YouTube. Estas redes se utilizan con una mayor motivación para obtener información local, pero se

denuncian en algunos casos que existen páginas dedicadas a publicar contenido falso. Como segundo factor de uso, se menciona al entretenimiento y la socialización. Ya como último elemento de motivación, encontramos los procesos educativos formales (materiales educativos derivados de un estudio) e informales (tutoriales en internet).

5.2 Medios comunitarios

Durante los primeros acercamientos a estos municipios, se encontró que en 3 de estos las televisiones comunitarias solicitaron la cancelación de la licencia concedida para operar como este tipo de medio. En el caso de Armero y Mariquita, cambiaron su modelo de comunitario a comercial y aun se encuentran vigentes. En el caso de Melgar, no se conoce si está operando bajo otro sistema o en la red. En total, se registran 6 televisiones comunitarias activas y operando en el departamento del Tolima.

Para el caso de las radios comunitarias, estas no han disminuido a pesar de los factores económicos y de sostenimiento, incluso se espera pronto que empiecen a operar las emisoras que han sido ganadoras de la concesión de licencia por parte del Ministerio de las TIC bajo la resolución 727 de 2020 en los municipios de: Ataco, Chaparral, Cunday, Dolores, Flandes, Fresno, Honda, Melgar, Purificación y Suárez.

El uso que dan los residentes que cuentan con radios y/o televisiones comunitarias en sus municipios, se orientan al conocimiento de temas y contenidos de corte local. Tienen mayor acogida los programas de tipo magazines, noticieros y musicales.

Persiste el interés de los integrantes de la comunidad en participar de alguna forma en los medios comunitarios. Sin embargo, este interés se ve opacado por el no reconocimiento económico de esta participación.

En algunos municipios, se ha mencionado que se requiere de una capacitación constante. Se han hecho intentos de vincular a estudiantes de instituciones educativas del municipio, pero el ejercicio no ha sido riguroso. En otros municipios, no han contemplado la posibilidad de vincular a estos estudiantes aduciendo a la falta de compromiso de los mismos. Desde los contenidos, se proponen crear nuevos programas de corte educativo, deportivos, económicos, de emprendimiento, gastronómicos y juveniles, estos últimos para crear escenarios donde se puedan vincular a los jóvenes y generar espacios de creación para aprovechar el tiempo libre, previniendo y evitando riesgos psicosociales.

Analizando las diferentes plataformas en la web que tienen estos medios comunitarios, se ha encontrado que son pocas, no se le ha prestado importancia al uso de las redes sociales y de una página web para aumentar la cobertura, ya no por cableado (tv) y ondas (radio), sino utilizando los canales digitales. En algunos casos, la pandemia generó que se usaran páginas de Facebook para hacer transmisiones en vivo de algunos programas (radios comunitarias). Los integrantes y colaboradores de estos medios comunitarios aseguran que, es necesario tener una formación en redes sociales para mejorar sus estrategias comunicativas y la creación de contenidos enfocados a publicarse en estas plataformas.

6 RESULTADOS ESPERADOS

El proyecto se encuentra aún implementado su primera fase, por tanto, se estiman como resultados esperados:

Un diagnóstico de las condiciones actuales de las radios y televisiones comunitarias en el departamento del Tolima. Esto completando el análisis y tabulación de las entrevistas, etnografías y cartografías aplicadas a los municipios que hacen parte de la muestra del proyecto de investigación.

La producción de una plataforma web donde se haga una descripción de todo el proceso, con participación de los operadores y creadores de contenido en radio y tv comunitaria. Este portal será actualizado periódicamente con materiales, producción transmedia, entre otros recursos, para ser consultados.

La creación de un modelo de formación piloto en formación y producción transmedia para las radio y televisiones comunitarias en el departamento del Tolima, el cual tendrá como población inicial de intervención los municipios de Armero Guayabal (Armero Stéreo) y Cajamarca (Coovisión TV Comunitaria). Se establecerá en este modelo la intensidad horaria, los contenidos (que incluye creación transmedia, gestión y financiación de proyectos, planeación audiovisual) y el modelo educativo para intervenir (presencial, distancia o virtual).

CONCLUSIONES

A los municipios están llegando diferentes prestadores de servicios en telecomunicaciones, que están incrementando la cobertura y el cableado de zonas que las TV comunitaria no han podido abarcar. Pero no solamente están ofreciendo el servicio de televisión, este viene en conjunto con telefonía nacional y servicio de internet hogar a un costo un poco superior al pago mensual de las TV comunitarias, pero

entregando 3 servicios. Para algunos casos, las televisiones comunitarias se encuentran evaluando la opción de vender el servicio de internet como otra estrategia para financiarse y continuar operando.

Se le está dando prioridad a la comercialización y compra en plataformas online con contenidos audiovisuales, donde se puede acceder en cualquier momento y permite escoger el contenido a observar, de acuerdo a los gustos del usuario. Las personas se están volcando a estas plataformas de streaming al ver que son más económicas (incluso pagando entre varios usuarios una cuenta) y solo requiriendo conexión a internet.

Los medios comunitarios tienen diversos aspectos a mejorar en su operación y dinámicas de comunicación. En algunos casos, han empezado a adaptarse al uso de las mediaciones tecnológicas para aumentar su cobertura y canales de comunicación con sus oyentes/espectadores. Es necesario que estos medios empiecen a crear también estrategias para su financiación (que se encuentren en el marco normativo que los regulan) para acceder a premios, convocatorias a nivel nacional, becas y financiación internacional. Estos nuevos ingresos posibilitan la vinculación de los residentes en colectivos transmedia comunitarios, para generar mayor sentido de pertenencia con sus medios, aprovechamiento del tiempo libre (en el caso de los jóvenes) y una posibilidad de generar empleo en los municipios.

REFERENCIAS

Angulo, L., Cano, A. M., & Duarte, N. D. (2018). Réquiem por la televisión comunitaria de Colombia: influencia de la legislación comercial y audiovisual del país en contra de esta televisión de proximidad. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*

Aparici, R. (2010). Introducción a la educomunicación: más allá del 2.0. En R. Aparici, & Otros. (Orgs.), *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp. 9-26). Editorial Gedisa S.A.

Autoridad Nacional de Televisión. (2013). Resolución 433 de 2013. <https://www.antv.gov.co/index.php/component/jdownloads/send/42-resoluciones-2013/1640-resolucion-433-de-2013>

Autoridad Nacional de Televisión. (2019). Directorios de televisión comunitaria de Colombia. <https://www.antv.gov.co/index.php/component/jdownloads/category/16-directorio-operadores-tv-comunitaria?Itemid=-1>

Barajas, K. B., & Carreño, N. P. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis*, 10(18), 134–151. <https://bit.ly/3kGLtrb>

Barranquero, A. (2012). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 63-78.

Chaparro, M. (Marzo de 2012). La Asociación de Radios Comunitarias (AMARC): otro modelo radiofónico posible. www.telos.fundaciontelefonica.com: <https://bit.ly/3kY8XYM>

- Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Los libros de la frontera (Comunicación). Los libros de la frontera (Comunicación).
- Colmenares, A. M., & Piñero, M. L. (2008). La Investigación Acción. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas. *Laurus*, 14(27), 96–114.
- Conde González, Y. (2019). *Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales: modelo inicial de formación en producción audiovisual*. Sello editorial Universidad del Tolima. <https://bit.ly/2W9Mr5v>
- Dagron, A. G. (2001). *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. The Rockefeller Foundation. <https://bit.ly/35QhqqN>
- Dagron, A. G. (2019). TV comunitaria: ni púlpito, ni pulpo: pálpito. <https://goo.gl/awA3AW>
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2017). El periodismo local se extingue en Colombia. <https://flip.org.co/cartografias-informacion/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. Edición). McGraw Hill. <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/>

Jensen, K. B. (2014). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. In K. B. Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (pp. 385–410). Fondo de Cultura Económica. <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>

Congreso de la republica de Colombia (2017) Ley 1834 de Economía Creativa y Ley Naranja

Congreso de la republica de Colombia (2019) Ley 1978 de fomento de las TIC

López Vigil, J. I. (2010). Manual Urgente para Radialistas Apasionad@s. www.radialistas.net: <http://www.radialistas.net>

Márquez, L. (2013). Una TV verdaderamente comunitaria Tv. *Razón y Palabra*, 17(3_84), 618–628. <https://bit.ly/380vLU7>

Mesa Galicia, M. (2014). *Participación ciudadana y nuevas territorialidades en la emisora comunitaria Musicalia 106.0 F.M. de Planadas (Tolima): estudio de caso*. Universidad del Tolima.

Molas - Castells, N. (2018). *La guerra de los mundos. La narrativa transmedia en educación*. Editorial UOC.

Noboa Auz, M. L., Llor Salto, M. G., & Del Pozo, V. H. (2018). Televisión Comunitaria: factores de éxito para el crecimiento en Ecuador. *Killkana Social*, 2(1), 27–32. https://doi.org/10.26871/killkana_social.v2i1.181

- Parra, J. D. (2006). Sintonizando la participación política en la televisión comunitaria. *Palabra Clave*, 9(2), 67–76. <https://bit.ly/2GgXbdd>
- Sánchez, A. (2006) Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informático. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, (17).
- Scolari, C. A. (2017). *Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría*. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Grupo Planeta.
- Soler, P. (2011). La investigación cualitativa, un enfoque integrador. En L. Vilches (Org.), *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital* (pp. 184-236). Gedisa.
- Wimmer, R. D. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.

JORNALISMO TRANSMÍDIA EM REPORTAGENS HIPERMÍDIA: DISTRIBUIÇÃO, INTERAÇÃO E EXPANSÃO DE CONTEÚDO

Liliane de Lucena Ito¹

INTRODUÇÃO

Assim como os demais formatos jornalísticos, a reportagem também migra para o ambiente on-line e em rede com o advento da Internet. A convergência característica do meio permite experimentações e inovações que até então eram impossibilitadas devido, principalmente, à arquitetura não-hipertextual dos outros meios de comunicação.

O webjornalismo de terceira geração (Mielniczuk, 2003) tem na hipermídia a sua característica principal e definidora. De fato, a hipermídia corresponde a uma etapa mais avançada do webjornalismo, em que cada vez mais se produz hipertextos enriquecidos com vídeos, áudios, infografias animadas, entre outros elementos, que colaboram para o delineamento de uma fase em que técnica e discurso são aperfeiçoados e voltados à exploração das características próprias do meio Internet. Como afirma Scolari (2008), “o hipertexto sempre incluiu a hipermídia [...] estava destinado a conter e enlaçar não só documentos

1. Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Mestre em Comunicação e jornalista, também pela UNESP. Professora e coordenadora do curso de Jornalismo no Centro Universitário Sagrado Coração (UNISAGRADO), em Bauru/SP.
lilianedelucena@gmail.com

escritos, senão também fotografia, gráficos, sons e representações tridimensionais” (Scolari, 2008, p. 219).

Para Larrondo Ureta (2009), que se atém especificamente à reportagem hipermídia, a interatividade oferecida pelo hipertexto e o papel ativo do usuário vão além, possibilitando uma metamorfose do gênero que, assim como em publicações em meios anteriores, continua sendo o de maior liberdade estilística e aprofundamento da informação. Entretanto, na Internet, passa por evoluções visíveis no que se refere ao processo de recepção das mensagens pelos usuários.

Segundo a autora, a reportagem hipermídia é um metagênero vinculado ao hipertexto, ao suporte multimídia e interativo e também ao receptor, que atua como um coautor da mensagem, já que este é o responsável final na construção de sentido cujo conteúdo, apesar de ser produzido pelo jornalista, é livremente consumido na ordem desejada pelo usuário. Afirmar também que a reportagem hipermídia é um macrogênero, uma vez que, graças à característica reticular e arbórea na disposição de hiperlinks, pode abrigar outros gêneros que tradicionalmente acompanham informações relevantes com a finalidade de contextualização, como é o caso de entrevistas, crônicas, galerias de vídeos e imagens, entre outros elementos; estes, por sua vez, podem estar mesclados a formatos de comunicação específicos da Internet, como a convergência com posts do Twitter ou áreas que funcionam como fóruns de discussão on-line, por exemplo.

Outra característica das reportagens hipermídia é a imersão. A reportagem, desde sempre, é o formato jornalístico em que a imersão do receptor é facilitada e induzida, graças à maior liberdade na condução da narrativa em que se permite a inserção de recursos próprios da literatura,

como digressões, descrições detalhadas de ambientes e acontecimentos, narrativas segundo o olhar de personagens, entre outros. Soma-se a isso o fato de que, aliado à narrativa textual ou verbal, há o uso de recursos imagéticos de impacto, algo que também contribui para a característica imersiva da reportagem enquanto gênero jornalístico diferenciado.

As tecnologias digitais ampliaram tais possibilidades de se narrar histórias de forma a envolver o receptor completamente. Segundo Murray (2003),

“Imersão” é um termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso na água. Buscamos de uma experiência psicologicamente imersiva a mesma impressão que obtemos num mergulho no oceano ou numa piscina: a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar, que se apodera de toda a nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial. [...] num meio participativo, a imersão implica aprender a nadar, a fazer as coisas que o novo ambiente torna possíveis. (Murray, 2003, p. 102)

No jornalismo, recursos imersivos são a aposta de periódicos de peso, como The New York Times, El País e The Guardian (Anderson, 2017). As reações dos espectadores, dependendo da realidade simulada, são emocionalmente impactantes.

O POTENCIAL TRANSMÍDIA

Além de imersivas, hipermidiáticas (e, portanto, hipertextuais e interativas), reportagens hipermídia têm o *potencial* de serem transmidiáticas. Potencial pelo fato de que nem todas apresentam os elementos que definem o jornalismo transmídia conforme o que defendem autores como Renó (2014) e Scolari (2013), principalmente no que se refere

à participação ativa do usuário na construção do material jornalístico, perspectiva comum a diversos outros autores tanto sobre narrativa transmídia quanto sobre, mais especificamente, jornalismo transmídia.

O conceito de jornalismo transmídia tem sido bastante discutido na contemporaneidade. Com obras do cinema de ficção, como *Tartarugas Ninja*, *Star Wars* e *Matrix*, a narrativa transmídia foi se desenvolvendo como forma de oferecer ao público cativo universos ficcionais que não se limitavam apenas ao filme em si, mas transcendiam o espaço da tela dos cinemas, indo parar em produtos diversificados, como o gibi que conta mais sobre a vida de um dos personagens, a atração no parque de diversões que simula um dos mundos citados em determinada história ou a criação de jogos de videogame que se desenrolam a partir da trama original. É deste campo, o do entretenimento, que surgem também os primeiros estudos sobre narrativa transmídia: segundo Renó e Flores (2012), a transmidiação como definição metodológica é proposta, pioneiramente, por Marsha Kinder, em 1991, que realizou a análise narrativa de *Tartarugas Ninja* em plataformas e meios distintos.

Com a chegada e a popularização da Internet, abre-se espaço bastante propício ao desenvolvimento, publicação e consumo de peças transmidiáticas, uma vez que a web é um ambiente de hibridização de linguagens e de convergência. É, portanto, naturalmente um espaço em que os usuários se movem de maneira livre em busca dos conteúdos relacionados a uma obra que lhes cause interesse. Por conta disso, narrativas transmídia da atualidade obrigatoriamente passam pelo ciberespaço. É a partir da estrutura horizontalizada da Internet que se torna possível a participação do público, característica igualmente apontada por autores como Jenkins (2008), Renó e Flores (2012), Renó (2014),

Scolari (2013), Rost e Bergero (2016), entre outros, acerca tanto da narrativa transmídia como, por consequência, do jornalismo transmídia. Como lembra Renó (2014, p. 5): “transmídia é uma linguagem contemporânea e social construída por vários conteúdos através de diferentes mídias com significados independentes, mas coletivamente oferecendo um novo significado”. Segundo o autor, a participação é essencial, principalmente num contexto em que mídias sociais e dispositivos móveis tornam-se elementos particularmente importantes para a comunicação contemporânea bem como para a produção de conteúdo.

Em relação ao consumo, o planejamento de narrativas transmídia gera, conseqüentemente, lucratividade aos produtores. A existência de conglomerados de mídia em nível mundial facilita a criação de campanhas transmidiáticas, como lembra Scolari: “As NTs² são decorrentes também do fato de as grandes produtoras serem grandes corporações com investimentos simultâneos em cinema, em televisão, em videogames etc. Em outras palavras, as NTs fazem sentido economicamente” (2015b, p. 10). O autor também lembra que, além das produtoras de cinema e entretenimento, a indústria publicitária vem utilizando com sucesso a criação de universos possíveis a fim de fortalecer o *branding* de empresas e marcas.

Jenkins (2009a, 2009b) esmiúça com mais detalhes as características de narrativas transmídia em seu blog, ao citar sete princípios fundamentais para produções do tipo. Todos relacionam-se diretamente à capacidade criativa dos produtores, como por exemplo a construção de universos relacionados e a possibilidade de se criar extensões subjetivas, como a

2. Sigla de Narrativas Transmídia.

narração da história a partir do ponto de vista de um personagem secundário, por exemplo. Entretanto, há também o princípio da performance, que não se relaciona somente à capacidade criativa dos produtores, mas sim às ações de fãs e espectadores, podendo ser autônomas ou impulsionadas pelos criadores da história. Fanfictions, narrativas livres escritas por fãs no intuito de estender ou mesmo transformar o enredo original, encaixam-se no princípio apontado por Jenkins como sendo o da performance. Algumas delas tornam-se extremamente populares, oferecendo visibilidade nunca antes possível a autores do tipo.

Retoma-se aqui, então, o aspecto participativo das narrativas transmídia, uma vez que este é considerado como um ponto de diferenciação em relação a terminologias próximas ao conceito de transmídia. No jornalismo, tal característica – a participação – se mantém e, para autores como Rost e Bergero (2016) o grau de participação chega a ser o elemento distintivo do jornalismo transmídia. Conforme defendem, o jornalismo transmídia se vale de meios, suportes e plataformas distintas para narrar uma história, na qual cada mensagem tem sua autonomia e, por outro lado, expande o universo informativo. Na concepção de Renó (2014), cujo foco é colocado na linguagem, jornalismo transmídia é

uma forma de linguagem jornalística que inclui, ao mesmo tempo, diferentes mídias, com diversas linguagens e narrativas oriundas de diversas mídias e para diversos usuários. [...] A diferença entre Jornalismo Transmídia e outras formas de narrativa jornalísticas é que a narrativa transmídia pode tirar vantagem das possibilidades comunicacionais da sociedade pós-moderna, em que mobilidade e estrutura líquida, em outras palavras, a interatividade, assumem importantes papéis no campo da comunicação, ao engajar e atrair o receptor para interpretações participativas da mensagem. Este é um dos pontos necessariamente a observar na estrutura transmídia: a expansão da narrativa a partir da interatividade. (Renó, 2014, pp. 6-7)

Tal definição é relevante ao mesmo tempo por, em partes, ir ao encontro de definições anteriores, como de Jenkins (2008) e Scolari (2013), no que se refere ao papel da participação do usuário para a transmidiação, mas também por considerar, mais adiante, o que há por trás da narrativa transmídia, ajustando o foco para a questão da produção do jornalismo transmídia, algo que exige planejamento e rotinas produtivas diferentes do que era tradicionalmente realizado por redações não-convergentes: “Não se produz mais como antes. Há uma necessidade distinta de projetar e planejar caminhos e conteúdos distintos para serem produzidos” (Renó, 2014, p. 9).

Para este trabalho, considerou-se relevante observar a presença de três elementos necessários para se caracterizar uma narrativa transmídia: a expansão do universo de conteúdo; diferentes tipos de mídia utilizados de maneira convergente; e, por fim, a possibilidade de participação ativa do usuário, que pode ser de nível simples – quando este escolhe seu caminho de leitura – ou mais avançado, quando o internauta interage enviando conteúdo, por exemplo.

Findadas aqui as articulações teóricas acerca das características mais importantes da reportagem hipermídia, a saber, a hipertextualidade/hipermídia, a imersão e o seu potencial de transmidialidade, parte-se para a descrição seguida de análise sobre a reportagem “O Futuro do Sexo”, publicada pelo Uol TAB.

ANÁLISE: O FUTURO DO SEXO

Publicada no dia 7 de agosto de 2020, a reportagem “O Futuro do Sexo” aborda a questão da sexualidade no período de pandemia de

coronavírus. Com layout pensado especialmente para a edição, traz uma história em quadrinhos (HQ) animada, na qual uma protagonista fictícia, em confinamento, precisa lidar com o dia a dia do isolamento social, algo que inclui trabalho, novas rotinas e também lidar com sua libido.

Logo no início da reportagem hipermídia, encontra-se um elemento essencial para o jornalismo transmídia: a possibilidade de o usuário navegar pelo material de forma aleatória, escolhendo por onde deseja iniciar e a partir de então, ir consumindo o conteúdo oferecido. Este elemento está disposto no menu inicial, que indica quatro subdivisões da reportagem. São elas:

Tabela 1

Menu de navegação da reportagem.

Parte 1	Parte 2	Parte 3	Parte 4
“Solidão, tédio & tesão”: carência no isolamento “Acaba quando?”: vibradores e bonecos sexuais	“Oi sumida & tédio”: sexting vem com tudo “Bloco do Zoom sozinho”: a febre das festas virtuais	“Mexex pra cam”: a procura por trabalho sexual virtual “Deslize para a direita”: a volta dos webnamoros	“Perdão pelo vacilo”: furões de quarentena “Solidão & tesão... ainda”: dá pra pensar em Carnaval?

Elaborada pela autora.

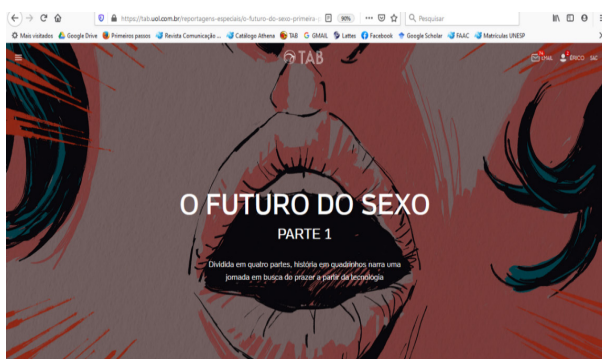
Caso o usuário deseje, pode iniciar o consumo da reportagem a partir de seções aleatórias, sem que haja prejuízos no entendimento do texto, como numa peça transmidiática ficcional na qual múltiplos conteúdos em variados “pontos de entrada” narrativos são compreensíveis sem o consumo do universo transmídia completo.

Se, entretanto, parte-se para o avanço vertical da página, a leitura é direcionada de forma linear, mostrando a parte 1, de subtítulo “Solidão,

tédio & tensão”, ilustrada com a HQ animada. Na narrativa, que serve de introdução ao texto, a personagem principal, uma mulher, acorda assustada com o barulho do despertador e se depara com uma mensagem de trabalho, na qual é cobrada por algum tipo de serviço que ainda não foi entregue. Entediada, a personagem larga o telefone e se masturba.

Figura 1

Captura de tela da reportagem “O Futuro do Sexo”, publicada pelo Uol TAB.



Uol TAB (<https://tab.uol.com.br/reportagens-especiais/o-futuro-do-sexo-primeira-parte.htm>)

Após quatro parágrafos de texto, que estabelecem também uma introdução para o tema da reportagem, mais um trecho da HQ animada surge na tela, desta vez mostrando outro momento na vida da personagem que, seguindo o isolamento social, procura num site de buscas informações sobre vibradores. Neste momento, ocorre o gancho para o próximo trecho do texto, que aborda um estudo do Instituto Kinsey sobre a sexualidade humana durante a pandemia e o crescimento das vendas de *gadgets* sexuais. Aqui, o primeiro hipertexto é alocado: ao

clicar num link, o usuário pode ler uma matéria do TAB sobre a arquiteta, designer e pesquisadora Rita Wu que, inspirada por uma pesquisa da Universidade de São Paulo (USP), cujo objetivo é criar próteses sensíveis sexuais para pessoas com deficiências, prototipou uma espécie de vibrador controlado a distância, sem fios:

Para a mágica acontecer, o Neurodildo funciona com três dispositivos, cada um com sensores e microprocessadores ligados sem fio. Até aí, a tecnologia já era conhecida com WeVibe, que permitia que uma pessoa controlasse à distância a velocidade do vibrador. A diferença é que não há um controle remoto e tudo é coordenado com a força da mente (Dias, 2020, par. 17)

A matéria é claramente um elemento externo à reportagem hipermídia – não possui o mesmo layout e não faz referência à reportagem – no entanto, uma vez nela oferecida, aumenta o conhecimento do usuário acerca dos avanços na indústria dos *sex toys*. Sua leitura não se faz obrigatória para o entendimento da reportagem, mas a complementa e expande o universo temático da mesma, outro elemento obrigatoriamente presente em narrativas transmídia.

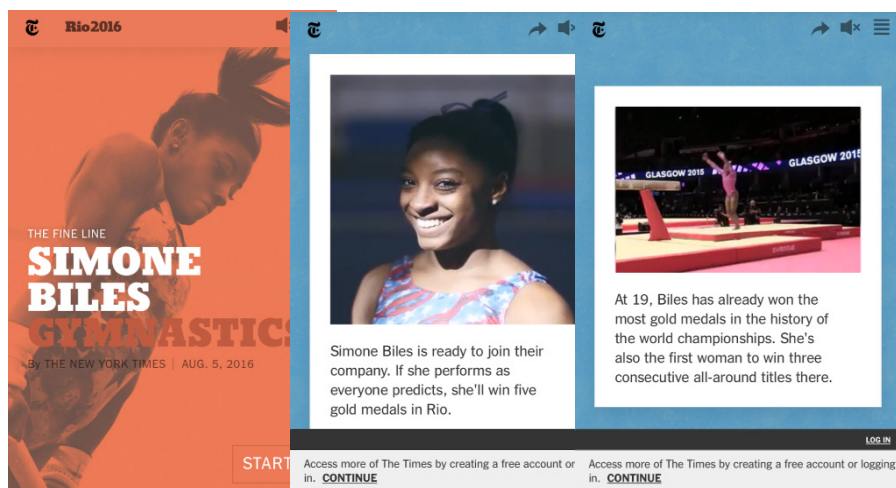
Em sequência, o texto da reportagem aborda o sexo realizado com robôs. Outro hipertexto direciona para uma matéria produzida no formato de stories, narrativas imagéticas cuja origem está em redes sociais ou aplicativos como o Snapchat e Instagram, os primeiros a adotarem a ferramenta. De formato mais verticalizado, os stories são uma seção em redes sociais que mostram uma imagem (que pode conter apenas imagem, como também texto, gifs, enquetes, entre outros elementos) que fica disponível, geralmente, por 24h no perfil. Após esse período de tempo, os stories somem.

No Instagram, a ferramenta aumenta consideravelmente o engajamento com marcas e perfis pessoais, fazendo muito sucesso na rede social desde seu lançamento, em 2016, e passando então a ser estendida para outras redes sociais, como o Facebook, a partir de então. No Jornalismo, conteúdos e até mesmo reportagens vêm sendo construídos no formato de stories, com a diferenciação de que estes não “somem” após 24h, sendo perenes e voltados ao consumo via smartphone.

Um dos primeiros veículos no mundo a adotar narrativas *mobile first* em formato de stories é o The New York Times. Durante as Olimpíadas do Rio de Janeiro, em 2016, o jornal norte-americano produziu, com a tecnologia das AMP pages (páginas *mobile* rápidas, criada pelo Google), uma reportagem sobre a ginasta Simone Biles.

Figura 2

Capturas de tela de celular a partir da reportagem “The Fine Line”, publicada pelo The New York Times



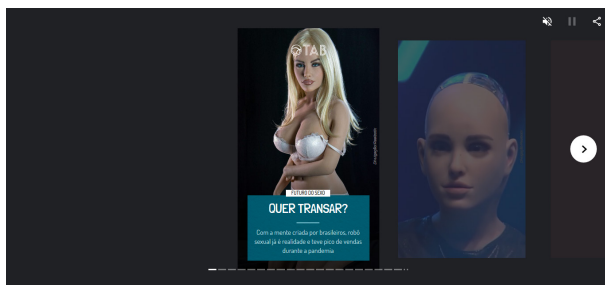
<https://www.nytimes.com/interactive/2016/08/05/sports/olympics-gymnast-simone-biles.html>

No Brasil, o site Uol passou a adotar o formato não-regularmente, em especiais ou para seções como “Resumo do Dia”, contendo notícias que foram destaque durante as últimas 24h de apuração jornalística.

No TAB em questão, a matéria sobre os robôs sexuais tem 22 páginas, contendo especificamente dados e informações sobre a indústria dos robôs destinados a companhia e sexo, os avanços e pesquisas da área e o comportamento dos indivíduos que adquirem tais produtos. Foi publicada em 3 de agosto de 2020, pouco tempo antes da reportagem hipermídia.

Figura 3

Captura de tela de desktop da matéria em formato de story

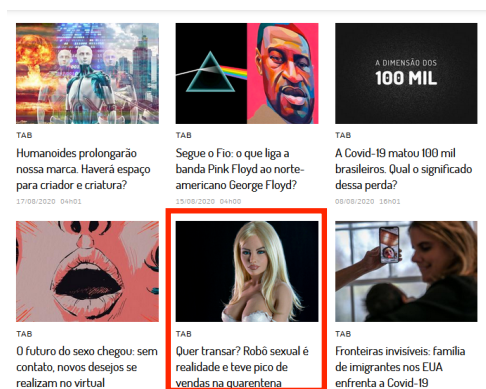


<https://tab.uol.com.br/stories/como-funciona-um-robo-sexual/>

Seguindo o formato de stories, prioriza imagem estática e em movimento, mas traz também textos informativos. Seu acesso pode acontecer não só do celular, como também de outros dispositivos, e apesar de ter sido claramente construída para ser um elemento multimídia que complementa a reportagem hipermídia “O Futuro do Sexo”, tais stories estão disponíveis à parte da mesma, no site que elenca as diferentes edições do Uol TAB:

Figura 4

Captura de tela da página “Edições” do portal Uol



<https://tab.uol.com.br/edicoes/>

Dando continuidade à sequência linear da reportagem hipermídia, o usuário é convidado a conhecer a segunda parte da reportagem. É preciso clicar no link, que direciona a uma nova página, com o mesmo layout da anterior, cujo subtítulo é “Oi, sumida & tédio”. Tal qual a primeira parte, a introdução fica por conta da HQ animada, cuja narrativa evidencia o tédio da personagem e a mediação do sexo via aplicativos de mensagens, como o WhatsApp. Após mais quatro parágrafos textuais, nos quais aborda-se a “normalização” do sexo mediado por celular no momento pandêmico, surge o primeiro elemento multimídia audiovisual da reportagem: uma entrevista em vídeo com o antropólogo Michel Alcoforado.

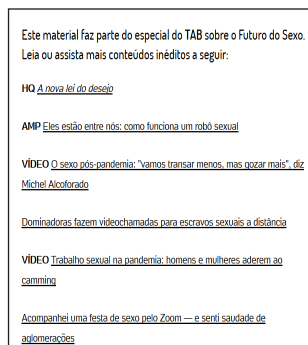
A entrevista, no entanto, é um trecho de menos de um minuto de um material maior, cuja chamada está em hiperlink na própria reportagem. Para acessar a íntegra, basta clicar no link, que abre uma nova janela para acessar a matéria “O sexo pós-pandemia: ‘Vamos transar menos e

gozar mais’, diz antropólogo”. Alcoforado é um dos colunistas do Uol TAB. No vídeo, de 6’28”, aborda-se sobre o sexo durante o isolamento social a partir de um olhar antropológico. As falas de Michel são “cobertas” com imagens da edição do TAB em questão, o que também indica que o material foi feito exclusivamente para estender o conteúdo da reportagem hipermídia – uma estratégia transmidiática de comunicação.

Todos os conteúdos feitos com o objetivo acima estão disponíveis em outros ambientes – ou seja, não internamente à reportagem hipermídia – e a construção transmidiática da reportagem é explicada ao final de cada conteúdo independente:

Figura 5

Captura de tela de trecho final da reportagem sobre Michel Alcoforado, publicada pelo Uol TAB.



<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/08/03/o-sexo-pos-pandemia-vamos-transar-menos-e-gozar-mais-diz-antropologo.htm>

Voltando à análise dos elementos que tornam a reportagem hipermídia “O Futuro do Sexo” também transmídia, logo após o trecho da entrevista de Michel Alcoforado, uma nova seção surge na tela, com o subtítulo

“Bloco do Zoom sozinho: a febre das festas virtuais”. A HQ animada mostra a personagem principal se arrumando para uma festinha on-line com direito a amigos e DJ. Ela recebe bebidas em casa, dança e se diverte com os amigos, mas cada um em sua casa. Após um tempo, se dá conta de que cansou desse tipo de festa mediada pelo computador.

Seis parágrafos de texto e dois hipertextos dão continuidade à informação, desta vez abordando o uso de ferramentas como o Zoom para trabalho, festas e orgias mediadas pelo computador. Os dois hipertextos direcionam para duas matérias distintas que integram conteúdos à reportagem hipermídia. Um deles dá acesso ao texto “Suruba pelo Zoom: em tempos de Covid-19, grupos ‘afetivos’ vão além do sexo”, de autoria de Carolina Apple, repórter freelancer, que foi produzida em 30 de abril de 2020, quatro meses antes de “O Futuro do Sexo” ser divulgada.

Já a outra reportagem, “Acompanhei uma festa de sexo pelo Zoom -- e senti saudade de aglomerações”, escrita por Marie Declercq, do TAB, é um relato em primeira pessoa da experiência da repórter em participar de uma orgia on-line. A “festa” em questão, no entanto, ocorreu em 30 de maio, três meses antes da publicação da reportagem hipermídia, o que evidencia que um especial transmídia do tipo não é produzido de uma hora para outra. Para que a expansão de conteúdo ocorra de maneira qualitativa, é essencial que o tema venha sendo trabalhado previamente, com linguagens, propostas e formatos diferenciados, a fim de ultrapassar o caráter hipermídia da reportagem para se chegar a uma verdadeira estratégia jornalística de transmidiação.

A terceira parte de conteúdo também se inicia com a HQ animada, desta vez narrando as dificuldades financeiras da personagem principal que, em determinado momento, decide tirar a roupa em frente à

webcam para “ganhar um trocados”. Apenas quatro parágrafos de texto seguem a partir da HQ, e neste trecho, há três hipertextos. O primeiro deles direciona a uma matéria de fevereiro de 2020 sobre o trabalho “on-demand” de profissionais do mundo da pornografia. Sob o título “A ‘uberização’ do pornô: influencers do sexo estão mudando o mercado adulto”, a repórter Marie Declercq esmiúça como o mercado do sexo está mudando em tempos de digitalização e aplicativos. O fato de ter sido publicada em 2020 e adicionada à narrativa da reportagem “O Futuro do Sexo” também é um indicador de que o tema vinha sendo trabalhado pela equipe de forma a acumular conteúdos relacionados ao mote central da reportagem.

O segundo hipertexto direciona para uma reportagem produzida também por Declercq, sobre sadomasoquismo. Esta, entretanto, data de agosto de 2020, o que pode indicar que fora feita exclusivamente para contribuir com a reportagem hipermídia. Sob o título “Dominadoras fazem videochamada para escravos sexuais a distância”, aborda-se como os adeptos do sadomasoquismo vivenciam suas experiências sexuais durante a pandemia.

O terceiro hipertexto chama para a visualização na íntegra da entrevista com a dominadora e antropóloga Paula Antropoalien. Na reportagem, tal como o trecho do antropólogo Alcoforado, a fala de Antropoalien é bem curta, não chegando a um minuto. Na íntegra, o vídeo de Paula tem 7’02” de duração.

Na sequência, outra narrativa visual em HQ animada aparece, mostrando a personagem principal utilizando um aplicativo de paquera e encontros, como o Tinder. Dois parágrafos de texto conduzem a reportagem para a abordagem da carência sentimental na quarentena: e o

aprofundamento pode ocorrer se o usuário acessar os dois hipertextos ali presentes. Um deles direciona para a matéria “Bateu a ‘carentena’? Como a neurobiologia explica a atração sexual”, publicada em maio de 2020 por Luiza Pollo, repórter freelancer do TAB, e o outro abre uma reportagem hipermídia publicada pelo TAB em novembro de 2018, denominada “A métrica do desejo”. Neste caso, percebe-se que afora os conteúdos produzidos especialmente para expandir o universo temático sobre o futuro do sexo, os editores do TAB souberam utilizar também conteúdos correlatos ao tema, produzidos em outro contexto e com outros objetivos, mas que contribuíram para a criação de um conjunto temático de conteúdo.

Figura 6

Captura de tela de reportagem publicada pelo Uol TAB.



<https://tab.uol.com.br/edicao/relacionamento-desejo/>

Finalmente, na quarta e última parte da reportagem hipermídia, a protagonista da HQ animada surge em cenas que indicam que ela sucumbe ao desejo e se encontra com uma mulher – conhecida por aplicativo – para transar. Depois do ato, a protagonista se culpa por medo de ter sido contaminada com o vírus Covid-19.

Dois parágrafos textuais falam sobre situações semelhantes. Neste curtíssimo trecho, há quatro hipertextos, que serão tabulados abaixo para melhor compreensão:

Tabela 2

Hipertextos externos à reportagem.

	Hipertexto 1	Hipertexto 2	Hipertexto 3	Hipertexto 4
Título	‘Corona de férias’: foliões da quarentena ostentam selfies em festas	Pandemia: “santa ceciliers” fiscalizam e vão pedestres do Minhocão	Por que tem gente furando a quarentena pra transar - e por que isso é ruim	‘Não é clima de festa’: hotel-sauna gay reabre em meio à pandemia
Autoria	Ana Carolina Soares	Marie Declercq	Tiago Dias	Marie Declercq
Regime de trabalho	freelancer	Repórter da equipe	Repórter da equipe	Repórter da equipe
Data de publicação	9/6/2020	27/3/2020	13/5/2020	25/7/2020

Elaborada pela autora.

A abundância de hipertextos que direcionam para matérias externas, neste trecho final da reportagem hipermídia, está ligada ao tema tratado nestes parágrafos: as escapadelas durante a quarentena. Como muitas notícias relacionadas a isso foram produzidas em momentos diferentes da pandemia – de março até à data de publicação da reportagem – é possível deduzir que tais materiais foram produzidos aleatoriamente, conforme critérios de noticiabilidade diversos, e então, posteriormente, foram relacionados ao especial transmídia.

A reportagem é finalizada com o trecho final da narrativa em HQ, que mostra a protagonista deitada em sua cama, com olhar fixo para cima. Ao lado, seu celular indica que está recebendo várias mensagens,

que ficam à espera de sua leitura. Dois parágrafos textuais encerram o conteúdo da reportagem, com a fala de Jairo Bouer, médico psiquiatra, e de Michel Alcoforado, antropólogo.

Na finalização, bem como em todos os inícios de páginas, é mostrado o menu principal de navegação, com as quatro partes da reportagem descritas. O último elemento da reportagem são os créditos de produção. A partir dos créditos, é possível notar que diversos profissionais, de funções e especialidades também distintas, trabalharam no especial transmídia:

Reportagem e texto: Marie Declercq e Tiago Dias

Edição: Olívia Fraga

Adaptação de roteiro e direção criativa da HQ: Carlos Farinha

Ilustração: Rodrigo Rosa

Edição de vídeo: Mariah Kay

Animação da capa: Leonardo Rodrigues

Direção de arte: René Cardillo

São oito pessoas creditadas ao final da reportagem, sem contar com os textos externos realizados por profissionais freelancers. Essa constatação reafirma o caráter multidisciplinar e complexo de uma reportagem hipermídia que é também transmídia: vários agentes, em um espaço alongado de tempo de produção, atuam para que tudo se desenvolva da melhor maneira. A criação de universos temáticos, no jornalismo, requer todos esses elementos: mão de obra qualificada e multidisciplinar; planejamento e tempo de produção alongado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na contramão de teóricos e estudiosos que duvidam da existência de jornalismo transmídia, o estudo desta reportagem hipermídia mostra

que sim: a transmidialidade no jornalismo é possível. Não só possível, como também inovadora, ao oferecer ao usuário diversos conteúdos midiáticos em formatos e linguagens distintas, que se correlacionam e se complementam.

Devido ao tratamento recorrente de pautas relacionadas, ao fato de que repórteres que assinam a reportagem fizeram várias outras matérias sobre o assunto, bem como freelancers, pode-se deduzir que a equipe desenvolveu propositadamente um *mindset* voltado à temática do sexo durante a pandemia – e também sobre como seria o futuro do sexo. No entanto, *é preciso apontar uma limitação desta análise, pois não foi possível realizar entrevistas com os membros da equipe em tempo hábil para o fechamento deste artigo.*

Em relação à expansão do universo temático, elemento essencial em narrativas transmídia, pôde-se perceber uma mescla de criações especiais, feitas para a reportagem, e conteúdos correlatos trazidos de outros momentos de produção. Não há, entretanto, a expansão que se vê em narrativas transmídia ficcionais, nas quais grupos de fãs (*fandom*) produzem histórias paralelas ou peças de *fan art*, por exemplo. Obviamente, esse tipo de peça transmidiática possui claras diferenças em relação às produções ficcionais e de entretenimento. Não foram criados personagens e ambientações que possam suscitar a participação ativa de fãs – afinal, estamos lidando com jornalismo, preso aos fatos. Nem mesmo a personagem da HQ tem nome: sua história é apresentada, mas sem fazer menção a um perfil ou nome próprio.

Além de inovador, vale dizer que o jornalismo transmídia é também desafiador. Não são todas as empresas de mídia ou todas as notícias que possuem o potencial de serem transmídia. Reportagens hipermídia,

dossiês, webdocumentários e até mesmo podcasts podem ser transmidiáticos. O jornalismo *hard news*, factual, dificilmente seria. Mesmo assim, acredita-se que não seja impossível.

REFERÊNCIAS

- Anderson, K. (2017). *Beyond the article: frontiers of editorial and commercial innovation*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Universidade de Oxford.
- Dias, T. (2020). *No mundo de pouco contato, Rita Wu quer unir sexo e saúde com um vibrador*. UOL TAB. <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/08/03/no-mundo-de-pouco-contato-rita-wu-quer-unir-sexo-e-saude-com-um-vibrador.htm>
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência* (S. Alexandria, trad.). Aleph.
- Jenkins, H. (2009a). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday)*. Confessions of an Aca-Fan. <https://bit.ly/2tovyEm>
- Jenkins, H. (2009b). *Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. Confessions of an Aca-Fan*. <https://bit.ly/2tovS62>
- Larrondo Ureta, A. (2009). La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. *Comunicación y Sociedad*, XXII(2), 59-88.

- Mielniczuk, L. (2003). *Características e implicações do jornalismo na Web* [Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea]. <https://bit.ly/2dgL8wR>
- Murray, J. (2003). *Hamlet no holodeck. O futuro da narrativa no ciberespaço* (E. K. Daher, & M. F. Cuzziol, trans.). Itáu Cultural: UNESP.
- Renó, D. P. (2014). Transmedia Journalism and the New Media Ecology: Possible Languages. In D. Renó et al. (Org), *Periodismo Transmedia: miradas múltiples* (pp. 3-19). Uoc..
- Renó, D. P., & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Fragua,.
- Rost, A., & Bergero, F.. (2016). Apuntes teóricos sobre el periodismo transmídia. In A. Rost, M. T. Bernardi, & F. Bergero (Orgs.), *Periodismo transmídia. La narración distribuida de la noticia* (pp. 7-26). Publifadecs.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Segovia, K. Y., & Bailenson, J. (2009). Virtually true: Children's acquisition of false memories in virtual reality. *Media Psychology*, 12(4), 371-393.

NARRATIVA TRANSMÍDIA EM DESENHOS ANIMADOS: DE *GRAVITY FALLS* A *A CASA DA CORUJA*

Vicente Gosciola¹
Ingrid Schmidt²

1 INTRODUÇÃO

Os séculos XIX e XX foram extensivamente marcados pelo surgimento de novos meios de comunicação que remodelaram o comportamento da sociedade, como o cinema, a televisão e a internet. Esses meios rapidamente ultrapassaram sua função básica enquanto transmissores de informações, vindo a ser considerados como formas de entretenimento. Partindo de suas peculiaridades constitutivas, formam hoje aquilo que entendemos por “indústria midiática” — um modelo de produção e negócio baseado em comunicação, informação, arte e entretenimento

-
1. Pós-doutor pela Universidade do Algarve-CIAC, Portugal, Doutor em Comunicação pela PUC-SP., Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi e Líder do Grupo de Pesquisa CNPq Narrativas Tecnológicas.
vicente.gosciola@gmail.com
 2. Mestranda em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi. Linha de Pesquisa: Processos Midiáticos na Cultura Audiovisual.
contatoingridschmidt@gmail.com.
Projeto desenvolvido com apoio do PROSUP/INSTITUCIONAL - CAPES, EDITAL 001/2020.

para a grande audiência, uma derivação do conceito de “indústria cultural”³ proposto por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985).

Thomas Elsaesser (2018, p.184) acredita que tecnologias como o controle remoto, o videocassete, o equipamento de DVD, a internet e o telefone celular teriam redefinido o uso e a função das imagens em nossa sociedade. Entretanto, elas não representariam uma obsolescência do meio cinematográfico, mas sim imporiam um novo desafio, fazendo com que os conteúdos audiovisuais tivessem que se adaptar para uma nova realidade de consumo. A rápida adoção da internet no início dos anos 2000 teria proporcionado um cenário em que os consumidores são mais ativos e envolvidos com os conteúdos, contribuindo para a formação de uma verdadeira cultura de fãs. “A ubiquidade da internet permitiu que os fãs adotassem uma inteligência coletiva na busca de informações, interpretações e discussões narrativas complexas que convidam à participação e ao engajamento. (Mittell, 2012, p. 35). Com isso, as narrativas puderam – e tiveram - que se transformar para engajar a audiência e se destacar frente à crescente concorrência.

Em 2006, Mittell trouxe pela primeira vez o conceito de complexidade narrativa, definindo como “uma redefinição nas formas episódicas da narração em série (...) Recusando a necessidade de fechamento da trama em cada episódio, que caracteriza o formato episódico convencional” (Mittell, 2012, p. 36). Para ele, a complexidade narrativa “privilegia histórias com continuidade e passando por diversos gêneros.” (Mittell, 2012, p. 36). Para Mittell, as mudanças teriam demorado a ocorrer

3. O termo “Indústria Cultural” refere-se a um modelo de produção de arte e cultura que utiliza técnicas do sistema capitalista e se aproxima da ideia de produção em massa, tendo como objetivo o lucro e a manutenção do pensamento dominante.

porque a complexificação iria contra a lógica tradicional da indústria televisual que “assumia que a inconstância do público a narrativas seriadas semanalmente e as pressões relacionadas a direitos favoreciam a manutenção de episódios de *sitcoms* convencionais e de dramas processuais intercambiáveis.” (Mittell, 2012, p. 34).

Por mais que essas tecnologias não tenham sido o único fator que provocou o surgimento da complexidade narrativa, elas foram responsáveis por elevar o papel dos consumidores, transformando-os em fãs ativos e engajados que não só discutem e interpretam as narrativas, mas também produzem conteúdos relacionados a elas. “A televisão narrativamente complexa encoraja e às vezes até mesmo precisa de um novo modelo de engajamento do público.” (Mittell, 2012, p. 48). As narrativas complexas não podem mais se limitar ao meio televisual e devem se expandir para outros meios a fim de alimentar esses fãs engajados e curiosos e, dessa forma, se manterem “vivas”.

Mais recentemente, um novo meio de comunicação viria a remodelar mais uma vez as formas de se consumir conteúdo audiovisual: as plataformas de *streaming*. A tecnologia de transmissão contínua surgiu na primeira metade da década de 1990, mas ganhou força quando a *Netflix*, fundada como uma locadora digital de filmes e séries, passou a disponibilizar seu conteúdo *on demand* com um modelo de assinatura mensal. Em 2018, a plataforma lançou *House of Cards*, sua primeira série original, cuja primeira foi disponibilizada na íntegra. Surgiu, então, um novo modelo de consumo audiovisual denominado como “*binge-watching*,” que consiste em assistir os episódios de uma temporada obra seriada sem intervalo, de maneira contínua, sem a necessidade de esperar a semana seguinte. Esse novo modelo reconfigura as práticas de conteúdo

televisual não só porque a narrativa deve ser pensada de forma mais contínua e objetivando a renovação para a temporada seguinte, mas também porque esse modelo é intrínseco aos serviços de *streaming* e, portanto, possibilitam um consumo ainda mais personalizado, imediato e financeiramente acessível que a televisão.

No *streaming*, os fãs têm muito mais facilidade de pausar e rever os conteúdos que consomem em busca de pistas e informações extras, o que fortalece a construção de narrativas complexas como definidas por Mittell. Ademais, as plataformas têm acesso direto aos números reais de exibições dos episódios e, de acordo com a Vice-Presidente de Produtos Originais da Netflix, Cindy Holland (2019) os têm como base para definir a renovação ou o cancelamento de cada série. Dessa forma, o processo de re-visualização de episódios passa a ter uma importância ainda maior, e os criadores de conteúdo precisam adotar modelos narrativos que levem os fãs a assistirem mais de uma vez suas obras favoritas e, assim, colaborem para o crescimento dos números e a renovação da série.

2 A NARRATIVA TRANSMÍDIA E SUAS FERRAMENTAS

Em 2001, Henry Jenkins elaborou um modelo denominado “narrativa transmídia”, que consiste no ato de “comunicar diferentes tipos e níveis de informação narrativa, usando cada meio que melhor possa fazer para contar sua parte da história.” (Gosciola, 2019, p. 36). Apesar de o conceito de transmídia já vir sendo utilizado por outros autores em outros contextos, Jenkins foi o primeiro a uni-lo ao termo narrativa, continuando a utilizá-lo dessa forma em seus futuros trabalhos.

É intrínseca ao modelo transmidiático a existência de um conteúdo central em um meio principal que norteie todos os outros, enquanto os conteúdos complementares levam a audiência de volta para o principal. “Para criadores, a narrativa transmídia deve sempre apoiar e fortalecer a experiência da narrativa televisual. (Mittell, 2014, p. 255).

Posto isso, a narrativa transmídia coloca-se como uma possibilidade para os criadores de conteúdo televisual na atualidade, visto que contempla as necessidades de provocar discussões entre grupos de fãs, fomentando uma cultura participativa, e de convidar os espectadores a assistirem de novo aos conteúdos, elevando assim os números de audiência. Todavia, para que um conteúdo televisual possa utilizar uma narrativa transmídia de um modo que faça a audiência sempre retornar ao conteúdo central, é preciso que os conceitos que McKee (2006) denomina de “elementos da estória” tenham como objetivo engajar os fãs com o universo ficcional para além da televisão. A estrutura, o ambiente, o gênero, a personagem e os significados da estória (McKee, 2006) devem refletir esse aspecto transmidiático por meio de ferramentas específicas que intensifiquem a experiência e o envolvimento da audiência.

Um exemplo destas ferramentas é o *easter-egg*, um termo originado da área da programação, onde “partes não essenciais de códigos eram incluídas em programas para nada além de marcar o trabalho de seu autor, mas que logo passou a ser aplicado a outros tipos de mídia para se referir a qualquer elemento que esteja mais ou menos em segredo sob a superfície.” (Clarke, 2012, p. 145). No meio cinematográfico, esse termo geralmente se refere a elementos extra-diegéticos que são incluídos em algumas obras de forma a dialogar com o espectador

e convidá-lo para uma investigação com informações para além das fornecidas aos personagens.

Por mais que o termo *easter-egg* tenha sido “emprestado” da programação na atualidade, a ideia de se colocar elementos extra-diegéticos em filmes a fim de que o espectador os procurasse enquanto assiste a obra é quase tão antiga quanto o cinema em si.

No início dos anos 1910, quando se dizia que o então chamado “cinema de atrações” daria lugar ao “cinema de integração narrativa”, um direto alemão, Joe May, iniciou uma moda de sucesso, apesar de curta, do que chamava-se de “Preisrätsselfilme”, ou “filmes-desafio-prêmio” como um subgênero do filme de investigação (de inspiração dinamarquesa), onde pistas eram plantadas sem serem reveladas até o final. Ao contrário, prêmios eram oferecidos aos espectadores que os identificavam. (Elsaesser, 2009, p. 16)

Entretanto, o modelo de narrativa transmidiática e as tecnologias contemporâneas reconfiguraram o conceito de *easter-egg*. Não se trata mais apenas de uma “caça ao tesouro” com um possível prêmio, mas sim de um mistério a ser desvendado que impacta diretamente na resolução da trama. O espectador é convidado a resolver o mistério junto ou mesmo antes que o protagonista. As comunidades de fãs na internet se transformam em verdadeiras agências de detetives, combinando as diferentes pistas e informações que identificaram para chegarem a uma solução conjunta antes que a revelação se dê em tela.

Elsaesser acredita que esse tipo de narrativa com *easter-eggs* que envolvem o espectador numa espécie de jogo podem ser classificadas como “Filmes de Jogo Mental e não meras narrativas complexas.” (Elsaesser 2009, p. 40) e que a narrativa complexa, de Mittell, seria apenas uma ferramenta utilizada pelos roteiristas e produtores para

“brincar” com as mentes dos espectadores. Ele define os Filmes de Jogo Mental como:

filmes que estão “brincando” em dois níveis: há filmes em que um personagem é feito de brinquedo, sem saber disso ou sem saber quem está brincando com ele (...) Então, há os filmes em que é a audiência que está sendo feita de brinquedo, porque informações cruciais são omitidas ou apresentadas de forma ambígua. (Elsaesser, 2009, p. 14).

Para Elsaesser, ao assistir esse tipo de série, os espectadores não se importariam em “serem feitos de brinquedo” (*being played games with*), mas na verdade gostariam da sensação, mesmo quando há reviravoltas que eles não conseguem prever. De fato, quando se trata de uma narrativa ficcional que busca engajar os espectadores de maneira transmidiática, faz sentido que o processo deva ser entendido como um jogo, e que os espectadores entendam e aceitem que estão participando de um desafio. Para isso, é preciso que eles levem a história e o mundo fictício da obra a sério e não a tratem totalmente como uma ficção.

Frank Zipfel (2009) compara a relação de um espectador com uma obra de ficção a um jogo de “caubóis e índios” de um grupo de crianças, em que seria necessário “fazer de conta” que aquilo é real para se ter um verdadeiro engajamento.

Uma característica dos jogos que é especialmente importante nas teorias de ficção é a “atitude dupla”. Por um lado, eles precisam que as pessoas se engajem no jogo – ou seja, levem o mundo do jogo a sério e se comportem de acordo com suas regras – e, por outro, as pessoas precisam manter uma noção de que o mundo do jogo é um mundo imaginário e não o mundo real ou verdadeiro. (Zipfel, 2009, p. 106)

Conclui-se, portanto, que para que uma narrativa transmidiática se expanda e engaje seus fãs por uma estratégia de Filmes de Jogo Mental, é necessário fazer com que eles se sintam parte daquele mundo. Uma vez motivados a resolver o mistério por conta própria, os fãs buscarão, pistas e informações nos conteúdos disponibilizados pelo estúdio em outros meios de comunicação.

3 O CASO *GRAVITY FALLS*

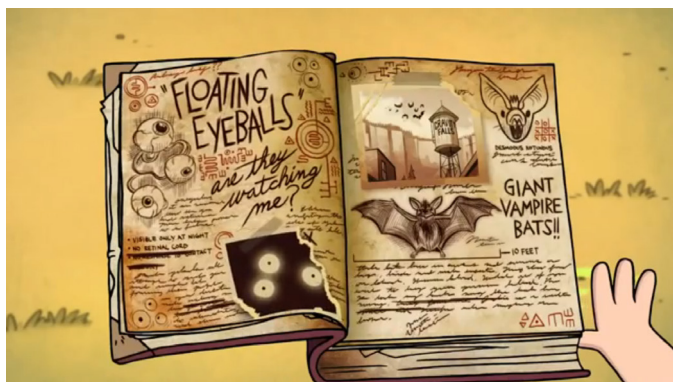
Tal como as séries televisuais passaram por mudanças cruciais, também os desenhos animados têm se reconfigurado e buscado implementar características que Mittell classifica como mais complexas. Durante o século XX, era comum que as animações possuíssem narrativas procedurais, apresentando episódios isolados com começo meio e fim. Era perfeitamente possível, por exemplo, que um personagem morresse em um episódio e reaparecesse no seguinte sem nenhuma explicação, e isto não era de se estranhar, pois a cada episódio era como se o universo da animação reiniciasse. Observou-se, contudo, na última década, o surgimento de desenhos com narrativas que se aproximam do nível de complexidade entendido por Mittell (2012), com tramas que se estendiam ao longo de temporadas e mistérios que movimentavam os diálogos entre fãs na internet.

É nesse contexto que surgiu *Gravity Falls* (2013-2016), criado por Alex Hirsch e exibido no *Disney Channel*. O desenho acompanha os irmãos gêmeos Dipper e Mabel que chegam à cidade de Gravity Falls para passar o verão com seu excêntrico tio-avô Stanley em sua “Cabana do Mistério”. A estória já se apresenta como um mistério a ser revelado

desde o primeiro episódio, quando Dipper encontra um diário escondido na floresta, com o número 3 na capa, que revela vários segredos sobre-naturais da cidade, como olhos flutuantes que observam os habitantes ou morcegos-vampiros-gigantes.

Figura 1

Primeiras páginas do “Diário” 3



Aoshima, J. (Diretor). (2014). Gravity Falls [Seriado]. Los Angeles: Produtora Disney Channel, 2014. 1 DVD (130 min.), son., color

O autor do diário – cujo nome foi arrancado da folha de rosto – escreveu que foi à cidade de Gravity Falls a fim de estudar as anomalias que afetam a cidade, e alerta quem estiver lendo para “não confiar em ninguém.” A partir de então, alguns mistérios são estabelecidos tanto para os personagens quanto para os espectadores: quem é o autor do diário? O que aconteceu com ele? Por que não se pode confiar em ninguém? Por que essas anomalias afetam a cidade de *Gravity Falls*? Onde estão os diários 1 e 2? O mistério se intensifica na cena final do primeiro episódio, em que vemos Stanley, o tio-avô das crianças, abrindo uma passagem secreta em sua loja de artefatos e adentrando-a de maneira

suspeita, ao mesmo tempo que a narração de Dipper diz “Nosso tio-avô disse que não havia nada de estranho nessa cidade, mas quem sabe quais são os outros segredos que estão esperando para serem descobertos?”.

Figura 2

Stanley revela a passagem secreta.



Aoshima, J. (Diretor). (2014). Gravity Falls [Seriado]. Los Angeles: Produtora Disney Channel, 2014. 1 DVD (130 min.), son., color

A partir de então, o mistério se divide em duas partes, e os espectadores passam a ver uma camada que permaneceria escondida dos protagonistas. Stanley passa a ser um suspeito para quem assiste o desenho, mas não para Dipper e Mabel. Isso coloca os fãs à frente dos protagonistas na competição para descobrir todos os mistérios levantados no primeiro episódio e os incentiva a procurar mais pistas ao longo da obra para fomentar a investigação. Com isso, *Gravity Falls* passa a se encaixar em uma das definições de Elsaesser de Filme de Jogo Mental,

na qual “um protagonista participa em, ou testemunha, eventos cujas consequências lhe escapam: junto a ele, o filme pergunta: o que exatamente aconteceu?” (Elsaesser, 2009, p. 17).

Ainda nesse primeiro episódio, os criadores inseriram um elemento extra-diegético com o objetivo de fomentar ainda mais as investigações da audiência: um código secreto que é exibido nos segundos finais dos créditos do episódio. Esse elemento não faz parte da trama e não tem significado pelos personagens, funcionando, segundo Clarke (2012), como um diálogo direto entre o autor e os espectadores.

Figura 3

Código apresentado nos créditos do primeiro episódio de Gravity Falls



Aoshima, J. (Diretor). (2014). Gravity Falls [Seriado]. Los Angeles: Produtora Disney Channel, 2014. 1 DVD (130 min.), son., color

Essa mensagem havia sido criptografada utilizando a Cifra de César, uma técnica simples de criptografia em que cada letra do alfabeto corresponde a uma outra letra. Entretanto, para desvendá-lo,

seria preciso que os fãs soubessem quais letras equivaleriam umas às outras no contexto da série. A Cifra de César não foi a única técnica de criptografia utilizada na série. Ela aparece apenas nos seis primeiros episódios da primeira temporada, sendo substituída pela Cifra de Atbash⁴ nos episódios 7 a 13 e então pelo sistema A1Z26 nos episódios 13 a 20. A revelação de quais cifras estavam sendo utilizadas ocorreu no último episódio da temporada, quando Dipper e Mabel descobrem que há mensagens escondidas no diário que só podem ser lidas sob luz negra. Em uma cena muito curta, é possível ver uma página do diário que contém as três cifras. A partir disso, os fãs puderam descobrir o que estava escrito em cada frase. Algumas não tinham nenhum significado relevante, mas outras, como “Stan não é o que parece” (*Stan is not what he seems*) e “Bill está assistindo” (*Bill is watching*) funcionavam como pistas importantes sobre o andamento da trama, reforçando a ideia de que “esse modelo narrativo encoraja os fãs forenses com a premissa de eventuais revelações uma vez que todas as peças sejam colocadas juntas.” (Mittell, 2014, p. 273).

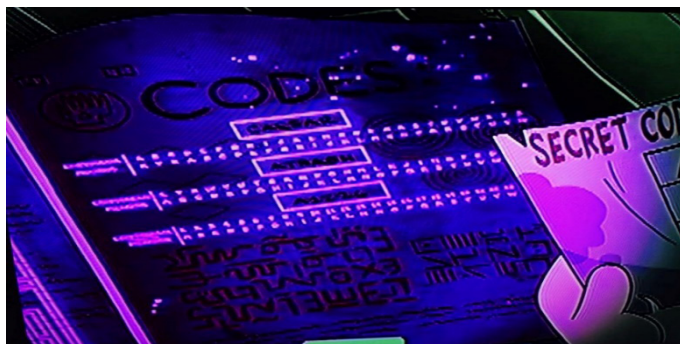
As tecnologias da época de exibição do desenho permitiam que os fãs interagissem de maneira mais direta com os conteúdos, podendo gravar episódios para assistirem quando quisessem e pausar em determinados momentos. Essas ferramentas, assim como os fóruns digitais e as redes sociais, foram essenciais para o desenvolvimento da narrativa transmidiática de *Gravity Falls*, uma vez que os fãs podiam pausar cenas específicas dos episódios para analisá-las e procurar pistas para

4. A Cifra de Atbash faz parte das cifras hebraicas, utilizadas em textos religiosos na antiguidade, como o livro do profeta Jeremias. Trata-se de um sistema de substituição no qual a primeira letra do alfabeto é trocada pela última, a segunda letra pela penúltima e assim sucessivamente

a resolução dos mistérios. Tendo isso em mente, os criadores não limitaram os códigos secretos aos créditos dos episódios, mas também os espalharam visualmente ao longo do desenho. Também foi criado um alfabeto próprio para o desenho, que compunha um quarto código, o “código do autor”, introduzido no 19º episódio. O *Disney Channel* então adotou uma estratégia verdadeiramente transmidiática e disponibilizou a decodificação do código em seu *website*, incentivando os fãs a buscarem informações em outro meio, mas ainda mantendo em vista o objetivo de reforçar a mídia central – a série televisual.

Figura 4

Cifras utilizadas nos códigos do desenho.



Aoshima, J. (Diretor). (2014). *Gravity Falls* [Seriado]. Los Angeles: Produtora Disney Channel, 2014. 1 DVD (130 min.), son., color

Dessa forma, ao final da primeira temporada do desenho, todos os códigos já haviam sido decifrados pelos fãs. Por conta disso, para a segunda temporada, os produtores adotaram uma estratégia que tornava mais difícil decifrá-los: as cifras muitas vezes eram combinadas entre si, necessitando utilizar duas ou três diferentes para resolver um

único código. Além disso, foi introduzido o quinto sistema, a Cifra de Vignére, uma série de cifras de César em que cada letra depende de uma palavra-chave fornecida pelo episódio. Os códigos secretos de *Gravity Falls* funcionavam de maneira transmidiática e não ficavam limitados aos episódios do desenho. Estavam presentes também em curtas lançados no canal do YouTube do *Disney Channel*, jogos *online* e *mobile*, no DVD da série e mesmo em livros que foram lançados após o fim do desenho.

Figura 5

Decodificação do “código do autor” de *Gravity Falls*



<https://bit.ly/34lICyf> Recuperado em 29 de abril, 2020

Na segunda temporada, foi introduzido um novo elemento. Após a sequência de abertura, um frame muito rápido a cada episódio, mostrava parte de uma imagem que ao ser completada trazia uma profecia sobre o retorno do demônio Bill Cipher e uma pista de como detê-lo. Essa pista consistia em um círculo com desenhos que representavam personagens específicos que os fãs deveriam encontrar. Alguns desenhos eram

um verdadeiro Filme de Jogo Mental, como proposto por Elsaesser (2009) e criasse uma espécie de caça ao tesouro transmidiática. O canal no YouTube The Roundtable destaca que “*Gravity Falls* não era um programa que você assistia, era uma experiência na qual você participava e uma comunidade da qual você se sentia parte.” (<https://bit.ly/2A347Yc>, recuperado em 29 de abril, 2020).

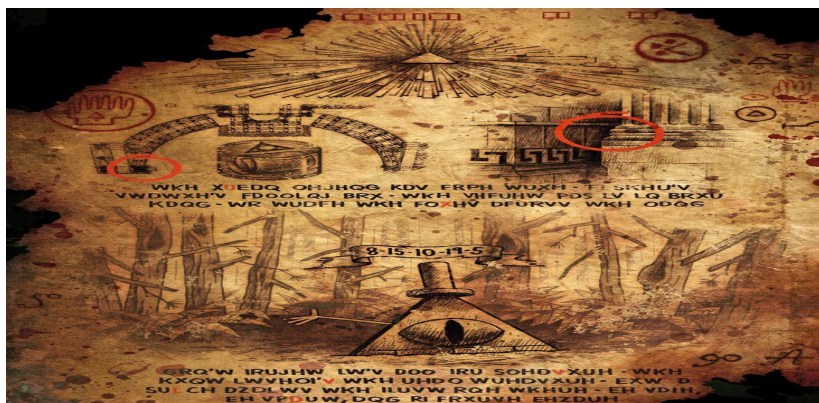
Assim como propõe o conceito de Filme de Jogo Mental de Elsaesser, *Gravity Falls* também deu pistas ambíguas que serviram para despistar os fãs da resposta verdadeira. Os códigos e algumas cenas da primeira temporada indicavam que o tio-avô dos protagonistas, Stanley, estava escondendo alguma coisa importante, e que, portanto, ele poderia ser o autor do diário. Na segunda temporada, foi revelado que o autor não era Stanley, mas sim seu irmão gêmeo Stanford, o dono original da “Cabana do Mistério”, que havia sido transportado para outra dimensão. Stanley havia, então, assumido o lugar do irmão – portanto, “não era quem parecia ser” – e passado os últimos anos tentando trazê-lo de volta. Essa reviravolta teve uma recepção positiva dos fãs, comprovando a ideia de Elsaesser de que, ao participar ativamente de um Filme de Jogo mental, eles não se importariam – e talvez até gostariam – de serem “feitos de brinquedo” pelo autor. Além disso, a revelação os motivou a procurar indícios da existência de Stanford em episódios anteriores, que de fato foram encontrados. Por exemplo: o personagem Stanford possui seis dedos em cada mão, assim como a mão na capa do diário e algumas luvas encontradas em seu laboratório, enquanto Stanley possuía apenas cinco.

Ao longo de três anos, os fãs de *Gravity Falls* foram convidados a decifrar códigos visuais espalhados pelos episódios a fim de desvendar

profecias sobre o futuro da trama junto com os protagonistas. Com o fim a série televisual, a investigação dos fãs ganhou um novo patamar por meio de uma verdadeira caça ao tesouro, realizada no mundo real, entre julho e agosto de 2016. Os créditos do último episódio do desenho traziam a imagem de uma estátua do demônio Bill Cipher e uma mensagem de que havia um “tesouro enterrado nas profundezas da floresta” e uma estátua “para além dos portões enferrujados”. No dia 20 de julho de 2016, essa mensagem se converteu em um ARG (*Alternate Reality Game*) denominado #CIPHERHUNT. O criador da série, Alex Hirsch, anunciou que a estátua de Bill estaria de fato escondida em algum lugar do mundo real e postou uma imagem em seu Twitter com dicas de como encontrá-la por meio de códigos espalhados em lugares públicos não só em vários estados dos Estados Unidos, mas também na Rússia e no Japão.

Figura 7

Parte da imagem postada por Alex Hirsch para anunciar a #CIPHERHUNT.



<https://bit.ly/3eUNs8a>, recuperado em 29 de abril, 2020.

Fãs ao redor do mundo se reuniram para desvendar os códigos e conseguiram encontrar a estátua. Junto a ela, havia um gravador com uma mensagem em áudio na voz de Stanley. A gravação estava invertida, e quando colocada na ordem certa, revelava ser uma mensagem de parabenização a quem completou a busca. Contudo, os fãs começaram a especular que a mensagem em si seria um código do demônio Bill Cipher, preso na mente de Stanley após o fim do desenho, uma vez que ela começava com a letra de “*We’ll Meet Again*” (Vera Lynn, 1939), a mesma canção que Bill havia cantado no episódio final da série.

Figura 8

Fãs de Gravity Falls com a estátua de Bill Cipher.



<https://bit.ly/30mf8if>, recuperado em 29 de abril, 2020

Mesmo depois dessa grande caça ao tesouro no mundo real, a narrativa transmidiática continuou a se estender para outras mídias, com o lançamento de livros e quadrinhos que não só recontavam acontecimentos da série, mas também complementavam a trama com histórias próprias e informações inéditas dialogando com a ideia de que as narrativas transmidiáticas “buscam estender a ficção canonicamente, explicando o universo com uma precisão coordenada e, possivelmente, expandindo o conhecimento do mundo da história.” (Mittell, 2014, p. 273). Alguns deles possuíam leituras interativas que permitiam que o leitor chegasse a diferentes finais com base em suas escolhas, ressaltando o aspecto de jogo dessa narrativa transmidiática.

Elsaesser (2009) acreditava que a narrativa complexa de Mittell (2012) era capaz de atingir apenas um público nichado, mas engajado. Entretanto, *Gravity Falls* provou que é possível ter uma narrativa extremamente complexa e ainda assim envolver uma grande audiência, tendo se mantido presente em diversos meios anos após o encerramento da série televisual, e tendo sido nomeada como uma das melhores séries da década por veículos relevantes do meio. *Gravity Falls* não só reformulou completamente o conceito de *easter egg*, mas também traçou um novo caminho para uma categoria de desenhos animados com narrativas transmidiáticas e jogos mentais, que já começa a ser observado nas produções mais recentes do *Disney Channel*.

4 UMA NOVA ERA?

Em janeiro de 2020, o *Disney Channel* estreou nos Estados Unidos o desenho *A Casa da Coruja* (*The Owl House*). A trama gira em torno

da jovem Luz Noceda, que é transportada para a dimensão das Ilhas Escaldadas, um mundo mágico onde bruxas, demônios e outras criaturas são reais. Luz é recebida pela bruxa Eda e seu amigo demônio King, e decide passar as férias de verão lá para aprender magia. A animação tem, desde sua concepção, fortes relações com *Gravity Falls*: a criadora e *showrunner* Dana Terrace não só trabalhou no time de arte de *Gravity Falls*, mas também está em um relacionamento com o criador do desenho, Alex Hirsch. Alex, por sua vez, dá voz a dois personagens do elenco principal de *A Casa da Coruja*, como já havia feito em *Gravity Falls* com os irmãos Stanley e Stanford, e o demônio Bill Cipher. Além disso, muitos dos membros da produção de *A Casa da Coruja* vieram de *Gravity Falls*.

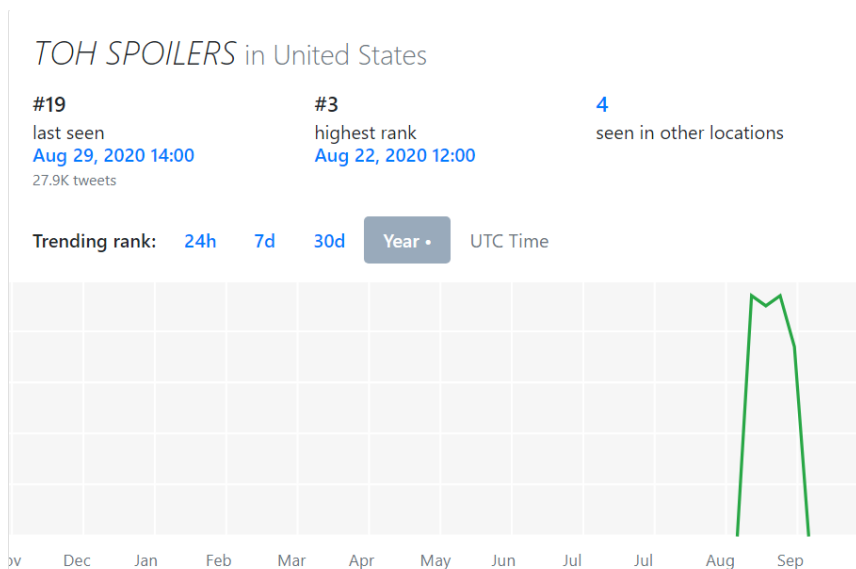
Todavia, a conexão entre esses dois desenhos vai além de uma equipe e um estúdio em comum. Desde o começo, o desenho já apresenta mistérios a serem desvendados pelos espectadores, como uma maldição de origem desconhecida que transforma Eda em demônio, uma nova forma de se fazer magia que é descoberta por Luz, e a real identidade do Imperador Belos, que governa as Ilhas Escaldadas de forma ditatorial. Em seus primeiros episódios, *A Casa da Coruja* já apresenta um código próprio, baseado no alfabeto fonético. O código, que foi decifrado logo pelos fãs por meio do site Fandom (<https://bit.ly/3dRhslH>), traz uma profecia sobre as irmãs Eda e Lilith, que viria a ser concretizada no episódio final da temporada.

Gravity Falls foi lançado em 2013, o mesmo ano em que a Netflix lançou sua primeira série original no modelo de *binge-watching*. Na época de sua exibição, por mais que os ambientes de fóruns digitais já fossem bem desenvolvidos e amplamente utilizados para discussões pelos

fãs, havia limitações no que dizia respeito à interação com o conteúdo propriamente dito. Com episódios lançados única e exclusivamente na televisão, os fãs precisavam recorrer a meios ilegais ou aguardar o lançamento dos DVDs para poder estudar os episódios minuciosamente e assim encontrarem os códigos produzirem suas próprias hipóteses sobre o desenrolar da trama.

Figura 9

Resultados do termo “TOH Spoilers” no Twitter.



<https://bit.ly/3jnvctf>, recuperado em 9 de outubro, 2020.

A Casa da Coruja, entretanto, nasce em um contexto no qual as plataformas de *streaming* são muito mais presentes utilizadas. Segundo o site Fortune, hoje, nos Estados Unidos, mais pessoas pagam por serviços de *streaming* do que por televisão por assinatura (<https://bit.ly/3jnvctf>).

ly/2HxafuY). Os episódios de *A Casa da Coruja* são lançados primeiramente no aplicativo *Disney Now*, sempre à meia noite, estreando na televisão horas depois, durante o horário nobre do *Disney Channel*. Esse modelo de lançamento permite que os fãs assistam aos episódios no momento que quiserem e podendo fazer as pausas necessárias para análises, intensificando, assim, a velocidade com que as discussões acontecem. Um reflexo do sucesso dessa estratégia foi o termo “TOH SPOILERS” (*The Owl House Spoilers*, ou Spoilers de A Casa da Coruja) ter ocupado altas posições nos assuntos mais comentados do Twitter durante toda a exibição da segunda metade a primeira temporada do desenho.

Ainda não há nenhum anúncio oficial de publicação de livros ou quadrinhos de *A Casa da Coruja*, mas a Disney disponibilizou um jogo temático do desenho em seu *website* no intervalo entre as duas partes da primeira temporada. É possível entender esse lançamento como um reflexo do modelo *binge-watching* que, por mais que não se aplique a esse desenho em específico, reforça a necessidade de se preencher lacunas entre os períodos de lançamento de episódios a fim de manter os fãs engajados com a obra. O jogo “*Witch’s Apprentice*” além de cumprir essa função, trazia 19 “reliquias” que representavam cada um dos episódios da temporada, funcionando, assim, como pistas para as investigações dos fãs sobre os episódios que ainda estavam por sair, e fomentando as discussões online.

Apesar da queda na audiência dos episódios na televisão na segunda metade da temporada, o engajamento online cresceu e se manteve mesmo após a exibição do episódio final: em Setembro, a criadora Dana Terrace fez uma sessão de perguntas e respostas no Reddit (<https://>

bit.ly/3dNpFYa, recuperado em 9 de outubro, 2020) – site utilizado pelos fãs para suas discussões – e obteve mais de cinco mil comentários em um intervalo de duas horas e meia. Na semana seguinte, Dana fez uma transmissão ao vivo em seu canal na plataforma Twitch (<https://bit.ly/2TiR5M8>, recuperado em 9 de outubro, 2020) que alcançou mais de quarenta mil visualizações.

Todas essas informações colaboram com a ideia de que *Gravity Falls* estabeleceu um novo paradigma para os desenhos animados da Disney que pode também ser explorado por outros estúdios. Como se pode observar em *A Casa da Coruja*, as mudanças mais recentes no meio audiovisual, como o crescimento das plataformas de *streaming* e do modelo de *binge-watching* colaboraram para o fortalecimento da narrativa transmídia e apontam para um futuro de narrativas complexas não só em desenhos, mas em qualquer forma seriada de conteúdo.

REFERÊNCIAS

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento*. \ Zahar.
- Clarke, M. J. (2012). *Transmedia television: New trends in network serial production*. Bloomsbury.
- Elsaesser, T.(2009). The mind-game Film. In W. Buckland (Org.), *Puzzle films: Complex storytelling in contemporary cinema*. Wiley-Blackwell.
- Elsaesser, T. (2018). *Cinema como arqueologia das Mídias*. Ed. Sesc.

- Gosciola, V. (2019). Storyworld para o conceito de narrativa transmídia. In F. Irigaray, V. Gosciola, & T. Piñeiro-Otero (Orgs.), *Dimensões Transmídia*. Ria Editorial.
- Hirsch, A. (2018). *Gravity Falls: Lost legends: 4 all-new adventures!* Disney Press.
- Holland, C. (2019, março 11). Netflix Content Boss Cindy Holland Says SVOD In ‘Very Early Stages’, Talks Curation & Cancellations, Shares Viewership Data – INTV. Entrevistada por A. D’Alessandro. Site Deadline. Recuperado de <https://deadline.com/2019/03/netflix-cindy-holland-on-future-streaming-competition-1202573130/>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2. ed.). Aleph.
- Jenkins, H. (2007). “Transmedia storytelling 101.” In: Confessions of An Aca-Fan. <https://bit.ly/2YAI9G1>
- Lynn, V. (1953). *We’ll Meet Again*. Deca Music Group. <https://www.youtube.com/watch?v=8Nzy1cfnKh4>
- McKee, R. (2006). *Story: Substância, Estrutura, Estilo e os Princípios da Escrita de Roteiro*. Arte e Letra.
- Mittel, J. (2012). Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. *MATRIZES*, 5(2), 29-52. <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/337/pdf>

Mittel, J. (2014). *Strategies of Storytelling on Transmedia Television*. In M. L. Ryan, & J. Thon, J. (2014). *Storyworlds across Media: Toward a Media-Conscious Narratology*. University of Nebraska Press.

Rowe, J. (2016). *Gravity Falls: Dipper and Mabel and the Curse of the Time Pirates' Treasure!: A "Select Your Own Choose-Venture!"*. Disney Press.

Renzetti, R., (Produtor). Aoshima, J. (Diretor). (2014). Gravity Falls [Seriado]. Los Angeles: Produtora *Disney Channel*, 2014. 1 DVD (130 min.), son., color

The Roundtable (2020, Fevereiro 23). *How Gravity Falls Transcended Animation*. [Arquivo de Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=bl27_-bOqgU&t=378s

Zipfel, F. (2014). Fiction across Media: Toward a Transmedial Concept of Fictionality. In M. L. Ryan, & J. Thon, J. (2014). *Storyworlds across Media: Toward a Media-Conscious Narratology*. University of Nebraska Press.

TRANSMEDIACILINA: COMBATE SÍNTOMAS DE PANDEMIA

Otniel López Altamirano¹
Wendy Montes Ponce²

El brote epidémico que estallara en Wuhan (China) durante el 2019 y que rápidamente se disipó entre los grandes centros urbanos alrededor del globo, visibilizó la interconexión entre diferentes ecosistemas que trascienden fronteras físicas y virtuales de nuestra contemporaneidad. Nos encontramos frente a un fenómeno internacional que nos obliga a entender los diferentes actores que en él intervienen y se afectan: el actor económico- comercial, el social- laboral, el político, el ecológico, el educacional, el sanitario y el que traemos aquí para análisis, el informativo- mediático; entre otros más que se desdoblan a partir de los antes mencionados. Si bien, el virus SAR- CoV- 2 (COVID-19) es el que acapara mayores reflectores en este cruce de discusiones, no es sino tan solo, el factor disruptivo que ha obligado a replantear las actividades, así como las formas de pensar inherentes a una sociedad globalizada.

A lo largo de la historia, diversas civilizaciones sufrieron catastróficas crisis sanitarias que redujeron su tasa poblacional y que además fueron

-
1. Doctor en Diseño de Producto. Profesor e Investigador en la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, México.
otniel.altamirano@gmail.com
 2. Doctora en Arquitectura. Profesora e Investigadora en la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, México.
draarqwendymontes@gmail.com

determinantes sobre los procesos de transformación social. Cabe destacar, que cualquier pandemia significa la propagación mundial de una nueva enfermedad y su gravedad puede cambiar con el tiempo y ser distinta en diferentes lugares y poblaciones. Una constante que identificamos en todo evento de contingencia ha sido la presencia de plataformas mediáticas híbridas tanto análogas, digitales y presenciales, empleadas como herramientas en el combate y prevención de catástrofes naturales, de violencia y de tipo sanitaria.

A partir de lo arriba mencionado, entendemos que toda crisis local-global, significa un desequilibrio entre los elementos que conforman un ecosistema, desencadenando una serie de repercusiones en retrocesos, pero también en avances significativos. Un fenómeno disruptivo en la historia fue la peste bubónica, misma que acabó con el feudalismo e impulsó el Renacimiento europeo en el que surgiría la imprenta, lo que permitió la producción en masa de libros en el mundo occidental, este hecho a su vez ayudó en la difusión de ideas cada vez más rápido en un periodo de florecimiento artístico, tecnológico, científico, cultural, religioso y social. De modo que, esta renascencia dice McLuhan (2012) “surge como un efecto entorpecente de un evento espectacular, es un efecto colateral de una acción o evento que ocurre de la precipitación de otros lugares. Por tanto, algunas nuevas tecnologías entran en escena y radicalmente remodelan la percepción”.

Bajo un análisis descriptivo discutimos la presencia, función y aportes de algunos medios de comunicación durante eventos de contingencia sanitaria, reflexionamos sobre el papel que hoy la transmedia ocupa en acciones frente a los actuales escenarios de la pandemia en el que algunas plataformas mediáticas toman nuevas dimensiones para volverse

esenciales, permitiendo que surjan espacios, grupos organizados y producciones en los que dialogan e interactúan sus mismos participantes, a través de datos y contenidos informacionales para mitigar los efectos generados por este tipo de crisis global.

PANDEMIA

Según la OMS (2020) se le llama pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad y su gravedad puede cambiar con el tiempo y ser distinta en diferentes lugares y poblaciones. En ese mismo sentido, sus futuras valoraciones dependerán de uno o varios factores, tales como: cambios del virus; vulnerabilidades subyacentes, o limitaciones de las capacidades en los sistemas de salud.

Tal fue el caso del combate a la viruela, que con frecuencia representó manifestaciones epidémicas, “descrita por diversos observadores como sinónimo de miseria, muerte y desolación, llevó a que las autoridades civiles y eclesiásticas procuraran contener su propagación con la imposición de rígidos cordones para mantener en aislamiento forzoso a los enfermos”, argumenta Agostoni (2011). En su misma investigación, esta autora apunta que una vez ya elaborada la vacuna para erradicar el virus patógeno, emergieron desafíos en la Nueva España (México), uno de ellos, fue la frecuente negativa y resistencia del público para recibir dicha vacuna, siendo este un importante reto a vencer para generaciones de funcionarios sanitarios y médicos diplomados, en subsecuentes campañas de vacunación durante los años de 1880 a 1940.

El Día de la Vacuna, formó parte de las actividades de la Semana de Salubridad, la cual buscó dar a conocer las virtudes de esta y

aplicarla al mayor número de capitalinos, además de informar al público en general sobre las consecuencias que sobrevendrían en la niñez no vacunada. (Agostoni, 2011. p. 464)

Las estrategias de las campañas de vacunación y educación en higiene se realizaron bajo diversos formatos, tanto audiovisuales, presenciales, así como híbridos. Entre los que se contemplaron: charlas informativas en espacios públicos; medios impresos como las notas periodísticas, los volantes y posters; del mismo modo el cinema proyectó películas al aire libre y en locales cerrados con títulos como “Viruela”, “Tifoidea”, “Qué es una enfermedad”, o bien, el documental producido por Disney “Defensa contra la invasión³”, lanzada en 1943.

Por otro lado, los profesores fueron invitados para participar en las tareas de convencimiento y persuasión, además, Agostoni (2011) enfatiza que, gracias al apoyo de los representantes de las comunidades indígenas locales, solicitaron que los llamados “cancioneros” dieran a conocer las bondades y virtudes de la vacuna por medio de canciones en la lengua indígena local.

Además de lo mencionado arriba, se implementaron mecanismos de persuasión informativa, así como, unidades móviles de atención médica para zonas rurales o de difícil acceso, las cuales podrían semejarse a consultorios sobre ruedas, con mobiliario, equipos básicos y farmacéutica, bocinas para perifoneo y proyección de filmes; en otras palabras, una plataforma móvil médica-audiovisual. Cabe mencionar que en ciertas comunidades rurales de México el “perifoneo” ya está

3.

constituido como una tradición entre el conocimiento colectivo, pues ha significado una efectiva herramienta informativa en la difusión de comunicados y avisos para los mismos habitantes locales.

Por tanto, la presencia de una amenaza de tipo sanitaria ha significado un giro disruptivo en toda actividad y comportamiento social, en la que los individuos se ven obligados a reconfigurar sus dinámicas y percepciones frente a un mundo cambiante. Ejemplo de ello lo describe Vicent (2016) quien atribuye que la peste bubónica fue una pandemia que asoló Europa en el siglo XIV. La trajeron desde Oriente las pulgas de las ratas que venían en los barcos de la ruta de la seda, de ese modo, la pandemia acabó con la mitad de la población europea. Este mismo autor, se apoya en la opinión de algunos historiadores sobre que esta peste acabó con el feudalismo e impulsó el Renacimiento.

TODA CRISIS TRAE UN RENACIMIENTO

El columnista Argullol (2020) defiende que tras la Peste Negra lo decisivo fue la atmósfera espiritual que se apoderó de la ciudad (refiriéndose a Florencia) y en el siglo XV, en ella se concentraría la mayor densidad de talento creativo que se ha dado nunca. Los artistas, lo llamaron Renacimiento. Este mismo hecho, dice Dickson (2017) marcó el florecimiento europeo en el arte, la arquitectura, la literatura, la ciencia, la música, la filosofía y la política (...) se le ha interpretado como la época que hizo que el mundo moderno fuera realmente moderno.

Un evento radical en la era de la comunicación se presentó a partir de la invención de la imprenta, la cual permitió la producción en masa de libros en el mundo occidental, a la vez que ayudó de maneras

incalculables sobre la difusión de ideas a gran velocidad. Además de ello, Martín Luther apeló a que la Biblia debía estar disponible no solo en latín, hablado por una élite, sino democráticamente disponible en los idiomas locales, permitiendo así la producción en serie de versiones basado en un mismo contenido. En consecuencia, Dickson (2017) apunta que “Esto aumentó las tasas de alfabetización, lo que significa que más personas tenían acceso a la educación y al nuevo pensamiento”. Johnson (2012) defiende que “A medida que los libros se volvieron más abundantes y económicos, podían ser adquiridos por cualquier persona (...) Eso preparó el palco para el Renacimiento, periodo de desarrollo artístico, científico, cultural, religioso y social que cubrió a toda Europa”.

Bajo esa misma perspectiva, McLuhan trae al frente la idea de lo que él llama “renascencia”:

Surge como un efecto entorpecente de un evento espectacular (...) es un efecto colateral de una acción o evento que ocurre de la precipitación de otros lugares. Algunas nuevas tecnologías entran en escena y radicalmente remodelan la percepción; de la misma forma en que un terremoto submarino puede repercutir en una onda de tsunami. (McLuhan. 2012, p. 12)

Lo que propone el autor arriba mencionado, es asimilar al movimiento renacentista, como un estado mental para en consecuencia, actuar sobre la transformación intrínseca que potencializará o bien, sintetizará el comportamiento intelectual, social y productivo como un nuevo estilo de vida, tal como Burgos (2014) lo entiende, “cualquier tecnología que modifique profundamente nuestra forma de interactuar con el mundo y sea incorporada a nuestro cotidiano, debe tener impacto en nuestro cerebro y, por consiguiente, en nuestra forma de pensar”.

Así entonces, Sampedro (2019) complementa lo anterior, apuntando que “la práctica científica implica cada vez más colaboración interdisciplinaria (...) tendremos que emplear a fondo todos los recursos cognitivos que tengamos a mano, incluidos los filósofos y los artistas. (...) tendremos que volver a ser personas del Renacimiento”.

DOSIS DE TRANSMEDICILINA

El detrimento a la fragmentación de grupos sociales posterior a una contingencia dice Moriset (2013), trae el surgimiento de espacios y grupos organizados como resultado a una demanda de profesionales independientes y autónomos por romper el aislamiento y formar un ambiente de convivio que favorece a reuniones y que fomenten la colaboración, así como la interacción. En esa misma línea de reconfiguración social y estructural, Flusser (2008) considera que la idea de un autor individual pertenece al pasado, la creatividad gana un nuevo sentido y es en ese, que la creación colaborativa viene ganando espacio en la contemporaneidad.

Por tanto, lo que proponen ambos autores es establecer dinámicas en las que dialoguen diversos lenguajes y saberes. Dado que, en esa medida el desarrollo creativo, así como el desarrollo social se verá enriquecido al adoptar un carácter de diversificación productiva.

Entre todo lo aquí descrito, un punto a destacar es el factor industrial, el cual busca dice Bonsiepe (2011), generar economías con productos de valor agregado (...) la industrialización es un medio indispensable para democratizar el consumo y permitir, a un amplio sector de la

población, el acceso a un universo de productos técnicos para mejorar la vida cotidiana en sus diferentes dominios.

Por tanto, de la yuxtaposición entre sociedad, información y tecnologías comunicacionales, surge la convergencia mediática, la cual se desdobra a través de un lenguaje complejo, integral y articulado denominado Transmedia. Campos (2012) entiende a la transmedia como “la forma en que el contenido se comporta entre diferentes ambientes. Es como si el contenido fuese un líquido que en vasos comunicantes y se adapta a los formatos de cada soporte”.

COMPONENTES ACTIVOS DE LA TRANSMEDIACILINA

Expansión y Profundidad- La expansión es determinada como el compromiso activo del usuario para hacer circular los contenidos a través de las redes sociales, virtuales y no virtuales. Por otro lado, la Profundidad entendida por el usuario- fan se refiere a buscar, zambullirse, intentar reunir todas las piezas que le permitirán tener una visión total de la historia y un conocimiento global de la misma.

Continuidad y Multiplicidad- La continuidad es entendida como la coherencia propia de todo texto; pues no por el hecho de ser compleja y fragmentada deja de ser una historia, una narración, un texto. Es un mundo interpretativo y participativo por los usuarios, que deriva en obras e interrupciones por parte de ellos, de su libertad, compromiso y conocimiento de la historia.

Inmersión y Extracción- En la inmersión, el usuario- fan ingresa al interior del mundo de la historia. Al contrario de la Extracción, el usuario exporta partes de la historia a la vida cotidiana, en donde los seguidores se visten con ropa de sus personajes favoritos. La extracción es interesante por la traslación online-offline, por tanto, se considera que esta es uno de los aspectos más relevantes de la transmedia.

Construcción de mundos- Un mundo narrativo, el mundo *storytelling*, ofrece la oportunidad de contar con una plataforma en que se envuelven diversos personajes y situaciones para ser desarrollados en cada una de las narrativas.

Serialidad- Historias contadas por fragmentos que permiten introducir tensiones, conflictos y expectativas en los usuarios-fans. Esta posibilita la extensión del tiempo en la narrativa. Es una cualidad muy vinculada con la narrativa digital fragmentada y de rápido consumo que posibilita y fomenta la internet.

Subjetividad- Un punto de entrada en la historia. Cada personaje es una posible identificación por los usuarios- fans. Esa característica podría y debería ser incluida en la construcción de mundos; por tanto, adquiere un valor fundamental en la narrativa.

Ejecución- Se refiere concretamente al aspecto del diseño, el mecanismo que hace a los usuarios involucrarse para generar comunidades y contenidos. Así también la realización de estrategias que se deben planear para que todo eso suceda. (Jenkins, 2009, online).

Los elementos aquí enunciados como “componentes activos” de la transmedia, tienen la capacidad de incentivar reacciones, esto como resultado de los estímulos a los que son susceptibles todos aquellos participantes inmersos en actividades proyectuales de contenidos informativos, interactivos, participativos, narrativos e incluso de entretenimiento.

A continuación, se presentan dos proyectos desarrollados durante la primera fase de esta pandemia. El primero de ellos surgió como una estrategia de entretenimiento narrativo soportada por Roald Dahl⁴ para la recaudación de fondos a modo *crowdfunding* destinada a *Partners*

4. <https://www.youtube.com/user/officialroalddahl>

In Health, la cual es una organización de atención médica sin fines de lucro con sede en Boston fundada en 1987.

La segunda producción ya existía años previos a la contingencia sanitaria en Kibera, una de las mayores concentraciones urbanas con rezagos en infraestructura, servicios e inclusión social en Kenia. Dicha producción lleva por nombre MapKibera, la cual es una fuente gráfica georeferencial con informaciones sobre el rastreo y medición de casos por Covid-19, disponible en formato digital para toda la población de Kibera.

Los proyectos aquí descritos, ambos atendieron en un mayor o menor alcance algunos de los elementos transmedia antes enlistados, con el objetivo de producir contenidos tanto de entre entretenimiento, así como, procesamiento de información sanitaria.

ENTRETENIMIENTO Y CROWFUNDING “*JAMES AND THE GIGANT PEACH*”- TAIKA & AMIGOS

Este proyecto contiene: Continuidad/ Inmersión/ Construcción de mundos/ Serialidad/ Subjetividad.

Los elementos que caracterizan a la tridimensionalidad narrativa con forme indica Jenkins (2009) fueron identificados algunos de ellos en el proyecto “*James and the Gigant Peach*”- Jim y el Durazno Gigante, presentado en Youtube durante la primera mitad del confinamiento en 2020.

Dicho proyecto fue reelaborado por el director y actor cinematográfico de origen neozelandés Taika Waititi, reconocido en el medio del entretenimiento por dirigir cortos y filmes, principalmente en los

Estados Unidos, entre los que se encuentran *Avengers Endgame* (2019), *Linterna Verde* (2011), *Jojo Rabbit* (2019), entre otros. Así, a partir del mes de abril de este 2020, Waititi en conjunto con el creador Roald Dahl desarrollaron la lectura de esta novela infantil.

Sobre la proliferación existente de lecturas y otras versiones narrativas en nuevas plataformas Landow argumenta lo siguiente:

Cuando uno piensa en la historia de la literatura antigua y de la cultura popular reciente, la figura del lector-escritor no parece en lo absoluto nueva, especialmente desde que la teoría de la cultura clásica y neoclásica urgió a los autores neófitos a aprender su oficio leyendo a los maestros e intentando conscientemente escribir como ellos. (...) Como cabría esperar el desarrollo de la *World Wide Web* ha estimulado aún más la lectura y uno puede encontrar muchas obras realizadas por lectores que quieren escribir -sus versiones- de los materiales publicados comercialmente. (Landow. 2009, pp. 29-31) Las obras de Internet, sin embargo, aparecen en un contexto muy diferente de aquel en el que surgen los libros impresos (...) pudiendo encontrar explicaciones de su mundo imaginario y listas de enlaces a relatos similares. En otras palabras, el vínculo hace inmediatamente visible a la comunidad virtual creada por esos lectores activos. (Landow. 2009, p. 32).

Además de ello, el mismo autor arriba complementa que “existen ya transliteraciones al hipertexto de poesía, de ficción y de otros materiales originalmente concebidas para la tecnología del libro”. Landow (2009).

Ejemplo de lo aquí mencionado se ilustra en la figura 1.

En cada uno de los episodios dirigidos por Taika Waititi se reunieron a destacadas figuras públicas del entretenimiento cinematográfico, de la música, al igual que de la Corona Inglesa, prestando sus voces e interpretaciones para cada personaje asignado en la novela. Un interesante punto para destacar es que cada uno de los participantes se localizaba

en diferentes localidades geográficas y horarios, así como, con variados acentos lingüísticos.

Figura 1

EP1: Chris Hemsworth, Liam Hemsworth y Nick Kroll junto a Taika Waititi para la lectura de James & the Giant Peach.



Roald Dahl HQ. <https://www.youtube.com/watch?v=29LDBdpNMRc>

La narrativa hipertextual claramente toma un amplio abanico de formas, que pueden ser mejor entendidas en ejes: 1) elección, intervención y potenciación del lector, 2) inclusión de textos extralingüísticos (imágenes, movimiento, sonido), 3) complejidad de la estructura de red, y 4) grados de multiplicidad y variación en elementos literarios tales como la trama, la caracterización, el formato. (Landow. 2009, p. 274)

Esta producción se desarrolló a partir de diversos recursos inmersivos o textos extralingüísticos como señaló antes Landow; tales como

la música, interpretada por el reconocido violinista Yo-yo Ma y Taika Waititi, sonidos ambientales alusivos a la trama, así como, la ilustración de personajes por Quentin Blake publicadas en el libro bajo el mismo título.

La salud pública no se limita solo a la salud física y psíquica, sino también a una salud de conocimiento y esparcimiento intelectual. Es así, que el proyecto “*James and the Gigant Peach*” se alineó con lo que Johnson (2012) propone sobre la creación de contenido y la autoexpresión digital por medio de la elaboración de un contenido de texto, de audio o de video, los cuales son componentes esenciales de una dieta de información saludable.

GEOINFORMACIÓN- MAP KIBERA

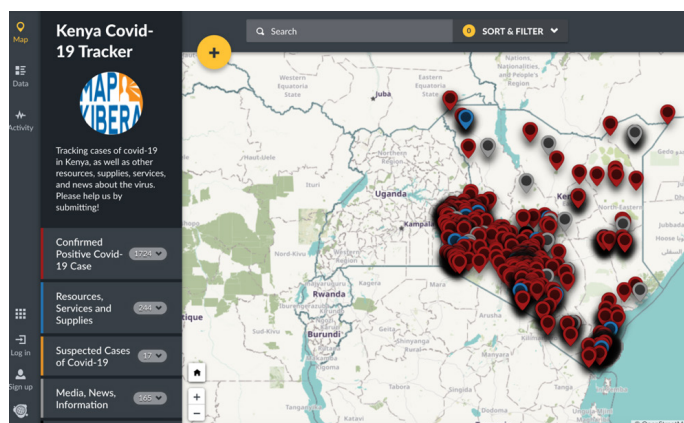
Este proyecto contiene: Continuidad y Multiplicidad/ Inmersión/ Subjetividad

Como en un inicio se explicó, Kibera es uno de los asentamientos más poblados y pobres en Nairobi, Kenia. El desarrollo del mapa geolocalizable surgió en 2009 empoderando a los jóvenes residentes de esta comunidad para crear el primer mapa digital en su localidad. Hoy en día este es un completo proyecto de medios e información ciudadana, en el que utilizan herramientas tales como mapas, SMS, blogs y video.

Al inicio de los brotes por Covid-19, Map Kibera extendió sus servicios incorporando el rastreo de casos en todo el país, ver figura 2.

Figura 2

Kenia rastreo de casos por Covid-19.



<https://kenyacovid19.ushahidi.io/views/map>

El contenido y morfología del producto Map Kibera presenta las siguientes características:

Noticias relacionadas e iniciativas clave en curso para ayudar a los ciudadanos. Este mapa tiene detalles sobre muchos recursos relacionados con Kibera y está trabajando con otras organizaciones con el fin de unir esfuerzos en todo el país para ayudar a prevenir la propagación del virus y abordar las dificultades de las restricciones sociales. (Hagen, 2020, online).

Cubrir los efectos de la pandemia en video y cómo esta afecta a las personas en Kibera; Compartir información y disipar rumores a través de su grupo de transmisión de WhatsApp. Los residentes están haciendo preguntas a KNN- Kibera News Network⁵- sobre el virus, y este comparte actualizaciones diarias referente a recuentos de casos y las últimas iniciativas gubernamentales, consejos de salud, recursos, etc. (Hagen, 2020 online).

5. <https://www.youtube.com/user/KiberaNewsNetwork>

La administración de contenido en este soporte informacional cruza y clasifica datos disponibilizandolos para su consulta en tiempo real, atendiendo a la demanda por parte de los usuarios que se interesan por suplementos referentes a su localidad, bajo un sistema de registro gráfico y en algunos casos audiovisual, tal como destacan los siguientes autores que entienden la estructura del mapeo informacional.

El mapa es definido como el – probablemente más sofisticado procedimiento para registrar, producir y transmitir conocimientos – Los mapas no reproducen la realidad: ellos no son instrumentos miméticos, pero hacen aparecer una nueva realidad. El proceso del mapeo incluye la - visualización, el registro, la presentación y la creación de espacios, utilizando recursos gráficos-. (Cosgrove, 1999 p. 1)

Por su parte Goddy (2000) defiende la opinión sobre que los mapas ofrecen “estructuras de datos y colocan a disposición herramientas para encontrar resultados, del mismo modo, sirven para presentar conocimientos en un espacio audiovisual, un espacio perceptivo dentro del cual se puede adquirir conocimientos y producir comprensión”.

CONCLUSIÓN

Como fueron aquí presentados, los componentes activos que contiene la Transmediacilina pueden reducir significativamente algunos de los efectos nocivos causados por el actual fenómeno global del SAR- CoV-2 (COVID-19), además de ello se sugiere el consumo de esta, frente a contingencias por cualquier otro tipo de evento que amenace al bienestar social. La estructuración transmedial viabiliza una mayor absorción de información procesada para todos aquellos usuarios y productores de

contenidos interesados en establecer un dialogo entre sociedad, medios de comunicación y principalmente información, tal como pudimos observar en los proyectos que se vincularon con instituciones profesionales dedicadas al combate de esta pandemia.

Ya sea desde el entretenimiento audiovisual hasta la visualización de datos georeferenciales, ambos proyectos sociales manifestaron el uso apropiado de la transmediacilina, la cual consideramos, potencializa el performance de los proyectos que se apoyan en herramientas comunicacionales análogas, virtuales o híbridas, de tal modo que recientemente las audiencias participan e interactúan en ecosistemas cibernéticos debido al actual confinamiento social.

La Organización Mundial de la Salud ha identificado a grupos sociales más vulnerables en su recuperación al haber contraído el virus, puesto que son aquellos con desordenes de tipo alimenticio, lo que lleva a entender que una dieta balanceada, además de un sistema inmune en optimas condiciones aumenta las probabilidades de una rápida recuperación del paciente. Al igual que en una dieta nutricional, la transmediacilina es indicada en el consumo de información mediática equilibrada y de calidad, las suficientes porciones transmediales enriquecen el desarrollo creativo y el intelecto colectivo, del mismo modo en que reduce los síntomas de infoxicación por datos distorsionados alrededor de la contingencia mediática informacional.

REFERENCIAS

Argullol, R. (2020). Renacimiento. *El País*. <https://elpais.com/cultura/2020-04-21/renacimiento.html>

Agostoni, C. (2011). Ciência & Saúde Coletiva. <https://www.scielo.br/pdf/csc/v16n2/v16n2a09.pdf>

Bonsiepe, G. (2011). *Design, cultura e sociedade*. Blucher.

Burgos, Pedro. (2014). *Conecte-se ao que importa: Um manual para a vida saudável*. Grupo Leyva..

Campos, E. (2012). *Meios e mensagens na aldeia virtual. Mídias locativas e transmídia: de que meios estamos falando?* Sulina. .

Cosgrove, D. (1999). *Mappings Reaction Books*..

Dickson, A. (2017). Key features of Renaissance culture. Library British. <https://www.bl.uk/shakespeare/articles/key-features-of-renaissance-culture>

Forbes Staff. (2020). La demanda de alimentos, muebles y electrodomésticos en internet crece por coronavirus. *Forbes Sitio*. <https://www.forbes.com.mx/la-demanda-de-alimentos-muebles-y-electrodomesticos-en-internet-crece-por-coronavirus/>

Flusser, V. (2008). *O universo das imagens técnicas*. Annablume.

Goody, J. 2000). *The power of the written tradition*. Smithsonian Institution Press.

- Hagen, E. (2020). Map Kibera's Response to Covid-19. *Map Kibera*. <https://www.mapkibera.org/blog/>
- Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. *Henry Jenkins*. http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Johnson, C. (2012). *A Dieta da Informação: Uma defesa do consumo consciente*. Novatec.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0 Teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Paidós Iberica.
- Moriset, B. (2013). *Building new places of the creative economy*. The rise of coworking spaces. <https://coworkinglibrary.com/publication/building-new-places-of-the-creative-economy/>
- McLuhan, E. (2012). On Renaissances (Renascença). *Meios e mensagens na aldeia virtual*, (12). Sulina.
- OMS. (2009). *Niveles de alerta de pandemia*. Organización Mundial de la Salud. https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently_asked_questions/levels_pandemic_alert/es/
- Sampedro, J. (2019). Regreso al Renacimiento. *El País*. https://elpais.com/elpais/2019/06/14/ciencia/1560520683_003578.html

Toribio, L. (2016). Temen regreso de la viruela; la población no está vacunada. *El Excelsior*. <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/11/13/1127939>

Vicent, M. (2016). Peste Negra. *El País*. https://elpais.com/elpais/2016/10/21/opinion/1477035598_244911.html

Índice Remissivo

A

audiovisual 39, 40, 41, 42, 44, 49, 50, 106, 177, 178, 184, 188, 190, 196, 233,
243, 245, 250, 255, 256, 260, 261, 263, 278, 290, 310, 316, 327, 328
Audiovisual 288

C

cine 148, 174, 250
Cine 122, 243
cinema 38, 40, 42, 79, 96, 197, 198, 204, 210, 269, 270, 288, 293, 310, 316
Cinema 38, 310
comunicação 16, 18, 22, 39, 47, 48, 55, 56, 59, 69, 78, 88, 92, 101, 102,
111, 117, 118, 198, 202, 203, 266, 267, 270, 271, 279, 288, 290, 295
Comunicação 4, 10, 15, 27, 58, 77, 96, 97, 98, 100, 151, 155, 196, 212,
266, 287, 288
convergência 77, 83, 84, 95, 96, 97, 100, 101, 102, 117, 266, 267, 269, 311
Convergência 100, 101, 119, 199, 211, 286
convergências 78, 84
coronavirus 329
coronavírus 17, 24, 27, 28, 29, 116, 273
Coronavírus 11, 36
Covid-19 16, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 74, 157, 280, 282, 322, 325,
326, 330

E

estruturas complexas 2, 4, 5, 11
Estruturas Complexas 4

F

fake news 61, 62, 69, 71, 72
Fake news 166
Fake News 72, 75

H

hipermedia 170, 171, 172, 177, 239
hipermídia 84, 98, 266, 267, 268, 272, 273, 275, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285
hipertexto 170, 171, 172, 266, 267, 274, 275, 281, 323
Hipertexto 171, 177, 283, 330

I

interactividad 140, 170, 171, 172, 173, 175, 177, 193

J

jornalismo 17, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 90, 93, 94, 95, 97, 98, 160, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 284, 285, 286, 287
Jornalismo 78, 82, 88, 95, 97, 98, 266, 271, 276

N

narrativas híbridas 78, 79
narrativas transmedia 141, 149, 150, 213, 215, 227, 250
Narrativas transmedia 194, 195, 227, 228, 240, 241, 265, 287
Narrativas Transmedia 150, 174, 211
narrativas transmídia 2, 4, 5, 10, 11, 17, 22, 84, 269, 270, 271, 275, 285
narrativa transmídia 17, 100, 101, 102, 103, 112, 117, 164, 205, 269, 270, 271, 272, 291, 292, 310, 311
Narrativa transmídia 100, 211
Narrativa Transmídia 4, 118, 211

P

pandemia 11, 12, 15, 16, 17, 23, 26, 32, 36, 37, 42, 47, 51, 54, 55, 56, 75,
116, 157, 158, 257, 259, 272, 274, 278, 279, 281, 283, 285, 314, 315,
317, 321, 326, 328, 330

S

semiótica 32, 41
Semiótica 18, 21
skam 113, 118, 119
Skam 118, 119

T

tecnologia 48, 56, 275, 276, 290
Tecnologia 24
tecnología 170, 176, 237, 249, 318, 323
Tecnología 243
tecnologias 62, 83, 86, 156, 268, 289, 290, 293, 299
Tecnologias 261
tecnologías 168, 169, 170, 171, 237, 248, 249, 314, 318, 320
Tecnologías 122, 149, 237
transmídiação 101, 103, 269, 272, 280

V

videoclipe 36, 38, 39, 40, 41, 42, 45, 46, 49, 50, 55, 57, 58
Videoclipe 56, 57
videoclipes 37, 39, 40, 42, 45, 57
Videoclipes 8

