

DIMENSÕES TRANSMÍDIA

Fernando Irigaray, Vicente Gosciola e Teresa Piñeiro-Otero (orgs)

Prefácio: Renira Gambarato



Dimensões Transmídia

Fernando Irigaray
Vicente Gosciola
Teresa Piñeiro-Otero
Organizadores

Prefácio Renira Gambarato



Ria Editorial - Comité Científico

Abel Suing (UTPL, Equador)
Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)
Andrea Versutti (UnB, Brasil)
Angelo Sottovia Aranha (Universidade Estadual Paulista – W, 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 Eugénia 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)

Dimensões Transmídia. Fernando Irigaray, Vicente Gosciola & Teresa Piñeiro-Otero (Orgs.). - 1a Edição - Aveiro: Ria Editorial, 2019.
475 p.

Livro digital, PDF.

Arquivo Digital: download e online
Modo de acesso: www.riaeditorial.com
ISBN 978-989-8971-15-9

© Prefácio Renira Gambarato

1. Transmídia. 2. Storytelling. 3. Comunicação. 4. Narrativa. 5. Estudos dos media.
I. Irigaray, Fernando. II. Gosciola, Vicente. III. Piñeiro-Otero, Teresa. IV. Título.

Copyright das imagens pertencem aos seus respectivos autores.

© Design 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, exibir, 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 pelo avaliador externo Dr. Osvando José de Moraes, que informou parecer positivo à publicação devido ao alto nível científico, textual, académico e editorial alcançado.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Autores

Ainara Larrondo Ureta
Ana Serrano Tellería
André Luiz Sens
Andrea Cristina Versuti
Camila Augusta Pires de Figueiredo
Cecilia Frontera
Chantal Arduini Amaya
Cláudia Vieira Barboza Sumikawa
Denis Renó
Denise Freitas de Deus Soares
Fabiana Piccinin
Fernando Irigaray
Juliana Fernandes Teixeira
Leonardo Corzo
Mariana Xochiquétzal Rivera García
Matheus Tagé Verissimo Ribeiro
Nair Prata
Samira de Souza Brandão
Sergio Ricardo Quiroga
Sérgio Roclaw Basbaum
Sônia Caldas Pessoa
Teresa Piñeiro-Otero
Vagner Bozzetto
Valquíria Aparecida Passos Kneipp
Valtemir dos Santos Rodrigues
Vanessa Cardozo Brandão
Vicente Gosciola
Yaiza Pozo Montes

Índice

PREFÁCIO

A Complexidade e Diversidade dos Supersistemas Transmidiáticos 13

Renira Rampazzo Gambarato

APRESENTAÇÃO

La Narrativa Transmedia está de Moda 20

Fernando Irigaray, Vicente Gosciola e Teresa Piñeiro-Otero

PARTE 1

TRANSMÍDIA DESDE A PERSPECTIVA DO ENTRETENIMENTO

Storyworld para o Conceito de Narrativa Transmídia 28

Vicente Gosciola

Iniciativas Transmídia para se Conectar com o Público Jovem: o
Caso da Rádio Pública de Televisão Basca (EITB) 51

*Yaiza Pozo Montes, Ainara Larrondo Ureta, Denise Freitas de Deus
Soares e Juliana Fernandes Teixeira*

O Roteiro Expandido: a Dinâmica de Dispersão e Convergência
Narrativa do Universo Cinemático Marvel 73

Matheus Tagé Verissimo Ribeiro

Entre o Rádio, a Televisão e a Internet: Fluxos Intermidiáticos e Narrativa Transmídia na Teledramaturgia Brasileira	99
<i>Nair Prata, Sônia Caldas Pessoa e Vanessa Cardozo Brandão</i>	

Relatos que se Expanden hasta tus Oídos. De la Radio a las Extensiones Sonoras de Mundos Transmedia.....	120
<i>Teresa Piñeiro-Otero</i>	

Os Diários, Perfis e Blogs de Personagens Televisivos como Ferramentas Transmídia.....	147
<i>Camila Augusta Pires de Figueiredo</i>	

Ideas Preliminares de un Plan de Trabajo de Tesis Doctoral sobre Ficción Transmedia en Argentina.....	168
<i>Chantal Arduini Amaya</i>	

PARTE 2

JORNALISMO TRANSMÍDIA

Jornalismo Transmídia: a Consolidação de um Formato de Notícias	187
<i>Denis Renó</i>	

Espécies Bastardas: Hibridismo e Transmidialidade em “Eu Sou Amazônia”	213
<i>Vagner Bozzetto e Fabiana Piccinin</i>	

A Narrativa Transmídia no Telejornalismo Brasileiro – as Novas Possibilidades	235
<i>Valquíria Aparecida Passos Kneipp</i>	

Filosofía del Periodismo Transmedia: Ideales, Lógica y Valores ...	261
<i>Ana Serrano Tellería</i>	

PARTE 3

LITERACIA TRANSMÍDIA

Escuela-Red, Interfax e Intertextual	289
<i>Sergio Ricardo Quiroga</i>	
Mundos Literarios Transmediados a través de la Promoción de la Lectura en la Era Digital	310
<i>Cecilia Frontera</i>	
Formação Docente Continuada e uma Proposição Metodológica para Práticas da Transmídiação	328
<i>Andrea Cristina Versuti, Cláudia Vieira Barboza Sumikawa e Valtemir dos Santos Rodrigues</i>	

PARTE 4

NOVOS TERRITÓRIOS TRANSMIDIÁTICOS

Design Transmídia: especificidades e Potencialidades	354
<i>André Luiz Sens</i>	
Oficios Creativos: Narrativa Transmedia y Antropología Visual....	370
<i>Mariana Xochiquétzal Rivera García</i>	
Territorialidad Expandida en el Documental Transmedia.....	390
<i>Fernando Irigaray</i>	

La Dinámica de las Interfaces, las Ciudades y el Tiempo. La Realidad Social como una Reproducción Transmedial Constante.....	413
<i>Leonardo Corzo</i>	
Narrativa Transmídia: a Performance “Eu Nasci Aqui”	435
<i>Samira de Souza Brandão e Sérgio Roclaw Basbaum</i>	
Autores.....	450
Índice Remissivo.....	465

Dimensões Transmídia

Prefácio

A Complexidade e Diversidade dos Supersistemas Transmidiáticos

*Renira Rampazzo Gambarato
Jönköping University, Suécia*

No início da década de 1990, Marsha Kinder (1991) empregou o termo *transmídia* no contexto do que ela denominou supersistemas comerciais de intertextualidade *transmídia*. Ela se referia às práticas promocionais envolvendo merchandising, adaptação, e franquias em meio ao discurso de comercialização massificada e de comodificação da indústria cultural, enfatizando a proliferação de produtos relacionados a sistemas comerciais tais como *Star Wars*, *Super Mario Brothers*, e *Muppets*.

A perspectiva de Kinder é discutida por Evans (2011), que ressalta o fato de que Kinder (1) especificamente usa o termo *transmídia* para designar processos de adaptação *crossplataforma* e marketing, e (2) estabelece que as motivações por detrás de supersistemas *transmidiáticos* estão intimamente entrelaçadas ao sistema econômico de Hollywood. Embora não negue o potencial de comodificação da *transmidialidade* argumentado por Kinder e outros autores como Kearney – que foca na noção de “*exploração transmídia*” (2004, p. 266) na qual a comercialização sobrepõe a integridade das histórias – Evans (2011)

claramente pontua que houve uma mudança significativa de paradigma nas práticas transmidiáticas. Essa mudança implica uma acepção muito mais complexa e enriquecedora de transmidialidade e, consequentemente, de narrativas transmídia.

A noção de transmidialidade envolve a prática abrangente da aplicação de variadas técnicas/tecnologias para contar histórias que pertencem a um mesmo universo narrativo, enquanto a essência da noção de narrativa transmídia [*transmedia storytelling*] – uma subcategoria de transmidialidade (Freeman, 2018) – é mais especificamente relacionada à expansão da narrativa no interior de um mesmo universo, usando diferentes formatos e tecnologias para oferecer ao público uma experiência potencialmente mais envolvente e significativa. Evans (2011, p. 19) acrescenta que *transmedia storytelling* “é o componente mais conhecido da transmidialidade” e Konzack (2017) reconhece que, apesar do aspecto econômico intrinsecamente conectado à dinâmica transmídia, para o público envolvido em supersistemas transmidiáticos há um aspecto ainda mais relevante: o investimento do seu tempo e da sua afetividade nesse tipo de narrativa. O autor considera que esse aspecto supera a mera comercialização de produtos transmidiáticos apregoada por Kinder e a variedade de capítulos apresentados nesse livro reenforça o quanto as práticas transmidiáticas evoluíram e avançaram nas últimas décadas.

Em meio à mudança paradigmática observada por Evans (2011), proponho desde 2012 que a relação entre narrativas transmídia e supersistemas complexos que experienciamos hoje está calcada na premissa de que narrativas transmídia são supersistemas aninhados compostos por sistemas (histórias, plataformas, experiências, etc.) e cada sistema tem seus respectivos subsistemas (por exemplo, no caso das histórias,

os subsistemas seriam personagens, cenários, temporalidades, gêneros, etc.) (Gambarato, 2012). Além desses componentes, os (super)(sub) sistemas contam com a importante relação entre os seus componentes e o ambiente. A partir da teoria geral dos sistemas (Bertalanffy, 1993; Bunge, 1960, 1979), temos que o ambiente corresponde àqueles que se relacionam com componentes do sistema. No caso de supersistemas transmidiáticos, entendo que o ambiente é composto pela comunidade de pessoas que compartilha os mesmos interesses de um dado universo transmídia. Outro fator fundamental é como essa comunidade se envolve com o sistema: de uma maneira participativa (sistema aberto) ou interativa (sistema fechado). Parece-nos ainda mais pertinente ressaltar no prefácio da obra *Dimensões Transmídia* a complexidade inerente aos sistemas, que também se traduz na diversidade dos capítulos aqui compilados.

A complexidade de um sistema está baseada na heterogeneidade dos seus componentes e nas diferenças em relação ao ambiente. Supersistemas transmidiáticos representam universos narrativos complexos, nos quais o conjunto de seus componentes estruturais em diálogo com o ambiente é maior que a soma das partes do sistema. Consequentemente, supersistemas transmidiáticos não estão isolados da complexidade social, cultural, econômica, e política na qual estão inseridos. Boni (2017) argumenta que a soma dos diferentes usos e interpretações no contexto de narrativas transmídia cria um resultado que excede o sistema original em tamanho, forma, intenções e direções, culminando na criação de um complexo universo narrativo.

Apesar de todo o potencial criativo, econômico, e cultural das narrativas transmídia em suas diversas dimensões exploradas nesse livro,

tais como nas esferas do jornalismo, da educação, da ficção, e da arte, não significa que a dinâmica transmídia seja a solução para todas as dificuldades encontradas atualmente pelo cenário midiático e nem que as práticas transmidiáticas ocorram da mesma forma e com a mesma intensidade em todos os lugares do planeta. Estamos experienciando uma forma de contar histórias que ainda está em evolução e que é representada pelo termo *transmedia storytelling*. Entretanto, como observado por Freeman e Gambarato (2018), as práticas transmídia são concebidas como um modo de diversificação das indústrias criativas e indicam a direção em que estamos seguindo.

Jenkins (2006) problematizou como cultura da convergência o momento em que vivemos, no qual narrativas transmídia funcionam como catalizadores da convergência tecnológica e cultural em conjunção com mudanças sociais e de comportamento, oferecendo às pessoas uma experiência midiática mais significativa e satisfatória, excedendo a comercialização e comodificação identificadas por Kinder. Estamos imersos num complexo sistema global interconectado e os supersistemas transmidiáticos, tanto ficcionais quanto não ficcionais, parecem ser parte inerente desse contexto. A compilação de capítulos apresentada pelo livro *Dimensões Transmídia* reflete a complexidade e a diversidade dos supersistemas transmidiáticos, configurando uma relevante contribuição para o campo dos estudos transmídia disponível em português/espanhol.

Referências

Bertalanffy, L. (1993). *General system theory*. Nova York, NY: George Braziller.

- Boni, M. (2017). Introduction: Worlds, today. In M. Boni (Ed.), *World building: Transmedia, fans, industries* (pp. 9–27). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Bunge, M. (1960). Levels: A semantical preliminary. *The Review of Metaphysics*, 13(3), 396–406.
- Bunge, M. (1979). Treatise on basic philosophy. Volume IV: Ontology: A world of systems. Amsterdam: Reidel.
- Evans, E. (2011). *Transmedia television: Audiences, new media, and daily life*. Nova York, NY: Routledge.
- Freeman, M. (2018). New paths in transmediality as vast narratives: The state of the field. In P. Brembilla & I. De Pascalis (Eds.), *Reading contemporary serial television universes: A narrative ecosystem framework* (pp. 11–26). Nova York, NY: Routledge.
- Freeman, M. & Gambarato, R. R. (2018). *The Routledge companion to transmedia studies*. Nova York, NY: Routledge.
- Gambarato, R. R. (2012). Signs, systems and complexity of transmedia storytelling. *Communication Studies*, 12, 69–83.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nova York, NY: New York University Press.

- Kearney, M. C. (2004). Recycling Jude and Corliss: Transmedia exploitation and the first teen-girl production trend. *Feminist Media Studies*, 4(3), 265–295.
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Konzack, L. (2017). Transmediality. In M. J. P. Wolf (Ed.), *The Routledge companion to imaginary worlds* (pp. 134–140). Nova York, NY: Routledge.

Apresentação

La Narrativa Transmedia está de Moda

Casi tres décadas después de que Marsha Kinder emplease por primera vez la expresión *transmedia* en estudios de Comunicación, debemos señalar una explosión de este tipo de narrativas. Lejos quedan ya películas como *The Blair Witch Project* (Myrick & Sánchez, 1999), *A. I. Artificial Intelligence* (2001) o –incluso– *The Dark Knight* (Nolan, 2008), cuyos lanzamientos conllevaron la construcción de mundos transmedia como estrategia para la atracción y *engagement* de los públicos.

Las narraciones transmedia, entendidas como relatos que expanden el mundo narrativo a través de diversos [auto]contenidos-plataformas-lenguajes y que apelan a una audiencia activa, han pasado a constituir contenidos habituales en la industria del entretenimiento. Si en un primer momento el éxito de productos convencionales –películas, series televisivas, etc.– llevó a la expansión de su mundo narrativo, poco a poco se han ido desarrollando transmedia nativos con diversas formas y estructuras.

Igualmente se ha producido un desplazamiento de su significado: de la ficción a la no ficción, de la industria audiovisual a otros contextos profesionales, etc.

La multiplicación de contenidos transmedia, y de análisis en torno este fenómeno, han propiciado su expansión más allá de la industria del entretenimiento, conquistando nuevos territorios. Pese a que el exceso en el uso de esta etiqueta la ha vaciado de significado, calificando como

transmedia diversos productos que integran dos o más medios con una lógica crossmediática, también ha suscitado la reflexión de la academia desde ópticas tan diversas como el arte, el periodismo, la historia o la educación, entre otras.

En este sentido el libro que tiene entre sus manos supone un ejemplo del creciente interés de la academia por el fenómeno transmedia, tanto desde el plano teórico como práctico, hasta el punto de que su conceptualización se ha llevado a cabo desde múltiples perspectivas y ha propiciado reflexiones en torno a su posibilidad de aplicación a diferentes ramas del conocimiento.

En *Dimensões Transmedia*, encontrará un compendio de textos que abordan este fenómeno, principiado por *Storyworld para o Conceito de Narrativa Transmídia* un estudio de Vicente Gosciola que propone el desarrollo de un *storyworld* para el concepto de Narrativa Transmedia que, además de mencionar ejemplos de prácticas con narrativas transmedia, intenta ampliar los diálogos entre sus elementos definitorios hasta llegar en como si crea un mundo narrativo (*storyworld*), lo que revela aún más el alcance comunicativo y en constante expansión de esta Estrategia que ahora también llamamos de Concepto Narrativa Transmedia.

En seguida encontrará perspectivas clásicas del entretenimiento audiovisual aunque desde enfoques diferentes como en *Iniciativas transmídia para se conectar com o público jovem: o caso da Rádio Pública de Televisão Basca (EITB)*, Yaiza Pozo Montes, Ainara Larrondo Ureta, Denise Freitas de Deus Soaras y Juliana Fernandes Teixeira parten de tres contenidos transmedia de la radio-televisión pública vasca como un pretexto para efectuar una aproximación al *transmedia storytelling* poniendo el foco en la producción de contenidos y las nuevas rutinas

profesionales, por una parte, y su recepción desde la perspectiva de los jóvenes, por otra.

Ya desde la perspectiva de contenidos, el capítulo *O roteiro expandido: A Dinâmica de Dispersão e Convergência Narrativa*, de Matheus Tagé Verissimo Ribeiro se introduce en el universo Cinemático Marvel y sus características de dispersión y convergencia, para estudiar las interacciones entre producciones-personajes.

Con el capítulo *Entre o rádio, a televisão e a internet: fluxos intermediáticos e narrativa transmídia na teledramaturgia brasileira*. Nair Prata, Sônia Caldas Pessoa y Vanessa Cargo Brandão, por su parte, analizan la expansión y colaboración entre medios en la construcción de narraciones transmedia con base en dramas televisivos. A partir del estudio de caso de la telenovela brasileira *Êta Mundo Bom!* (Rede Globo, 2016) y su extensión con la radionovela *Herança de odio*, las autoras analizan las oportunidades e implicaciones del medio radiofónico en esta expansión.

En *Relatos que se expanden hasta tus oídos. De la radio a las extensiones sonoras de mundos transmedia* Teresa Piñeiro-Otero retoma el tema de la radio desde la perspectiva de la extensión de relatos transmedia, para efectuar una aproximación a las potencialidades del audio online como base o expansión de estas narraciones.

También Camila Augusta Pires de Figueiredo, en su texto *Os diários e blogs de personagens televisivos como ferramentas transmídia*, se centra en los diarios de los personajes como una expansión de valor tanto desde el canon como el fandom para profundizar en las percepciones de personajes de series televisivas e introducir nuevas tramas o perspectivas respecto a las aventuras visualizadas.

Finalmente Chantal Arduini Amaya en su texto *Ideas preliminares de un plan de trabajo de tesis doctoral sobre ficción transmedia en Argentina* se sitúa en un relato transmedia, con base en la serie argentina *Según Roxi*, para plantear una serie de preguntas que pueden marcar el desarrollo de la investigación sobre este ámbito a corto-medio plazo.

Del entretenimiento el *transmedia storytelling* ha recalado en el periodismo para conceptualizar una forma de abordar la información en la convergencia de pantallas y plataformas. En esta línea, Denis Renó, en *Jornalismo Transmídia: A Consolidação de um Formato de Notícias* presenta una aproximación al concepto del periodismo transmedia y su evolución en la última década desde su propia experiencia como pionero en esta línea de investigación. Como complemento a esta aproximación teórica el autor efectúa una selección de contenidos transmedia de carácter periodístico desarrollados en los últimos años por diversos medios en todo el mundo.

Estos proyectos mediáticos conjugan transmedialidad e hibridismo, al igual que la iniciativa de Google Earth *Eu sou Amazônia* (2017), objeto central del capítulo firmado por Vagner Bozzetto y Fabiana Piccinini, con el título *Espécies bastardas: hibridismo e transmidialidade em “Eu sou Amazônia”*. Por su parte, Valquíria Kneipp presenta el capítulo *A narrativa transmídia no telejornalismo Brasileiro – as novas possibilidades*, que ofrece resultados de varios años dedicados a comprender el periodismo televisivo frente a las transformaciones narrativas. Finalmente, Ana Serrano Tellería, en el capítulo *Filosofía del periodismo transmedia: ideales, lógica y valores*, efectúa una reflexión en torno al periodismo y la transmedialidad en la nueva ecología de los medios desde una perspectiva filosófica. Una reflexión que le va a

permitir establecer una serie de valores y aspectos estratégicos de esta nueva lógica periodística. La forma en que se relacionan los diferentes medios y lenguajes en un relato transmedia sigue la línea del consumo no lineal que efectúan los más jóvenes entre medios y soportes, por ello resultan tan necesarias las aproximaciones desde la educación y del llamado *transmedia literacy*. Así Sergio Ricardo Quiroga, en su texto *Escuela-red, interfax e intertextual*, propone una reconcepción de la escuela para dar respuesta a las necesidades y demandas de la sociedad actual. Tomando como referencia conceptos que orbitan en torno a la alfabetización transmedia, este autor ofrece una reflexión profunda respecto a la esencia de la educación y sus manifestaciones prácticas.

La *transmedia literacy* supone la base del trabajo de Cecilia Frontera, *Mundos literarios transmediados a través de la promoción de la lectura en la era digital*, en el que se indaga la oportunidad de la narrativa transmedia para fomentar experiencias de multialfabetización en la educación primaria a partir de la experiencia y percepciones del alumnado implicado.

La transformación en la escuela y en la metodología educativa también exige una implicación directa del profesorado. En el capítulo *Formação docente continuada e uma proposição metodológica para práticas da transmidiação* Andrea Cristina Versuti, Cláudia Vieira Barboza Sumikawa, Valtemir dos Santos Rodrigues, ponen el foco en la formación docente como uno de los aspectos clave para la exploración de la creatividad y la integración de perspectivas transmedia en los contenidos educativos de la escuela del siglo XXI.

En plena ebullición del fenómeno transmedia surgen propuestas para la aplicación de este término a otros contextos y realidades. Así, en

Design transmídia: especificidades e potencialidades, André Luiz Sens profundiza en el término transmedia y su aplicación en el ámbito del diseño, mientras que en *Ofícios Criativos: Narrativa transmedia y antropología visual*, Mariana Xochiquétzal Rivera García parte de una experiencia personal en torno al pueblo de Los Reyes en Coyoacán (México) para proponer la adopción de este concepto en marco de la antropología visual.

En *Territorialidad expandida en el documental transmedia*, Fernando Irigaray, desarrolla la idea de *territorialidad expandida* y de *deriva narrativa transmedia*, atendiendo la relación del documental con las narrativas espaciales, pensando en la incorporación del territorio como plataforma donde se anexa el espacio público de la ciudad, conformando una experiencia narrativa inmersiva, compleja y participativa, expandiendo las posibilidades expresivas del documental, a partir de las interacciones con el entorno.

El estudio del hábitat desde una perspectiva transmedia también ha sido abordado por Leonardo Corzo quien, en *La dinámica de las interfaces, las ciudades y el tiempo. La realidad social como una reproducción transmedial constante* se centra en la realidad social y las vivencias en torno a la ciudad.

El broche final de este libro lo pone *Narrativa Transmídia: A Performance “Eu Nasci Aqui”* de Samira de Souza Brandão y Sérgio Roclaw Basbaum, capítulo que analiza las implicaciones del transmedia en el arte a partir del estudio de caso del performance *Eu Nasci Aqui*. Una propuesta innovadora que tiene como valor adicional el hecho de que esta reflexión venga de mano de la propia artista, autora de los performances.

En definitiva, este compendio de textos supone una muestra de la diversidad de perspectivas y enfoques que han marcado el devenir de la investigación sobre transmedia en los últimos años.

Como señalaba Gambarato, en 2013, “Sin embargo, ¿existe tal cosa como un “trabajo transmedia puro”? Bueno, si todavía no hay un consenso sobre la definición de narrativa transmedia, parece improbable tener una historia transmedia inmaculada.”

*Fernando Irigaray
Vicente Gosciola
Teresa Piñeiro-Otero
Organizadores*

PARTE 1

TRANSMÍDIA DESDE A PERSPECTIVA DO

ENTRETENIMENTO

Storyworld para o Conceito de Narrativa Transmídia

Vicente Gosciola

As reflexões teóricas sobre Narrativa Transmídia caminham com todo vigor pelos espaços científicos, especialmente no grande campo do conhecimento Comunicação. Com certa frequência, surgem novos e importantes textos para contribuir com o avanço de uma potencial teoria da Narrativa Transmídia, delineando uma trajetória de intensos debates enquanto uma outra trajetória tão intensa quanto vai se desenvolvendo em paralelo, quer seja, a criativa produção de projetos que fazem uso da Narrativa Transmídia.

Com o intuito de ilustrar uma dessas jornadas, que aparentemente estão em seu início, este capítulo desenvolve um *storyworld* sobre a construção histórica da definição e conceituação da Narrativa Transmídia. Vale pensar sobre os mais diversos desenvolvimentos de conceitos, todos eles tiveram seu histórico, idas e vindas, autores anunciando sua descoberta, outros anunciando sua morte e outros vaticinando o seu renascimento, como já vimos autores sobre Narrativa Transmídia ditando sua morte e sua pós-morte. É quase pitoresco o mundo científico que experimenta, erra, insiste e acerta até que se consolide um conceito entre todos os pesquisadores e a razão é muito simples: certamente que não há garantias para que um conceito se eternize, mas quanto mais se discutir

sobre ele, mais chances ele terá de ser assumido por uma perspectiva, ou um conjunto delas, ou definitivamente refutado e esquecido.

Como tantos outros pesquisadores, já trabalhei com conceitos que entraram em desuso ou até já foram esquecidos, como hipertexto, hipermídia, multimídia, entre outros, mas o que eles significam e o que os distingue entre si não se esquece e até se fortalece com o passar do tempo. Assim, penso que há algo de muito importante e distinto naquilo que passou a se chamar de Narrativa Transmídia, como muitos autores já demonstraram.

O método que utilizarei aqui é o desenvolvimento de um *storyworld* da vida do conceito Narrativa Transmídia, exatamente, vou considerar aqui este conceito como uma personagem protagonista de uma história, descrevendo o mundo narrativo que envolve a sua História. De início, como é fundamental para um estudo científico, ainda que com essa abordagem lúdica de transformar um conceito em personagem, é discutir os mais diversos conceitos que fazem parte de seu *storyworld*, a começar pela própria definição de Conceito, até investigar o papel da Narrativa Transmídia a partir de uma revisão crítica, inquirindo sobre o porquê falamos de narrativa transmídia, sem se negar a lembrar que ele, como tantos, possa ser um conceito transitório e se seria um nome recente em constante metamorfose ambulante para uma prática comunicacional verdadeiramente presente na sociedade desde os seus primeiros lampejos criativos.

O conceito Conceito e o conceito História

Em arte, o conceito é a ideia básica ou a força motriz do processo criativo, como em arte conceitual. No comércio, Conceito pode ser a

ideia mais ou menos inovadora, é designada como conceito. Em design é a ideia básica do projeto, desenvolvido em um protótipo a ser fabricado, para testar e mostrar ideias, sem necessariamente haver a intenção de produzir e comercializar em massa posteriormente.

Em game, é o conceito que define a lógica comum dos mecanismos do jogo, baseada na identificação e combinação de elementos simbólicos. Um álbum de música ou show musical conceitual é uma coleção de músicas nem tanto independentes, mas ligadas por um tema ou uma história.

Em cinema, Conceito é usado no jargão *high-concept*, ou alto conceito é apresentado por uma premissa estabelecida de forma sucinta, um subtexto implícito, ao contrário do *low-concept* ou baixo conceito, que se preocupa mais com o desenvolvimento da personagem, o *high-concept* é baseado em uma ideia como “e se revivêssemos repetidamente o mesmo dia?” de *Groundhog Day* (1993) de Harold Ramis. O mesmo se dá em séries de TV, em que episódios especiais são chamados de conceituais, reescreveram totalmente as regras da série, como o “Lysergic Acid Diethylamide”, 19º episódio da 3ª temporada, dirigido por Joe Chappelle e roteirizado por J. H. Wyman, Jeff Pinkner e Akiva Goldsman da série *Fringe* (2008–2013) criada por J. J. Abrams, Alex Kurtzman e Roberto Orci.

Conceito (do latim *conceptum*, o concebido ou resumido), pensamento, ideia, noção, opinião, pode ser entendido como o conteúdo de um conhecimento delimitado por categorização ou designação linguística. Em filosofia, conceito é um pensamento ou uma ideia abstrata, destacado da realidade, uma situação, um fenômeno. Também pode ser compreendido como uma estrutura formulada para a realização de algo

como no caso de publicidade ou marketing em que é a primeira etapa do desenvolvimento de um projeto.

Uma contribuição valiosa para a compreensão do conceito vem do filósofo espanhol Manuel García Morente:

Sócrates contribui para o cabedal da filosofia com umas quantas coisas de interesse fundamental. A primeira é a seguinte: Sócrates descobre o que denominamos os “conceitos”. Como descobre Sócrates os conceitos? Porque lhe ocorre aplicar as questões morais, às questões da vida moral, o método que os geômetras seguem ao fazer sua ciência. Que fazem os geômetras? Reduzem as múltiplas formas sensíveis, visíveis, dos objetos a um repertório pouco numeroso de formas elementares que chamam “figuras”. Os geômetras apagam, por assim dizer, as formas complicadíssimas da realidade sensível e analisam essas formas e as reduzem a polígonos, triângulos, quadriláteros, quadrados, círculos, elipses; um certo número reduzido de formas e figuras elementares. E então se propõem, de cada uma dessas formas ou figuras elementares, como se diz no grego, “dar a razão”, dar razão delas, explicá-las, dizer o que são, dar sua definição; uma definição que compreenda sua gênese e, ao mesmo tempo, as propriedades de cada uma dessas figuras. (García Morente, 1980, p. 86)

García Morente descreve como Sócrates estabelece uma analogia entre o procedimento dos geômetras com o mundo físico e o que poderia ser para os filósofos sobre o mundo moral, reduzindo

ações e métodos de conduta a um certo número de formas particulares, concretas, a um certo número de virtudes; por exemplo: a justiça, a moderação, a temperança, a coragem. E logo, após ter feito de cada uma dessas virtudes ou formas primordiais da vida moral o mesmo que faziam os geômetras com suas figuras, aplica o entendimento, aplica a intuição intelectual, para chegar a dizer o que é a justiça, o que é a moderação, o que é a temperança, o que é a coragem, o que é o amor, o que é a compaixão etc. [...] O que os geômetras dizem de uma figura, do círculo, por exemplo, para

defini-lo, é o **logos** do círculo, é a razão dada do círculo. Do mesmo modo, o que Sócrates pede com afã aos cidadãos de Atenas é que lhe dêem o **logos** da justiça, o logos da coragem. Dar e pedir logos é a operação que Sócrates pratica diariamente pelas ruas de Atenas. [...] Pois que é este **logos** senão o que hoje denominamos “conceito”? (García Morente, 1980, p. 87)

Desse modo, podemos imaginar que García Morente nos oferece uma orientação para o entendimento de como a Narrativa Transmídia pode ser considerada um conceito, pois com todos os teóricos temos tratado o objeto sintetizando os seus principais pontos dentro de uma síntese da realidade, uma amostragem significativa que apresenta um padrão constante, quer seja, a narrativa distribuída por diferentes plataformas e cada uma contando parte do total da história que só se conhecerá completamente se circular por todas as suas partes.

Para o historiador francês Paul Veyne, há três espécies de conceito:

Os conceitos do vivido sublunar, em particular aqueles de que nos servimos em história, são muito diferentes dos das ciências, quer estas sejam ciências dedutivas como a física ou a economia pura, ou ciências em vias de elaboração como a biologia. [...] há em primeiro lugar os conceitos das ciências dedutivas: força, campo magnético, elasticidade da procura, energia cinética; são outras tantas abstrações perfeitamente definidas por uma teoria que permite construí-las e só aparecem ao fim de longas explicações teóricas. Outros conceitos, nas ciências naturais, dão lugar a uma análise empírica: sabemos todos intuitivamente o que é um animal ou um peixe, mas o biólogo procurará critérios que permitem distinguir animais e vegetais e dirá se a baleia é um peixe; no final, os peixes do biólogo já não serão os do senso comum. (Veyne, 2014, pp. 105-106)

As espécies de conceitos definidas por Veyne, do vivido (registrado na história), das ciências dedutivas (abstrações definidas por teorias), das

ciências naturais (distinções definidas por análises empíricas), quando interpostas ao conceito de Narrativa Transmídia, desvelam o seu lugar entre tais categorias e nos permitem melhor compreendê-lo. Transmídia, assim como a totalidade dos conceitos das Ciências Humanas, aqui nos parece completamente adequada à espécie de conceito do vivido, daquilo que se pratica, tanto teoricamente quanto criativamente, dentro do se faz possível alcançar no seu histórico. E, em se tratando do conceito História, seria impossível dar conta de toda uma ciência que estuda tal campo do conhecimento. Contudo, vale reforçar a perspectiva apresentada por Veyne, reputado como um dos maiores historiadores franceses:

Para concluir, quando Marrou diz que a história é subjetiva, podemos concordar com o espírito desta afirmação e conservá-la por um *Ktéma es aei* da epistemologia histórica; na perspectiva do presente livro, apresentaremos essa ideia de outro modo: já que tudo é histórico, a história será o que nós escolhermos. Enfim, como lembra Marrou, subjetivo não significa arbitrário. Imaginemos que contemplávamos de nossa janela (o historiador é sempre um homem de gabinete) uma multidão de manifestantes nos Campos Elíseos ou na Praça da República. *Primo*, será um espetáculo humano e não behaviorista, divisível ao infinito, de braços e pernas: a história não é científica, mas sublunar. *Secundo*, não haverá fatos elementares, pois cada um só tem sentido dentro da trama, o que nos levará a um número indefinível delas: uma manifestação política, uma certa maneira de andar, um episódio da vida pessoal de cada manifestante, etc. *Tertio*, não é admissível decretar que só a trama “manifestação política” é digna da História... *Quarto*, nenhum geometral compreenderá todas as tramas que se pode eleger dentro desse campo factual. Em tudo isso, a história é subjetiva. Restará que tudo o que as substâncias homens fazem na rua, qualquer que seja o modo considerado, é perfeitamente objetivo. (Veyne, 2014, p. 49)

Graças a Veyne e sua brilhante síntese do conceito de História, podemos ter com clareza que a história do conceito Narrativa Transmídia,

delineada neste capítulo, é subjetiva. Isto porque a observamos do “gabinete”, de modo que nenhum estudo poderá dar conta de todas as suas tramas, que não pode ser só uma trama, que não há fatos elementares, pois cada um só tem sentido dentro da trama.

Entrementes, confirmada a importância que os conceitos Conceito e História têm não somente naquilo que concerne às suas condições epistemológica, quanto às suas condições prática e criativa, vale pontuar algumas características que o termo possui para nos orientar pelo *storyworld* do conceito Narrativa Transmídia. Conceito é algo concebido e internalizado no meio de pessoas atentas a um pensamento comum, em que pese qualquer divergência de ponto de vista sobre a ideia, o que importa é que se discute a noção de uma realidade ou abjeto a partir de um mesmo nome ou descritivo mínimo comum. O conceito é destacado da realidade e assim discutido para ser compreendido como uma estrutura formulada para a realização de algo, sua força motriz e lógica do processo criativo, inovadora para testar e mostrar uma opinião, uma realidade, um fenômeno. O conceito é uma síntese de alguma realidade, partindo da metodologia dos geômetras citados por Sócrates e a sua história é a história que queremos contar, como reforça Veyne. Nesse sentido, a Narrativa Transmídia, pode ser considerada um conceito, ao mesmo tempo em que pode ser considerada como um modo narrativo.

E vale lembrar que toda a conceituação de Narrativa Transmídia é algo *soft*, dentro da concepção de Zygmunt Bauman que viu a ampla modificação social quando da chegada do “capitalismo de *software* e da modernidade ‘leve’” (Bauman, 2001, p. 135), em que as acepções de tempo e espaço passam a ser examinadas e que nem mesmo os conceitos mais conhecidos são permanentes. Sendo assim, o conceito transmídia

seria algo delicado, porque quando estudada uma particularidade sua, aparecem outros termos, outros autores, haja vista o número de autores que tratam da conceituação de narrativa transmídia. Uma singela busca pela palavra transmídia em um site de publicações, gera mais de 450 ocorrências e outra busca por artigos no Google Scholar com o mesmo tema gera mais de 38 mil entradas.

Até há a possibilidade de que Narrativa Transmídia seja um conceito transitório, quero deixar claro que quando a gente faz ciência nada é definitivo, porque a ciência é sempre revista. Nesse sentido, vivi algo que pode ser bem elucidativo: entre 1997 e 2002 escrevi uma tese de doutorado intitulada *Roteiro para Hipermissão*. Hipermissão era um conceito muito utilizado naquele momento. De repente o uso do conceito mudou e por força da falta de uso, desapareceu das publicações. Ainda assim, entendemos hoje que o conceito hipermissão não deixou de existir.

Importa ressaltar que como estudiosos da Comunicação, sempre estamos tentando entender o que está acontecendo no mundo. Ora, à época, estava acontecendo a hipermissão, hoje está acontecendo a transmídia. Estudar Narrativa Transmídia, uma entidade viva, é fazer Ciência. Vale observar como o conceito transmídia evoluiu e o quanto poderá perdurar, já que apareceu como prática desde os períodos mais remotos das antigas civilizações. Há estudos que apontam para uma produção transmídia no séc. XVII, como o caso do pedagogo J. A. Comenius que reformou o sistema escolar no século XVII com 2 pilares deles relacionados à transmídia: o princípio de planejar a experiência do estudante e o princípio de engajamento e participação direta do estudante (Dudacek, 2015, p. 2).

O *Storyworld* das Primeiras Conceituações

O termo transmídia surgiu durante as primeiras feiras culturais hippies, festivais de bairros no interior do EUA, no final da década de 1960 e por toda a década de 1970, que eram chamadas de *trans-medium* e *trans-media*, que se destacariam por uma multiplicidade de expressões artísticas em diversos suportes. Isso rapidamente evoluiu para um estudo de Stuart Saunders Smith de 1975. Como compositor erudito, mas que tocava na noite em vários ambientes diferentes, percebeu que em uma execução de uma mesma música com diferentes músicos e em ambientes diferentes, cada instrumentista dava seu complemento diferenciado, tornando a música completamente outra a cada execução. Então ele desenvolveu o *trans-media composition system*, como uma notação musical em que indicava a cada instrumentista uma incorporação de melodias e harmonias mais adequadas ao seu modo de tocar e seu próprio instrumento. O efeito pretendido era algo como transmedializar os elementos musicais de um instrumento a outro, de um músico a outro, para melhor explorar seus rudimentos e favorecer uma expressividade melhor a cada peça musical.

O conceito Transmídia aparecerá em teoria da Comunicação somente com David Bordwell, um reconhecido teórico de cinema, que escreveu o livro *Making Meaning*, em 1989, em que fazia uma revisão crítica dos estudos teóricos de cinema. Para tratar daquelas teorias que faziam uso de instrumentos da psicanálise ao tentar compreender o cinema daquele período em toda a sua continuidade simbólica e força interpretativa por transitar de uma mídia a outra, ele criou o termo *transmedia symbols* (Bordwell, 1989, p. 99). Pouco tempo depois, em 1991, Marsha Kinder

publicou o livro *Playing with power* onde desenvolveu um estudo sobre um “sistema de superentretenimento” que batizou de *transmedia intertextuality* (Kinder, 1991, pp. 1-172). Este livro é o grande marco da discussão sobre Transmídia no campo dos estudos científicos em Comunicação. Ainda que não tivesse a conexão direta com Narrativa, em todo o seu texto é possível perceber a precisão de observadora clínica que detecta a real novidade transmidiática que vem tomando espaço entre as mais diversas modalidades de comunicação. Somente em 2000 aparece outro texto sobre o assunto. De autoria de Brenda Laurel, o artigo “Creating Core Content in a Post-Convergence World” para a revista *Collision!* trazia o termo *think transmídia*. O texto foi fruto de uma prática de Laurel em sua empresa de produção de conteúdo em que, para cada projeto, as mais diversas histórias se relacionavam de modo complementar, sem se repetir entre as plataformas. No ano seguinte, 2001, Henry Jenkins apresentou em seu artigo “Convergence? I Diverge” para a revista *Technology Review* o conceito *transmedia storytelling* como um “comunicar diferentes tipos e níveis de informação narrativa, usando cada meio que melhor possa fazer para contar a sua parte da história”. Sem fazer nenhuma menção a Laurel, Kinder ou Bordwell, ele conectou o termo transmídia ao termo narrativa, no modo como utilizamos até hoje. A partir deste trabalho, Jenkins passou a publicar outros artigos sobre narrativa transmídia, que foram então compilados e publicados em 2006 no livro *Convergence Culture*. Para além de simplesmente reproduzir os artigos, ele revê a definição do conceito como uma nova estética da arte de criar mundos narrativos, porque a convergência de mídia exige novos modos de consumo e participação ativa de comunidades de conhecimento. Esta síntese deriva do seu livro

que é o corolário de tudo o que já fora escrito até então sobre narrativa transmídia que, numa sequência de inferências lógicas, consolidou o conceito pelo acréscimo de conhecimento do meio, dado que ele era consultor de *majors* em Hollywood. É curioso observar como Jenkins não se referiu, em seu livro de 2006, a Laurel, Kinder ou Bordwell, como os teóricos pioneiros da transmídia. Ele apenas cita a Kinder duas vezes em seu livro de 2006, para dizer que ela “identificou tendências semelhantes já em 1991” (Jenkins, 2006, p. 269) e como o verbete do glossário “*Entertainment Supersystem*” (Jenkins, 2006, p. 284), que ela seria autora no livro de 1991, sem relacionar seu nome nenhuma dessas duas únicas vezes ao conceito Transmídia. Vale lembrar que no livro de 1991 de Marsha Kinder aparecem inúmeras vezes os conceitos “*Transmedia Intertextuality*” (Kinder, 1991, pp. 1, 3, 38-40, 47, 53, 61, 71, 74, 116, 119, 126) e “*Superentertainment System*” (Kinder, 1991, pp. 116, 119, 154, 164), nunca aparecendo o termo “*Entertainment Supersystem*” como referido no glossário de Jenkins.

Somente em 2017, Jenkins relaciona Kinder ao conceito Transmídia, ainda que em uma citação indireta a ela:

O termo “transmídia” significa simplesmente “entre mídias” e implica algum tipo de relacionamento estruturado ou sistemático entre múltiplas plataformas e práticas de mídia. As primeiras aparições do termo enfatizaram o uso de personagens icônicos que poderiam ligar diferentes segmentos de uma franquia de entretenimento (Kinder 1991). Minhas contribuições mais antigas a esse campo enfatizaram as funções de contar histórias e de construir mundos narrativos: narrativa transmídia representa um processo em que elementos integrais de uma ficção se dispersam sistematicamente em vários canais de distribuição com o objetivo de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. (Jenkins, 2017, p. 220)

A clara demonstração de como compreendemos Transmídia como uma ciência viva vem de sua evolução conceitual. Há quem possa imaginar uma nova ciência com o nome de Transmidiologia, ainda que já seja o nome de algumas empresas. E, convenhamos, o que está por trás de tudo, pode ser uma irresistível reação ao unidirecional, ao monomidiático, à hegemonia de uma plataforma em detrimento de outras.

Desejamos comunicação transmídia porque queremos contar nossas histórias para mais pessoas, que nem sempre estão ligadas a uma plataforma específica. Demandamos por ocupar os espaços com nosso conteúdo e ocupar os entre-espaços ou intervalos entre os conteúdos com as nossas conexões, de curadorias de conteúdo e de contatos com as pessoas. Inferindo de modo sucinto, dentro de um amplo projeto de Narrativa Transmídia que envolva grandes campos do conhecimento, temos o *Storyworld*, as Plataformas, as Experiências e o Mercado.

O Conceito Storyworld e o Conceito Worldbuilding

O *storyworld*, dada a complexidade das intenções de relações entre conteúdo e público, abarca atividades e pessoas dedicadas desenvolver: ideia, propósito, *plot*, gêneros, registros, formatos, argumento, *worldbuilding* e conexões narrativas.

Plataformas envolvem atividades e pessoal dedicados às linguagens, técnicas, tecnologias, conexões. Por fim, e intencionalmente aqui excluindo as questões de mercado, as experiências mantêm conhecimento e profissionais dedicados aos públicos alvos, às redes sociais, ao engajamento, à participação, à colaboração e ao *fandom*. Assim teríamos

a seguinte tabela de atividades relativas ao planejamento de narrativa transmídia:

Tabela 1.

STORYWORLD	PLATAFORMAS	EXPERIÊNCIAS
Ideia Propósito Plot Gêneros Registros Formatos Argumento Worldbuilding Conexões Narrativas	Linguagens Técnicas Tecnologias Conexões	Públicos Alvos Redes Sociais Engajamento Participação Colaboração Fandom

Compondo em detalhes a bíblia, dentro do item *Worldbuilding*, há toda uma gama de trabalhos que se organizam de diversas maneiras. Apresentarei a seguir um arrazoadado de teorias que considero muito consistentes nos campos do *storyworld* e *worldbuilding*. Assim, desenvolvo um detalhamento do *worldbuilding* através de autores como Kinder, Laurel, Jenkins, Dena, Freeman, Ryan, Thon, Stein, Scolari, Freeman, Alber, Stackelberg, Gambarato, Ojamaa, Georgi, Dena, Dudacek. Cabem as ressalvas de que nem todos os textos tratam diretamente destes dois temas e de que boa parte delas vem da tradição teórica chamada de narratologia que, infelizmente, não dá conta da plenitude da narrativa transmídia.

Haja vista que a narratologia é um desdobramento da linguística, ciência fundamentalmente dedicada à análise de literatura, enquanto a narrativa transmídia é constituída por uma gama de plataformas para além da textualidade, tendo como praticamente hegemônica a expressividade audiovisual. A começar pela espacialidade, considerando os

espaços físicos e geográficos das narrativas. A temporalidade delimita os períodos históricos em que as narrativas acontecem. Cabe aqui a verificação se espaço e tempo estão aptos a expansões narrativas atendendo, por exemplo, se o universo narrativo detém lastro para expansões, como *spin-off*.

Dentro de um rol de regras e crenças canônicas, expansões narrativas devem servir como entradas independentes ao universo narrativo. A definição de que se o projeto será baseado em ficção, realidade ou ambos é relevante e pode demandar adaptações de histórias veiculadas por diversos meios, mitologias, histórias de domínio público. Nesse sentido, estudar sobre como as personagens principais e secundárias se organizam em suas histórias e espacialidades passa a ser crucial. Histórias devem, preferencialmente, ser veiculadas pelas plataformas que melhor possam conta-las e/ou selecionadas conforme cada uma possa melhor contar as partes das histórias e gerar coesão entre todas. Imperativo também é observar os gêneros, registros e estilos estéticos avaliados e redefinidos para a melhor caracterização das partes da história.

Indispensável planejar as conexões entre as narrativas e as plataformas, ou a estrutura do universo narrativo, avaliadas e redefinidas para a gerar e manter a melhor coesão entre todas. Para tanto é fundamental ter com meta final a experiências do público com as narrativas e plataformas avaliadas e redefinidas para a gerar um maior engajamento, definidas pelo ponto de vista, pelo seu papel de participante e/ou colaborador. Uma elucidação a esse respeito vem de Jan-Noël Thon:

Enquanto a representação transmedial de personagens, histórias e seus mundos se tornou particularmente onipresente na cultura da mídia contemporânea, então, uma breve olhada nos ricos mundos

da história do hinduísmo ou do cristianismo já demonstra que não é um fenômeno inteiramente novo. No entanto, durante a última década, os estudos da mídia tornaram-se cada vez mais conscientes do significado sociocultural desses tipos de mundos de histórias transmediais, bem como dos consideráveis desafios teóricos e metodológicos que seu estudo apresenta devido às formas complexas de autoria envolvidas, à grande quantidade de material produzido e participação dos fãs na negociação de significados transmediais. (Thon, 2016, p. xvii)

Há, também, especificar finais da história como um todo e considerar que em todo o processo de *worldbuilding* estão os pensamentos de Marsha Kinder, quando preocupada sobre como as histórias se tornam storyworld, lembra que o público é um coletor de mídia, caçador de conteúdo. Marsha Kinder argumenta que esses caçadores e coletores aprendem a navegação transmídia em uma idade precoce através de videogames (Kinder, 1991, pp. 119-120).

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. Portanto, uma atenção é necessária para o fechamento da construção de mundos, pois há um facilitador relevante para o *worldbuilding*. O *worldbuilding* se beneficiará da adição de detalhes em um espaço/tempo imaginário como a religião, a mitologia, a cultura, expandindo a linha do tempo de um mundo da história para incluir novos eventos ou explorando novas configurações fictícias, porque este público que ora é coletor, enquanto desfruta uma nova narrativa transmídia, mas já foi coletor em outras experiências narrativas. Por outro lado, o *world building* da transmídia é, para Henry Jenkins, o processo de compreender como atrair “o comportamento migratório do público da mídia que irá quase que em qualquer lugar em busca dos

tipos de experiências de entretenimento que ele quer” (Jenkins, 2006, p. 2). Sua definição denota a importância do *worldbuilding*:

Mais e mais, a narrativa tornou-se a arte de construir mundos, pois os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser totalmente explorados ou esgotados em um único trabalho ou mesmo em um único meio. O mundo é maior do que o filme, maior ainda do que a franquia - uma vez que as especulações e elaborações de fãs também expandem o mundo em uma variedade de direções. (Jenkins, 2006, p. 114)

Assim sendo, as conceituações de *storyworld* e de *worldbuilding* denotam um conteúdo de alta interatividade, que pode gerar a sensação de que a transmídia permite que o público participe do *storyworld* o que, em parte, torna a ideia da transmídia ainda mais interessante para a audiência. Estas ideias consagram o histórico do conceito de Narrativa Transmídia porque demonstram o quanto o seu alcance pode se ampliar em uma elaboração epistemológica que, como já disse logo no início deste capítulo, está apenas começando. Como diz Evans “é necessário continuar fazendo perguntas sobre o impacto de projetos transmídia no envolvimento do público com drama audiovisual” (Evans, 2011, p. 180)

Considerações Finais

Algo que nem sempre, é que na vida de quem é cientista que ele também pode fazer outras coisas que não a Ciência. Parece óbvio, mas não é um senso tão comum assim. Aliás poucos pesquisadores se lançam à prática daquilo que costumam teorizar. Talvez porque além dele dar muitas aulas e escrever muitos textos sobre um determinado assunto, ele tenha uma prática de orientação, mestrado e doutorado no

meu caso, que já pode significar uma prática em lidar concretamente com os conceitos e premissas do seu campo de conhecimento.

Contudo, em boa parte das práticas criativas em transmídia tem acontecido nas universidades. Venho praticando indiretamente sobre narrativa transmídia e *storyworld* desde 2006, quando conheci o livro de Henry Jenkins. Já orientei mais de trinta dissertações de mestrado e algumas teses de doutorado sobre esses temas. Os trabalhos defendidos estão disponíveis no site do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCom da Universidade Anhembi Morumbi -UAM, em São Paulo (portal.anhembi.br/pos-graduacao/cursos/ppgcomunicacao/). Versam sobre transmídia na web, no cinema, no audiovisual, na televisão, nos *players* de *streaming* e na educação.

Nesse espírito, pude também desenvolver uma prática de produção de narrativa transmídia, exatamente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Em final de 2015 criei o Grupo de Pesquisa da CAPES Narrativas Tecnológicas, dentro do PPGCom da UAM. Os estudantes de minha disciplina no PPGCom, aderiram à uma ideia de discutir praticando, como estão se transformando as narrativas e a comunicação através das tecnologias digitais. Ingressando no Grupo de Pesquisa da CAPES Narrativas Tecnológicas, passamos a desenvolver um projeto que pudesse levar a cabo este desafio. Um espaço predominantemente audiovisual e multiplataforma, que se configuram com características absolutas da narrativa transmídia. Segundo a Cisco Visual Networking Index, em um documento atualizado em 27 de fevereiro de 2019 (Cisco, 2019): em 2017 o tráfego de vídeo IP representou 75% de todo o tráfego IP (comercial e consumidor) e em 2022 representará 82% de todo este tráfego. Estes dados que nos

alertam para o crescimento pelo qual passavam os investimentos em comunicadores instantâneos por vídeo das redes sociais. Desde abril de 2016, durante as aulas da disciplina de Tecnologias da Comunicação e Práticas Socioculturais que eu ministrava no PPGCom da UAM, passamos a pesquisar as narrativas não convencionais em audiovisual para adaptar um texto convencional nos aplicativos com vídeo no Facebook, Instagram, Twitter e YouTube. Perguntávamos sobre como seria contar uma história seriada e ao vivo através do celular. Pensamos em adaptar para este recurso uma obra ficcional para tornar a transmídia mais factível dado o pouco tempo que dispúnhamos para dedicarmos ao projeto.

Queríamos saber qual seria o público para uma história seriada transmitida ao vivo por celular e, principalmente, qual temática estaria mais presente no dia a dia deste público. De todo esse movimento surgiu a ideia da visão contemporânea da tragédia *Romeu e Julieta* de William Shakespeare, encenada através das redes sociais Facebook, Instagram, YouTube e Twitter. Identificamos que o público estaria afeito ao uso do vídeo para se comunicar em redes sociais estaria dentro de uma faixa de 15 a 25 anos de idade e que uma de suas temáticas mais constantes era a discussão de identidade de gênero. Estabelecemos que Julieta seria uma mulher trans e Romeo seria homem cis gênero e enfrentariam a sociedade para viver a sua trágica história de amor. Levamos a discussão ficcional para questões como empatia, inclusão, transfobia e lugares de fala e afeto, nada diferente do que já se via exposto nas mídias sociais. Nascia o Projeto @julietacapuleto (Projeto Julieta Capuleto, n.d). Dentro de um *storyworld* que respeitamos rigorosamente, os cinco atos em 25 cenas que seguem linearmente por 3 dias no texto original, produzimos 30 cenas, distribuídas por seis dias,

transmitidas ao vivo e acessíveis a qualquer momento até hoje. Julieta, Romeu, Amanda, Mercutio, Teobaldo, Benvoglio e Rosalina têm perfis ativos no Facebook, Instagram e Twitter e tiveram durante os 20 dias que antecederam e os seis dias de produção celulares emprestados pela LG. Cada atriz e ator tinha um celular para transmitir suas atuações no papel de suas personagens a qualquer momento do dia ou da noite.

A história foi registrada e transmitida por vídeos gravados, *lives*, *posts*, fotos, *gifs*, *memes*, pelos próprios atores. O elenco foi constituído por: Glamour Garcia, Rodrigo Pavon, Leona Jhovs, Felipe Ramos, Bruno Gael, Bruno Ribeiro, Amanda Torres e como convidadas especiais Lorelay Fox e Wallace Ruy. Todo o planejamento, a produção, a pós-produção e a exibição do projeto foram pautados pela consciência de que o *storyworld* original da peça deveria ser mantido, mas não seria fechado. Criamos um *spin-off* do projeto batizado de *#sofroporquesou* em que se motiva as pessoas que sofrem agressão, *bullying* ou preconceito possam se manifestar. Assim, nosso Grupo de Pesquisa da CAPES Narrativas Tecnológicas segue com outros projetos sempre tendo como esteio comunicacional a narrativa transmídia entre novas tecnologias de comunicação, especialmente as audiovisuais.

Essa prática de narrativa transmídia, assim como tantas outras citadas neste livro, muito elucidam o quanto o conceito Narrativa Transmídia está em desenvolvimento. Basta olharmos para o diferencial que cada projeto transmídia acrescenta às práticas comunicacionais voltadas a esta estratégia. No nosso caso, quando os próprios atores registraram e transmitiram e dialogavam com o público, sem a interferência de nossa equipe de produção, encontramos um modelo inédito e absolutamente desafiador e incontrolável de se realizar audiovisual. As atrizes e os

atores tinham tanto poder comunicacional que seus *video lives* produziam verdadeiras catarses no público, já que para elas e eles mesmos, ficava absolutamente sutil a linha que separava a realidade da ficção. Isso em muito lembrava o jargão “This Is Not a Game” (Szulborski, 2005, p. 229) do público de ARGs, os *alternate reality games*, que nada mais são narrativas transmídia com ênfases em *lives*, ou sessões ao vivo e fora da tela do computador. O que compreendemos nesta realização transmidiática é que lidar com essa estratégia potencializa os canais de comunicação e narrativas, as alternativas de comunicação e narrativas, as conexões entre as plataformas de comunicação e as narrativas, enfim, uma potencialização exponencial narrativa, que ainda pouco dimensionamos e entrevemos.

Referências

- Alber, J. & Fludernik, M. (2010). *Postclassical narratology: approaches and analyses*. Columbus: Ohio State University.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Cisco. (2019, fevereiro 27). *Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017–2022 White Paper*. Recuperado de <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.html>
- Dena, C. (2009). *Transmedia Fictions: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments* (Tese de Doutorado). Sidney: University of Sidney.

- Dudacek, O. (2015). Transmedia Storytelling in Education. *7th World Conference on Educational Sciences*. Athens, Greece: *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Recuperado de https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815040562/pdf?md5=16624e6852c18f0f14e287fa6fddbb47&pid=1-s2.0-S1877042815040562-main.pdf&_valck=1
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: audiences, new media and daily life*. New York: Routledge.
- Freeman, M. (2017). *Historicising Transmedia Storytelling: Early Twentieth-Century Story Worlds*. Abingdon: Routledge.
- Gambarato, R. R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review*, 1, 80-100.
- García Morente, M. (1980). *Fundamentos de Filosofia: lições preliminares*. São Paulo: Mestre Jou.
- Georgi, C.; Glaser, B. J. (2015). *Convergence Culture Reconsidered*. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2016). Transmedia Logics and Locations. In D. Kurtz, W. L. Benjamin, & M. Bourdaa (Eds.), *The rise of transtexts: challenges and opportunities* (pp. 220-250). New York: Routledge.

- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California.
- Ojamaa, M. & Torop P. (2015). Transmediality of cultural autocommunication. *Baltic Screen Media Review*, 1, 119-126.
- Projeto Julieta Capuleto. (n.d.). In Facebook [Oficial Page]. Recuperado de <https://www.facebook.com/projetojulietacapuleto/>
- Ryan, M.-L. (2013). Narrativa transmídia e transficcionalidade. *Celeuma*, 2(3), 96-128. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/celeuma/article/view/87713>
- Ryan, M.-L. & Thon, J.-N. (2014). *Storyworlds across media: toward a media- conscious narratology*. Lincoln: University of Nebraska.
- Ryan, M.-L. (2013). Transmedial Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today*, 34(3), 362-88.
- Scolari, C. A., Bertetti, P., & Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. New York: Palgrave Macmillan.
- Stackelberg, P. & Jones, R. E. (2014). Tales of Our Tomorrows: Transmedia Storytelling and Communicating About the Future. *Journal of Futures Studies*, 18(3), 57-76.

Stein, L. E. & Busse, K. (2012). *Sherlock and transmedia fandom: essays on the BBC series*. Jefferson: McFarland.

Szulborski, D. (2005). *This Is Not A Game: A Guide to Alternate Reality Gaming*. Exe Active Media Group

Thon, J.-N. (2016). *Transmedial narratology and contemporary media culture*. Lincoln: University of Nebraska.

Veyne, P. (2014). *Como se escreve a história; Foucault revoluciona a história*. Brasília: Universidade de Brasília.

Iniciativas Transmídia para se Conectar com o Público Jovem: o Caso da Rádio Pública de Televisão Basca (EITB)

Yaiza Pozo Montes
Ainara Larrondo Ureta
Denise Freitas de Deus Soares
Juliana Fernandes Teixeira

A convergência narrativa e de conteúdo, facilitada pela tecnologia, tem sido apoiada nas empresas de comunicação por vários processos de confluência paralela no aspecto estratégico e profissional (López & Pereira, 2010). Da mesma forma, a convergência de mídia tem sido acompanhada pelo fenômeno de “público ativo”, que ganhou impulso há uma década, após o consumo de informações e entretenimento por meio de aplicativos móveis, bem como o surgimento de plataformas de mídia social como Twitter e Facebook (Meso, Larrondo, Peña, & Rivero, 2014).

Nesse cenário, surgiu o interesse em ir além e experimentar diferentes maneiras de narrar. Essas formulações renovadas determinam a experiência narrativa do produtor e do consumidor além do meio consumido e foram acompanhadas pelo que hoje é o termo da moda, transmídia.

Transmídia é, portanto, definido como uma forma de narrativa multiplataforma que incentiva o uso de diferentes mídias e, com ela,

de diferentes idiomas, direcionados a diferentes usuários. Tudo isso é possível graças à interatividade da mensagem digitalizada (Renó & Flores, 2018, p. 10). Essa interatividade permite que os usuários se envolvam com o conteúdo e participem ativamente, compartilhando-os, comentando sobre eles, etc.

Esse conceito de “narrativa transmídia” foi amplamente analisado e discutido até o momento por vários autores (Fagundes, Cecília & Crispim, 2012; Irigaray & Lovato, 2015; Jenkins, 2003; Moloney, 2011; Robledo, Atamara & Palomino, 2017; Scolari, 2013). Como todos evidenciam, a narrativa transmídia cumpre dois requisitos importantes no campo jornalístico: a) permite contar uma história ou evento através de vários meios e b) o público participa ativamente da criação dessa história.

A mídia tem demonstrado um interesse crescente por essas narrativas transmídia, principalmente pelo desenvolvimento de laboratórios nos quais é comum a presença de especialistas em comunicação transmídia. Um exemplo disso é a Public Radio Television na Espanha, com seu RTVELab, ou a Balearic Public Radio Television, uma entidade regional que possui um Diretor de Transmídia em sua equipe. Outras mídias privadas seguiram seus passos, como as televisões Antena 3, Tele 5 ou o jornal El País. O objetivo é promover conteúdo digital de ponta para explorar novos formatos de qualidade criativa.

As empresas audiovisuais demonstraram uma capacidade específica de se adaptar a esse cenário de mídia múltipla e convergente (Smith, 2009). Embora esse contexto esteja geralmente associado a mudanças tecnológicas, o trabalho já clássico *Convergence Culture* de Jenkins (2008) nos lembra que o verdadeiro escopo do cenário conver-

gente é sentido nas mudanças internas das mídias e indústrias culturais e, portanto, nas mudanças sociais ligadas ao consumo de mídia.

Diferentemente das produções multiplataforma que aplicam a lucratividade máxima e simplesmente buscam entregar o produto ao número máximo possível de consumidores, qualquer que seja o meio em que estejam (TV, web, rádio etc.), as produções transmídia partem de um conceito totalmente diferente de consumo, mais ativo, fragmentado, individualista e social ao mesmo tempo. Assim, as produções transmídia são construídas a partir de produtos ou subprodutos distribuídos em várias plataformas de mídia.

Entende-se, portanto, que nas produções transmídia o tema ou enredo central flui através dos diferentes dispositivos, dando unidade a uma espécie de “universo narrativo” (Scolari, 2013) que pode até se estender para fora do escopo estrito da mídia, a partir do uso de ações de valor cultural e social (shows, concursos e atividades nas ruas, merchandising etc.).

Uma característica fundamental dessas produções transmídia é que eles convertem os consumidores em “prosumers” com a capacidade de intervir e fornecer conteúdo de diferentes maneiras, para que esses usos da transmídia sejam perfeitamente adaptados ao tipo de consumo preferido pelo público digital mais jovem ou nativo. Em outras palavras, essas produções transmídia respondem muito bem ao desenvolvimento de outras variáveis culturais e geracionais e respondem ao desafio de atrair a atenção de públicos hiperconectados, compostos principalmente dos chamados “nativos digitais”. Segundo Kirzner (2014, p. 7), essa é a chave para a produção transmídia no campo jornalístico, principalmente para poder levar em conta a possibilidade de gerar conteúdo pelo públi-

co no momento da criação. Como argumenta Fernando Irigaray (2015, p. 168), “sem participação, não há transmídia. A transmídia precisa que os usuários interajam e se tornem parte das notícias mais imediatas”.

Nesse cenário, este trabalho se concentra na descrição e análise de casos de sucesso do jornalismo transmídia desenvolvido na Rádio Pública de Televisão Basca (EITB). Entre todas as transmissões públicas de televisão na Espanha, o EITB se destaca por ser um dos pioneiros na implementação de processos de convergência no nível do conteúdo, bem como no desenvolvimento de iniciativas transmídia (Larrondo, 2016).

1. Transmídia no Campo da Radiodifusão Pública

Ao transcender a tela tradicional, os produtos transmídia têm sido especialmente importantes no caso da televisão pública, devido ao seu valor de serviço e proximidade com a sociedade (Larrondo, 2016). No entanto, iniciativas transmídia em televisões públicas europeias ainda são limitadas em quantidade (Azurmendi, 2018), embora tenha havido experimentos de grande interesse voltados para crianças (Roberts, Chung, & Parks 2016).

Este último aspecto se mostrou decisivo, principalmente no que se refere ao consumo de mídia pelos jovens. Para eles, o campo on-line representa um espaço fundamental de entretenimento, embora seu uso ainda seja complementar ao de outras mídias (García, Tur, & Pastor, 2018), que obrigaram os produtores audiovisuais a promoverem fórmulas e produtos de natureza transmídia (Crespo-Pereira & Legeren-Lago, 2018; Vilches, 2013).

As televisões públicas no nível regional viram a ajuda pública diminuir, ao mesmo tempo em que evidenciam uma capacidade limitada de reduzir custos sem penalizar a qualidade do conteúdo (Forta, 2012). As principais emissoras públicas e de proximidade da Europa compartilham, de fato, a inquietação gerada em torno dessas questões (Bardoel & D’Haenens, 2008). As empresas com seu próprio idioma também enfrentam o desafio de promover a confluência de apoios no âmbito de sua atividade ou papel em relação à normalização linguística: a BBC escocesa Alba, o galês S4C e o irlandês TG4 e, no Estado de autonomias da Espanha, o EITB Euskal Irratia Televista, a CCMA Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuais, a CRTVG Radio and Television Company da Galicia e a IB3 Radio e a Televisio de Les Illes Balears (Azurmendi, 2014, p. 376; Larrondo, 2016).

Partindo dessa limitação e da conveniência de aprofundar esse fenômeno, este artigo apresenta um caso particular que investiga as características, elementos de sucesso e principais obstáculos que definem produções transmídia destinadas a um público jovem no campo específico de serviços de rádio e televisão na Europa. É o caso da Euskal Irrati Telebista (EITB), uma das primeiras emissoras de televisão pública do sistema audiovisual público espanhol instituído no início dos anos 80. No total, a Espanha possui treze emissoras públicas de televisão, algumas das quais desenvolveram seu próprio departamento de transmídia.

A Euskal Irrati Telebista Corporation (EITB) estabeleceu entre 2000 e 2007 um processo de conversão digital e progresso para a criação de uma marca multimídia. Concluída a adaptação tecnológica, iniciou-se uma transformação a partir de diversas ações, como a unificação de seus sites em um único portal, o agrupamento profissional de modelos

de rádio, televisão e web em uma única sede e a implementação de iniciativas de coordenação entre suportes com base no desenvolvimento de um laboratório de conteúdo (Edukilab).

Note-se que a estratégia convergente que o EITB adotou nos últimos anos tem sido fundamental no desenvolvimento de produtos e aplicativos transmídia. Nas últimas dez intervenções do diretor geral do EITB, pelo menos em oito, a palavra transmídia ganhou destaque.

2. Metodologia

As televisões públicas autônomas da Espanha estão adaptando seu conteúdo às novas telas e promovendo novos projetos transmídia tanto no campo do entretenimento quanto da informação (Manfredi, 2017). Partimos da premissa de que as implicações da experiência transmídia aplicada ao campo do jornalismo vão além da tecnologia e exigem interpretações em termos sociais e culturais, enquanto a transmídia mescla informação, tecnologia e público (Fagundes, Cecília & Crispim, 2012). No nosso caso, o estudo examina as implicações da transmídia para a televisão pública “conectar-se” com o público jovem, com base na descrição das principais iniciativas realizadas pela televisão pública EITB nessa área. Além de examinar o progresso da transmídia neste grupo de comunicação de referência no contexto espanhol, a análise procurou determinar o impacto da implementação da transmídia nas rotinas de trabalho dos profissionais da informação, tentando saber se as novas maneiras de narrar estão levando ao surgimento de novos perfis profissionais nas redações. De maneira complementar, buscamos analisar as motivações dos usuários para consumir produtos transmídia.

Com base nesses objetivos, foi utilizada uma metodologia qualitativa baseada na análise de conteúdo, entrevistas aprofundadas com profissionais da EITB e em um grupo de discussão formado por usuários que consomem conteúdo transmídia. Especificamente, analisamos três iniciativas bem-sucedidas realizadas em basco e vinculadas à entidade pública basca e a outras instituições e organizações de tipo social, cultural, universitário, etc. São Korrika, Go! Azen e Tirabirak / Strips.

O primeiro projeto surgiu de uma colaboração com a AEK, a associação basca, idioma basco, co-oficial, juntamente com o espanhol, e a Universidade do País Basco. Por sua vez, o Go! Azen é uma produção audiovisual baseada em um aplicativo transmídia desenvolvido em colaboração com instituições e produtores bascos. O projeto de afrouxamento de Tirabirak / Strips surgiu na UPV / EHU a partir de uma colaboração com o grupo de pesquisa NOR (Arrieta, Castillo & Narbaiza, 2016).

Para realizar a investigação, foram realizadas três entrevistas semiestruturadas em profundidade com profissionais especializados que trabalharam diretamente com os projetos transmídia a serem analisados: Iñako Gurrutxaga, chefe do canal ETB3, editor de conteúdo de entretenimento do Eitb.eus e membro do Edukilab, laboratório de novos conteúdos do EITB; Lontzo Sainz, diretor de Transformação Digital da EITB e Inguma Martínez, chefe da seção Cultura.

As entrevistas ocorreram entre fevereiro e maio de 2018 e todas as conversas duraram em média uma hora. O questionário apresentava dezoito perguntas abertas sobre o impacto da transmídia em suas rotinas de trabalho, suas motivações para o desenvolvimento desse tipo de conteúdo inovador, determinando as vantagens e dificuldades para desenvolvê-las.

Terceiro e último, foi organizado um grupo de discussão composto por oito usuários de diferentes idades e perfis vinculados à profissão jornalística (estudantes, professores e profissionais) em 28 de maio de 2018 e desenvolvido na Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicação da Universidade do País Basco (UPV / EHU) com duração de uma hora. O objetivo era saber o que levou os jovens a consumirem projetos transmídia.

Estamos cientes das limitações metodológicas de estudos de caso específicos; no entanto, a análise da perspectiva profissional do jornalismo transmídia, bem como do ponto de vista do usuário, são duas perspectivas inovadoras no estudo transmídia, úteis para expor dados relevantes sobre um tópico que permanece latente no campo acadêmico e de trabalho.

3. Experiências Transmídia na Euskal Irrati Telebista (EITB)

Go! Azen

O produtor Pausoka e a televisão pública basca (EITB) lançaram no verão de 2008 o Go! Azen (Venha!), um filme musical que impulsionou o fenômeno dos fãs, ganhando espaço entre o público mais jovem. O filme musical se passava em um internato de verão dirigido por padres, onde jovens de dezesseis anos vivem juntos; eles se apaixonam, brigam, riem, cantam e dançam ao som de canções conhecidas no basco, atuais e antigas.

O filme Go! Azen foi ao ar em janeiro de 2009 no ETB1 (canal basco da televisão pública basca) e se tornou o filme mais assistido na história do ETB1: obteve 7,4% de participação, 15,6 % da população

de língua basca e reuniu 66.000 espectadores (empresa de medição de público-alvo da Sofres). Após o sucesso do filme, a partir de setembro de 2009, uma série de 12 capítulos, de 52 minutos cada, foi exibida. O sucesso e o eco da série de televisão foram além e ganharam o prêmio de melhor programa regional infantil no ATV Awards 2009 (Academia de Ciências e Artes da Televisão da Espanha). Ele também foi finalista no Festival de la Rosa d'Or.

Anos depois, foi criada uma série com o mesmo nome Go! Azen 3.0. Em novembro de 2006, estreou a segunda temporada e a terceira foi filmada no verão de 2018. A série foi patrocinada pelo Vice-Ministério de Política Linguística do Governo Basco, pelas Dipuciones de Bizkaia e Gipuzkoa, pela companhia telefônica Euskaltel e pelo Banco de Trabalho Kutxa. A série de televisão Go! Azen levou o EITB a desenvolver um aplicativo transmídia, quebrando a estratégia que essa entidade havia implementado até aquele momento, apoiada por um aplicativo de marca única.

Os aplicativos audiovisuais transmídia se destacam pelo interesse em tornar lucrativo o produto audiovisual tradicional. Eles também servem para reforçar o envolvimento do público mais jovem com uma marca de mídia (EITB). Além disso, é importante observar que eles contribuem para a cooperação entre a mídia e outros órgãos e entidades públicos. Nesse sentido, pode-se dizer que o Go! Azen gerou um senso de comunidade em torno de um enredo audiovisual próximo e familiar e, por extensão, em torno de certos valores sociais e culturais, como aqueles relacionados ao uso da língua basca. De fato, o aplicativo Go! Azen foi implementado como um meio de promover um idioma minoritário entre os jovens falantes de basco.

Este exemplo de jornalismo transmídia destaca a importância da convergência de negócios ou alianças entre entidades públicas e privadas para inovar no campo audiovisual. Além disso, o aplicativo Go! Azen marca o caminho e representa uma das mais recentes inovações do setor para colocar em prática a filosofia de inovação constante que permeia decisões estratégicas na mídia há anos.

Korrika

O EITB e Tabakalera participaram em 2013 de um projeto transmídia promovido pelo Master of Communication Komunikazio Masterra EITB-UPV / EHU da Faculdade de Ciências Sociais e Comunicação da Universidade do País Basco que recebeu o nome de Korrika. Este projeto, enquadrado nas atividades do laboratório pedagógico (MMLab), propôs práticas em habilidades de comunicação multiplataforma e multimídia.

Korrika teve uma ótima recepção por parte dos alunos na décima oitava edição da marcha de protesto que recebe o mesmo nome da produção, que é realizada a cada dois anos por onze dias, com o objetivo de promover o uso do basco e arrecadar fundos para o Euskaltegis-, pois eles participaram expandindo a história através de diferentes mídias: Internet (Youtube e Twitter), televisão (programas e reportagens) e rádio (programa). A partir de todas essas mídias, foram criados cinco produtos complementares:

- 1) 18 = 18 vídeos virais (YouTube e redes sociais) e também transmitidos como um ponto no ETB 3.
- 2) 11 dias, 11 reportagens: onze relatórios para os canais ETB1 e ETB3, onde os participantes do Korrika contaram suas experiências em relação ao idioma basco.

- 3) Twittersodios, histórias via twitter com material de reportagens que não podiam ser transmitidas na televisão. A hashtag #korrikatxioka permitiu que os usuários comentassem e seguissem os twittersodios.
- 4) Korrika 2013, um programa de televisão de 25 minutos transmitido no ETB 1 durante os onze dias de Korrika.
- 5) Colaboração em dois programas de rádio da estação jovem de Gaztea.

Em 2016, a experiência transmídia Korrika foi repetida, neste caso, para cobrir o Festival Europeu de Escolas de Música (Emusik 2016), a partir de um acordo de colaboração entre o EITB, a Universidade do País Basco UPV / EHU e a Fundação Donostia-San Sebastián 2016.

Todos esses produtos serviram até hoje como um dos principais recursos do EITB para promover ou explorar sua estratégia multiplataforma, em andamento desde 2008. Neste ano, o grupo basco mudou-se para uma nova sede onde trabalhavam juntos pela primeira vez. as equipes de diferentes mídias e nas quais, pela primeira vez, tratava-se de estabelecer uma operação muito mais coordenada e transversal.

Contudo, os profissionais entrevistados da Euskal Irrati Telebista afirmam que mal percebem a implementação do jornalismo transmídia em suas rotinas de trabalho desde a criação do Go! Azen e Korrika devido à falta de financiamento, embora a produção transmídia seja uma das estratégias mais bem-sucedidas da cadeia basca, envolvendo o público de diferentes pontos de entrada - ou seja, de todas as suas mídias ou plataformas. Os profissionais entrevistados ressaltam as dificuldades de ter equipes humanas estáveis para o desenvolvimento de produtos transmídia, quando necessitam de tempo para serem projeta-

dos e desenvolvidos, além de um grupo de trabalho especializado em novas narrativas. Esses profissionais consideram altamente necessário criar laboratórios de inovação ou Medialabs focados principalmente no desenvolvimento de conteúdo que capte a atenção do público “mais jovem”. Lontzo Sainz, diretor de transformação digital da EITB, acredita que os perfis que atualmente marcaram a maior inovação no campo da profissão de comunicação serão majoritários no futuro, no caso de categorias profissionais, como gerentes de comunidade, analistas de web e coordenadores de projetos, todos eles são decisivos nas atuais iniciativas transmídia.

As tecnologias digitais são as novas ferramentas de trabalho dos profissionais da informação do século XXI e elas foram obrigadas a desenvolver outras funções que requerem preparação específica. Para Iñako Gurrutxaga, chefe do canal ETB3 e editor de conteúdo de entretenimento da Eitb.eus, a narrativa transmídia implica uma mudança de estilo e força mais um passo na estratégia de produção e distribuição multiplataforma. Requer uma mudança significativa de mentalidade no aspecto organizacional e na cultura profissional, que já começou a pagar juros, tanto no campo dos negócios, quanto na universidade. Como reconhecido pelo chefe da seção de cultura do EITB, Inguma Martínez, a transmídia deu à profissão uma nova maneira de narrar. Estamos diante de uma nova etapa na qual a mídia audiovisual regional busca se modernizar, criando e oferecendo conteúdo de qualidade ao seu público. Atualmente, a mídia é onde os usuários devem oferecer histórias atuais e podem consumi-las onde, quando e como quiserem em várias telas e, para isso, é aconselhável propor um conteúdo interativo e atraente. Portanto, é importante capturar sua atenção com novas histórias.

A análise das entrevistas revela que, no caso do EITB, eles mal conseguem desenvolver conteúdo transmídia devido à falta de financiamento - a maior parte de sua renda é destinada a cobrir os custos com pessoal - e seus profissionais argumentam que, para produzir ou criar produções, são necessários mais laboratórios transmídia ou de inovação. Portanto, eles antecipam que novos perfis profissionais estão surgindo nas redações, capazes de contar histórias de maneira diferente, pois acreditam que nem todos os jornalistas estão preparados para produzir esse tipo de estratégia.

Tirabirak / Strips

De acordo com vários professores da Universidade do País Basco / Euskal Herriko Unibertsitatea (Edorta Arana, Libe Mimenza & Bea Narbaiza, 201, p. 239), os receptores agora são usuários ativos que exigem que a mídia produza e ofereça conteúdo de qualidade. Tirabirak (tiras que se soltam, em sua tradução para o espanhol) analisa a representação do conflito basco nos pontos dos jornais bascos (DEIA, Egin, El Diario Vasco, El Correo, ABC e El País) entre 1977 e 2016. Eles foram adicionados ao projeto Diario de Navarra, em 1989; El Mundo e Euskaldunon Egunkaria em 1990. Posteriormente, Gara e Berria foram incluídos. Um amplo universo de artistas como Zaldieroa, Máximo, Zulet, Ori, Peli ou Forges, entre muitos outros, participou da exposição.

A exposição de Tirabirak foi realizada pelo grupo de pesquisa NOR da UPV / EHU e EITB a pedido da Fundação Donostia-San Sebastián 2016 e foi desenvolvida em um ano e meio. Estudantes da própria universidade também fizeram parte. Além da exposição, o projeto inclui um

documentário, um livro, fotografias, entrevistas, um jogo, redes sociais e outros conteúdos que fazem a história se expandir por diferentes mídias:

- 1) Um webdoc que visa unir três valores fundamentais: paz, respeito e consciência. Nesse sentido, Tirabirak oferece uma visão ampla e plural do conflito que os artistas bascos que publicaram suas tiras na imprensa diária tiveram que experimentar.
- 2) Entrevistas com diferentes artistas, além de gerentes de mídia e especialistas que analisaram histórias em quadrinhos políticas e humor gráfico, são oferecidas em uma tela. No total, são 11 entrevistas com cartunistas (Zadieroa, Zulet, Forges, Peridis, Gallego, Rey, Tasio, Oroz, Ripa, Zabaleta e Axi), 6 especialistas (Uxue Anduaga, Mario Zubiaga, Dani Fano, Josune Muñoz, Irune Arnaez e Juan García) e 4 jornalistas (Elixabete Garmendia, Mirentxu Purroy, Nerea Azurmendi e Mariano Ferrer).
- 3) Arquivo interativo: por outro lado, contém um arquivo de 1.200 vinhetas, um eixo temporal no qual são indicados os 150 eventos mais importantes ocorridos ao longo de quatro décadas e o processo criativo dos próprios artistas. Esse fato oferece aos visitantes uma jornada muito visual e atraente, com a tarefa de promover o conhecimento através de diferentes mídias.
- 4) Arquivo audiovisual: também são projetados conteúdos audiovisuais elaborados com os recursos do arquivo EITB (Euskal Irrati Telebista), a fim de complementar a narração dos desenhos animados com imagens de cada época.
- 5) Atividades: Os promotores de Tirabirak organizaram vários espaços para reuniões e, para aprofundar a reflexão sobre o tema, também prepararam um curso de verão muito especial.

As vinhetas foram o eixo central do projeto e, graças a elas, os usuários puderam conhecer a situação política de 1997 e fazer um tour até

2016 usando as tiras gráficas. Pode-se dizer que o design de todas as seções tem uma rota aberta com diferentes pontos de acesso, em espanhol e basco. Da mesma forma, o projeto possui um livro que reúne as vinhetas mais representativas da exposição e as idéias mais relevantes das entrevistas, acompanhadas de imagens e um eixo cronológico. Dessa forma, o público pode desfrutar de desenhos on-line e, ao mesmo tempo, ouvir os áudios e o texto que o acompanha. Outro componente atraente dessa experiência transmídia são os memes que permitem que eles incluam textos e se tornem os criadores das ilustrações.

4. O Usuário Ativo

Os membros do grupo de pesquisa organizado para a preparação desta pesquisa e o capítulo admitem que se sentem muito melhor informados quando consomem o conteúdo atual preparado com uma perspectiva transmídia. Não é em vão que eles reconhecem que a transmídia os incentiva a interagir com o conteúdo, gerando curiosidade, criatividade e desejo de participar do produto informacional. Há ainda o fato de que cada canal publica seu próprio conteúdo em torno de um evento ou história. Além disso, os mesmos dados não são publicados em todos os canais, pois cada mídia elabora uma mensagem específica para cada plataforma a fim de aproveitar as potencialidades que cada uma delas oferece - também é um dos aspectos mais positivos para os entrevistados no grupo de discussão.

Sendo um público jovem permanentemente conectado à mídia da web e às redes sociais, os participantes da discussão entendem que ser capaz de construir ou intervir no universo narrativo é algo muito atraente

para eles, algo que os “prende”, acima de tudo, porque reconhecem que o conteúdo é mais visual. No entanto, eles sabem que, embora o público tenha sua própria voz e possa fazer parte do universo narrativo, ele não os torna jornalistas: “Agora parece que qualquer um pode contar uma notícia, enviando um vídeo que foi postado ou uma fotografia, mas não devemos esquecer que os usuários apenas contribuem para a construção do mundo narrativo e o disseminam”.

Todos eles associam o termo *transmídia* a informações de qualidade. Eles sabem que, para construir uma história *transmídia*, são necessários muito tempo e esforço humano, portanto: “Os profissionais da informação tiveram tempo para contrastar dados ou testemunhos e buscar todas as fontes necessárias para disponibilizar uma história verdadeira ao cidadão”. Por tudo isso, eles valorizam o trabalho realizado e alguns dos participantes se atrevem a dizer que entendem que a *transmídia* será, em um futuro próximo, a nova forma das principais opções de mídia quando se trata de narrar não notícias, mas história de eventos muito importantes.

Esses participantes também entendem que essa abordagem das histórias para o cidadão, a atual dispersão do conteúdo e entretenimento entre a diversidade de diferentes canais e marcas “do atual ecossistema da mídia, constitui um desafio” para seus profissionais dos meios de comunicação. Para os participantes, a *transmídia* força os profissionais de mídia a “reciclar”, entendendo que esta fórmula requer mais do que um mero reajuste de mensagens para divulgação em diferentes canais; como eles entendem, a *transmídia* implica uma mudança de mentalidade, uma mudança na cultura ou no papel de cada meio, bem como uma mudança na maneira de se relacionar com o público.

Os membros propõem, por um lado, que as empresas jornalísticas que ainda não contribuem com a transmídia “repensem” seus modelos de gestão e formas de trabalhar e, por outro, desenvolvam conteúdo atraente que possa interessar, por exemplo, no caso da Rádio Pública de Televisão Basca, para o jovem público basco: “Somos jovens que estão viciados nas redes sociais e na Internet continuamente. O papel é pouco atraente e transmídia nos interessa por histórias”.

Conclusões

A mídia audiovisual é a mais proativa no lançamento de produtos com uma perspectiva transmídia, focada na modernização de sua produção para atrair públicos conectados, especialmente jovens. O caso analisado do EITB é um bom exemplo disso. O fato de ser um serviço público significa que a televisão pública basca está especialmente atenta às melhores fórmulas para atender às necessidades de seu público, o que implica também levar em consideração o elemento linguístico nesse tipo de produção, como evidenciado pelos produtos examinados.

No atual ecossistema, onde a mídia procura se renovar, a Euskal Irrati Telebista (EITB) tenta encontrar novas maneiras de desenvolver conteúdo interativo. Essa é uma das motivações que leva os profissionais públicos a desenvolverem esse tipo de produção. Embora limitados em quantidade, representam um esforço para integrar as novas narrativas no serviço audiovisual para, acima de tudo, se conectar com o público jovem. Essa é uma das preocupações que os profissionais da informação apresentam porque, longe da maneira tradicional de disseminar informações e querendo promover continuamente a web com novos

conteúdos, eles tentam se conectar com um novo público contando histórias de maneira atraente.

Com o desenvolvimento de produtos transmídia como Go!azen, Korrika e Tirabirak / Strips, eles conseguiram promover uma atitude participativa entre os jovens ao longo do tempo, pois adaptaram um papel ativo durante a história, graças à acessibilidade dos novos formatos e tecnologias. Todo o conteúdo criado conseguiu envolver os usuários pelo desejo de se engajarem com a história pela criatividade que eles emitem e por lidar com questões próximas que eles informam enquanto divertem. No entanto, esse fato obriga a rede pública de televisão basca a buscar e estudar continuamente novas maneiras de produzir conteúdo para promover, acima de tudo, a cultura basca.

O que está claro é que, para apostar nas novas narrativas transmídia, é necessário um maior esforço de investimento, talento criativo, tempo, esforço e especialistas em novos formatos. Para isso, ele dedicou parte de seu esforço nos últimos anos ao EITB. Embora sejam limitadas em quantidade, as iniciativas examinadas neste trabalho confirmam o progresso da televisão pública basca na organização empresarial e profissional, qualidade e criatividade. A tecnologia, ferramenta fundamental para o desenvolvimento de qualquer produto da estratégia transmídia, continua sendo um elemento essencial para atingir o público jovem, pois sem ela seria impensável a capacidade de desenvolver esse tipo de produção.

Durante a análise, observou-se como os próprios estudantes universitários foram capazes de criar, conceber ou acompanhar os profissionais ou professores durante o desenvolvimento dos produtos transmídia bem-sucedidos analisados como Tirabirak / Strips ou Korrika, duas

produções que de alguma forma nasceram dentro da Universidade do País Basco. Um fato que demonstra que serão aqueles que, em um futuro próximo, desenvolverão propostas inovadoras na mídia audiovisual.

Para concluir, é especialmente importante mencionar que este estudo possui uma série de limitações, dependendo do pequeno tamanho da amostra que não é representativo de todo o setor de mídia em nosso país ou no resto do mundo. Da mesma forma, seria conveniente expandir a estrutura do estudo e aprofundar esse fato por um longo período de tempo, o que permitiria que os resultados fossem avaliados mais completamente.

Referências

- Arrieta, E. A., Castillo, L. M., & Narbaiza, B. (2016). Construyendo experiencias transmedia: el caso de “Tirabirak/Tiras que aflojan”. *Ausart aldizkaria: arte ikerkuntzarako aldizkaria= journal for research in art= revista para la investigación en arte*, 4(2), 93-112.
- Azurmendi, A. (2014). Reformas de la televisión regional europea con lengua propia en el contexto actual de crisis. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68(3), 355-382.
- Azurmendi, A. (2018). Reconectar con la audiencia joven: Narrativa transmedia para la transformación de la televisión de servicio público en España, Francia, Alemania y Reino Unido. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 927-944.
- Bardoel, J. Y. & D’Haenens, L. (2008). Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems. *Media, Culture & Society*, 30(3), 337-355.

- Crespo-Pereira, V. & Legerén-Lago, B. (2018). El uso de la Neurociencia en el diseño de contenidos transmedia en los canales de televisión públicos de Europa: Videojuegos y Social TV. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 7(2), 37-56.
- Diosis, K. R., Rojas, T. A., & Moreno, H.P. (2017). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 223.
- Fagundes, A., Cecília, A., & Crispim, M. (2012). One Subject, Many Paths: Transmedia Communication in Journalism. *Brazilian Journalism Research*, 8(1), 63-76.
- García Jiménez, A., Tur-Viñes, V., & Pastor Ruiz, Y. (2018). Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. Noticias, contenidos audiovisuales y medición de audiencias. *Icono14*, 16(1).
- Irigaray, F. & Lovato, A. (Eds.). (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*. Recuperado de <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling>
- Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling [Blog]. Recuperado de http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

- Kirzner, D. (2014). Contenidos y nuevos hábitos de consumo en medios. Redes, fuentes y calidad de la información. En F. Irigaray & A. Lovato (Eds.), *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Manfredi Sánchez, J. L., (2011). Escenarios y retos de la televisión pública en España. En: adComunica. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (1), 46-62. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I.
- Larrondo Ureta, A. (2016). El avance de las televisiones públicas autonómicas en el escenario convergente: análisis de experiencias periodísticas transmedia en EITB y CCMA. *Communication & Society*, 29(4), 107-120.
- Meso, K., Larrondo, A., Peña, S., & Rivero, D. (2014). Audiencias activas en el ecosistema móvil. *Hypertext.net*, 12. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/%20view/274309/364489>
- Moloney, K. T. (2011). *Porting Transmedia Storytelling to Journalism*. (Tese de doutorado). Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Denver, EE.UU. Recuperado de https://www.colorado.edu/cmci/pho_actojournalism/Transmedia_Journalism.pdf
- Renó, D. & Flores, J. (2018). *Periodismo transmedia*. Aveiro: Ria Editorial.
- Roberts, J. D., Chung, G. K., & Parks, C. B. (2016). Supporting children's progress through the PBS KIDS learning analytics platform. *Journal of Children and Media*, 10(2), 257-266. <https://doi.org/10.1080/17482798.2016.1140489>

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Smith, A. (2009). *Transmedia storytelling in Televisión 2.0. Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms* (Degree thesis). Departament of Film and Media Culture, Middlebury College.

Vilches, L. (Coord.) (2013). *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa.

O Roteiro Expandido: a Dinâmica de Dispersão e Convergência Narrativa do Universo Cinemático Marvel

Matheus Tagé Verissimo Ribeiro

O conceito que desenvolvo neste trabalho tem por cerne a flexibilização do conceito de narrativa transmídia (Jenkins, 2008). A partir desta provocação, proponho uma reflexão acerca das capacidades de fragmentação narrativa de determinados textos midiáticos, conceituando camadas a partir de uma ótica desconstrucionista das histórias. Neste ponto, vamos analisar as formas que interagem no espaço diegético, de maneira a criar uma narrativa, tópicos que denomino: elementos catalisadores. Para tratar deste assunto, busco estabelecer como método de análise, a perspectiva consolidada do Universo Cinemático Marvel, como exemplo da estrutura que venho conceituando como Dinâmica de Dispersão e Convergência Narrativa (Ribeiro, 2016).

Para tratar dessa dinâmica estrutural, é necessário observarmos os conceitos que envolvem a criação de grandes narrativas. Neste caso, ressalto que grandes histórias não existem somente dentro do contexto contemporâneo, tampouco dependem simplesmente da convergência midiática para existir. De fato, desde histórias associadas à mitologia, religião, literatura, e mesmo no cinema, podemos observar formas de

se contar histórias que acabam por ampliar o espaço narrativo, e principalmente, possibilitam a produção de presença (Gumbrecht, 2010). Por presença me refiro à associação de uma alta espessura de representações e latências, que determinadas histórias são capazes de gerar. Neste ponto, analisamos uma característica que transcende o sentido, o que Hans Ulrich Gumbrecht detalha como *stimmung*, podemos entender como uma espécie de percepção não-hermenêutica associada às formas, algo mais voltado para o sensível na comunicação.

Aqui vale uma reflexão, minha proposta é pensarmos o que as grandes narrativas têm em comum. Neste caso, é importante associarmos ao conceito tradicional de roteiro, o que pode ser detalhado por Robert McKee (2002), e mesmo o conceito de jornada do herói de Joseph Campbell (1949). Em paralelo a estas questões, podemos associar a problemática tratada por Heidegger, com o conceito do tempo, o espectro do presente constante, que é possível associarmos e entendermos como um fator que permeia as narrativas.

Marco Teórico

A cultura da convergência, conceituada por Jenkins (2008), traz ao espaço teórico uma problemática fundamental: a dinâmica de consumo de conteúdo se dá de forma paralela à criação de novas tecnologias de comunicação. Produções de franquias como Matrix, Harry Potter ou A Bruxa de Blair transitam nesta questão. Estas histórias se apoiam em uma estruturação conceitualmente contemporânea em que fica evidente a capacidade do conteúdo estar em convergência com várias plataformas. Por outro lado, o fato de gerar novas interpretações e leituras acerca dos

estímulos narrativos das produções, traz ao público uma possibilidade real de se tornar um consumidor ativo nas franquias. No caso, cabe ao público entender as referências e propagar novas informações e interpretações. O que estas histórias têm em comum, no primeiro momento, é essa característica de serem altamente imersivas do ponto de vista do espectador que se engaja na narrativa.

Os membros do público usam textos de mídia à sua disposição para estabelecer conexões entre si, para mediar as relações sociais e dar sentido ao mundo em torno deles. Eles se empenham tanto individual como coletivamente no modelo de propagabilidade. (Jenkins, Ford, & Green, 2014, p. 354)

Esta forma de consumo, amplia o poder do espectador formatar seu próprio ambiente midiático cotidiano, e ao mesmo tempo, é uma importante estratégia de engajamento das narrativas de qualquer produção ou marca. Os consumidores de mídia, hoje, não apenas consomem, mas recomendam o consumo para outros, e a estratégia de interação transmídia propicia ao espectador uma associação e engajamento com as representações da marca que consome.

O ambiente atual de mídia se torna cada vez mais propício para a propagação do conteúdo de mídia. Em parte, a propagabilidade é o resultado das mudanças na natureza das tecnologias que facilitam a produção, o *upload*, o *download*, a apropriação, o *remix*, a recirculação e a incorporação de conteúdo (Jenkins, Ford, & Green, 2014, p. 359)

Neste contexto, as empresas produtoras de grandes narrativas passam a pensar não mais no papel de um emissor isolado com controle total de suas produções, mas sim, pensar em conteúdos fragmentados o bastante

para que possam se propagar, serem discutidos, descontextualizados, ressignificados, e conseguir se manter no fluxo midiático, para consequentemente, conquistar engajamento e presença no âmbito cultural. Este processo, cada vez mais valorizado pelo mercado de mídia, se dá pelo fato de que tanto os produtores, quanto os consumidores, desempenham neste contexto um papel de equilíbrio de forças. Conclui-se que tão importante quanto produzir conteúdo hoje, é conseguir uma alta frequência de dispersão orgânica destas narrativas.

Este tipo de construção narrativa flerta com a questão de que o lucro é independente da distribuição paga. Ou seja, ao invés de pagar ou comprar um horário em um canal convencional, o fluxo pode ser propagado organicamente através da internet ou redes sociais, caso ele tenha essa característica fluida de narrativa. Para Jenkins, Ford e Green (2014), há uma variedade de considerações estratégicas e técnicas que podem aumentar as chances de um conteúdo poder ser propagado. Entre elas: relevância para vários públicos, fluxo constante de material, conteúdo capaz de ser descaracterizado e acoplado em toda uma variedade de sentidos, e estar disponível onde e quando o consumidor quiser.

Neste ponto, podemos articular o atual contexto sociocultural com o conceito de hipermodernidade (Lipovetsky & Serroy, 2011). Colocado em perspectiva no espaço contemporâneo, podemos analisar o consumo como uma dinâmica esquizofrênica, que resulta da necessidade em se fortalecer um importante papel social, no caso, do indivíduo como consumidor. Esse papel é intensificado pelo tipo de representação que o produto - ou marca – constrói por meio de narrativas. E dentro deste processo, o individualismo é responsável por organizar a ótica e os interesses do consumidor no mercado atual.

O comprador de novo estilo deixou de ser compartimentado e previsível: tornou-se errático, nômade, volátil, imprevisível, fragmentado, desregulado. Porque liberto dos controles coletivos à antiga, o hiperconsumidor é um sujeito zapeador e descoordenado. (Lipovetsky & Serroy, 2011, p. 57)

Podemos somar a esta questão, a capacidade do consumidor em propagar conteúdo acerca de seu objeto de consumo, o que o qualifica como um *media* também. A soma entre estes papéis – consumidor e produtor – nos fornecerá o contexto hipermoderno e dinâmico em que as narrativas se proliferam. Entendendo o contexto de consumo contemporâneo e suas estratégias de construção narrativa, podemos observar que as grandes histórias tendem a ser consideradas mais propagáveis, por conta da possibilidade de fragmentação, e por consequência, terão um maior engajamento e presença. Neste contexto, analisamos a questão de que o consumidor assume um papel ativo na formatação das narrativas.

O conceito de consumidor 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)

Com o desenvolvimento do Universo Cinemático Marvel (UCM) a partir das múltiplas plataformas de mídia que vieram a compor seu espaço diegético, se tornou evidente que, além dos filmes e produtos, a estrutura transmídia tinha também o interesse em promover junto ao público uma cultura de presença, dentro da acepção de Hans Ulrich Gumbrecht (2010, p. 105), e impor uma superestrutura de cultura de consumo de super-heróis. Podemos observar, que assim como o Uni-

verso Marvel, todo o contexto *geek*¹ foi ressignificado. Desta maneira, com a proliferação de conteúdos de fãs em sites e blogs, por exemplo, se construiu uma nova percepção, não apenas do termo *geek*, mas de todo o mercado de consumo de heróis e histórias ficcionais que até então não eram tão valorizadas enquanto cultura. Vamos desenvolver uma perspectiva teórica acerca das possibilidades do roteiro expandido, a partir da análise do UCM.

A Dinâmica de Dispersão e Convergência Narrativa no UCM

A proposta desta contextualização teórica é observar a narrativa transmídia enquanto uma ciência viva, e assim, entender a possibilidade de flexibilizar suas características. No caso do UCM, construir essa adaptação como uma narrativa estruturalmente infinita. A dinâmica trata do movimento cíclico entre duas fases distintas: dispersão e convergência. Para entender melhor o que cada fase auxilia na produção, devemos ter em mente a construção do UCM. Notamos que inicialmente, em meados de 2008, a franquia inicia seu universo narrativo com filmes de apresentação de cada herói. Hulk, Thor, Homem de Ferro e Capitão América têm suas histórias de origem contadas e adaptadas para serem lançados em um universo compartilhado de super-heróis. O curioso neste primeiro momento, é que entre uma produção e outra a Marvel lança os *one-shots*, microfilmes de poucos minutos que se passam entre um filme e outro. Um exemplo, é o curta *The Consultant* e *A Funny thing*

1. *Geek* é uma expressão usada originalmente de maneira pejorativa, por se referir a um padrão antissocial de indivíduos com interesses culturais, tecnológicos e intelectuais específicos. Hoje, o termo foi ressignificado, não tendo a mesma simbologia negativa.

happened on the way to Thor's hammer. São narrativas que estão disponíveis e podem ser acessadas no canal do YouTube da Marvel. Estas histórias servem para instigar o consumo do fã, e principalmente para mostrar que a franquia está em movimento. Assim, não se trata de vender filmes, mas sim, criar ferramentas que despertem o engajamento a partir da cultura de consumo de super-heróis, seus contextos e suas histórias.

A dispersão é este primeiro momento, que embora seja bastante didático na primeira fase, funciona de maneira a criar produtos diversos pensando em segmentos diversos, com o objetivo de atraí-los para a franquia, de forma a conduzir o espectador para a próxima fase, o ponto de convergência narrativa. Esta próxima fase, a convergência, tem seu primeiro momento em *Vingadores*, 2012, exatamente o *blockbuster* que conseguiu em seu ano de estreia a terceira maior bilheteria da história do Cinema. A dinâmica acontece, pois, após a dispersão encaminhar à convergência, o universo novamente se fragmenta e cria uma segunda fase de dispersão narrativa, desta vez, com a possibilidade de novas adaptações e ainda a possibilidade de criar mais complexidade, pois o fã engajado é extremamente ativo e busca informações em toda parte para entender o que se passa no UCM. Obviamente, a Marvel conta com isso.

Por se tratar de uma dimensão narrativa extremamente ligada aos conceitos de propagabilidade (Jenkins, Ford, & Green, 2014), nota-se a possibilidade de se entender esta estrutura narrativa, e explicar seu êxito, a partir de alguns tópicos que os autores chamam de princípios de propagabilidade. Por princípios, consideramos três questões com relação ao conteúdo do UCM que o fazem estar embasado neste aspecto. Primeiro, a disponibilidade. O fato da narrativa ser fragmentada, e ter

dezenas de produções faz com que ela possua milhares de combinações possíveis de sequências com as quais novos espectadores, e fãs já consolidados, possam ver e acessar a toda essa produção. De fato, seja através do Netflix, do site da Marvel, ou mesmo baixando na internet, todo o conteúdo está disponível o tempo todo, e o espectador, que é engajado, é totalmente ativo nesta dinâmica e busca a qualquer hora todo tipo de informação. A divisão por fases fragmenta o conteúdo.

O segundo princípio de propagabilidade é a expansão. A narrativa tem milhares de histórias por conta de suas origens dos quadrinhos, mas, também por meio da construção de seu universo narrativo, a Marvel acabou criando possibilidades de fragmentação de personagens em tempos, espaços, e universos diferentes. Assim, é quase infinita a possibilidade de se contar novas histórias a partir de fragmentos e ganchos deixados em cada narrativa já lançada. Essa abertura torna a franquia frequentemente relevante, tendo em vista que sempre haverá a chance de surgir uma nova história que oferece ao espectador uma possibilidade de enxergar a narrativa através de uma nova perspectiva. O entendimento do UCM se dá através do consumo de mais histórias. O terceiro e último princípio é a relevância. Por relevância, me refiro ao fato de que a estrutura transmídia cria e segmenta histórias e personagens através de plataformas diferentes de mídia. A distribuição de personagens como Demolidor, Luke Cage, Jessica Jones, Justiceiro e Punho de Ferro, por meio da parceria com o Netflix, contrasta bastante com a estética colorida dos filmes dos Vingadores no cinema. Mas de fato, isso serve para segmentar a franquia, e trazer ao universo narrativo novos fãs que possam se interessar por estéticas e gêneros diferentes dentro do mesmo universo. A forma como as produções para Netflix

flertam com a violência e usam uma fotografia mais densa e escura, serve para atrair um determinado público, que ao consumir, levará consigo novas camadas de referências que o encaminham, despertando interesse e curiosidade, para os pontos de convergência.

A Dinâmica de Fases Narrativas

É importante ressaltar que a narrativa fragmentada do Universo Cinemático Marvel, ao que parece, nos fornece um exemplo claro de que a possibilidade de construção de histórias é praticamente infinita. A partir de novos acordos sendo fechados com a Fox, que detém os direitos dos X-Men e Quarteto Fantástico, e as resoluções contratuais do Homem-Aranha, que pertence à Sony, a Disney/Marvel que regula todo o UCM, já possui alguns planos para os próximos anos. A fase 4, que começaria logo após *Vingadores: Ultimato*², 2019, já teve início e possui alguns títulos confirmados. Além de especulações acerca de personagens e equipes dependentes de negociações.

A proliferação narrativa do Universo Marvel contará a partir desta fase 4, com uma nova plataforma de conteúdo em streaming, desenvolvida pela Disney, o serviço Disney+, que concorrerá diretamente com Netflix. Por ora, vários títulos da Disney, além dos heróis da Marvel serão disponibilizados pela Amazon Prime Video, até o segundo semestre de 2020, quando o conteúdo migrará para o Disney+. Aqui é interessante mapearmos as fases: começando pela fase 1: *Homem de Ferro*, 2008 (dirigido por Jon Favreau), *O incrível Hulk*, 2008 (Louis

2. A produção alcançou a maior bilheteria da história do Cinema. Fonte: Box Office Mojo.

Leterrier), *Homem de Ferro 2*, 2010 (Jon Favreau), *Thor*, 2011 (Kenneth Branagh), *Capitão América: o primeiro vingador*, 2011 (Joe Johnston) e *Vingadores*, 2012 (Joss Whedon). Em paralelo, em 2012, a Marvel lançou o *Marvel Avengers Alliance*, um jogo para redes sociais que fortaleceu o lançamento do filme de 2012, e ajudou os fãs a explorarem seus personagens favoritos. A Marvel lançou também em 2011, nos quadrinhos, a série *Capitão América e os Vingadores Secretos*, que expande mais ainda o personagem, interagindo com o universo Marvel em novas histórias. Além disso, a Marvel inicia uma série com a produção dos *Marvel One Shots*, narrativas em formato de curta-metragem: *The consultant* (2011), *A Funny Thing Happened on the Way to Thor's Hammer* (2011) e *Item 47* (2012).

A fase 2, começa com *Homem de Ferro 3*, 2013 (dirigido por Shane Black), *Thor: O Mundo Sombrio*, 2013 (Alan Taylor), *Capitão América: O Soldado Invernal*, 2014 (Joe Russo), *Guardiões da Galáxia*, 2014 (James Gunn), *Vingadores: Era de Ultron*, 2015 (Joss Whedon) e *Homem-Formiga*, 2015 (Peyton Reed). Em paralelo, a Marvel expande o contexto do personagem Homem de Ferro, com a série em formato curta-metragem, *Marvel One Shots, All Hail the King* (2014). Além dos lançamentos pela ABC, as séries *Agentes da S.H.I.E.L.D.*, 2013, e *Agent Carter*, em 2015. No Netflix, o universo é fragmentado nas séries *Demolidor* (2015) e *Jessica Jones* (2015).

A partir de então, inicia-se a fase 3: *Capitão América: Guerra Civil*, 2016 (com direção de Joe Russo), *Doutor Estranho*, 2016 (Scott Derrickson), *Guardiões da Galáxia 2*, 2017 (James Gunn), *Homem-Aranha: De volta ao lar*, 2017 (Jon Watts), *Thor: Ragnarok*, 2017 (Taika Waititi), *Pantera Negra*, 2018 (Ryan Coogler), *Vingadores: Guerra Infinita*, 2018

(Anthony Russo), *Homem-Formiga e a Vespa*, 2018 (Peyton Reed), *Capitã Marvel*, 2019 (Anna Boden, Ryan Fleck), *Vingadores: Ultimato*, 2019 (Anthony Russo, Joe Russo). Expandindo o universo da franquia, as séries lançadas na plataforma Netflix: *Luke Cage* (2016), *Punho de Ferro* (2017), *Defensores* (2017) e *Justiceiro* (2017). Além disso, pela ABC, é lançada a série *Inumanos*, em 2017, e *Cloak & Dagger*, 2019. Pela plataforma Hulu, também houve o lançamento da série *Fugitivos*, 2018. Nos games, a Marvel lançou *Spiderman: be greater*, 2018, e *The Marvel Ultimate Alliance*, 2019. A fase 3 é concluída com o filme *Homem-Aranha: Longe de casa*, 2019 (Jon Watts).

A fase 4, que se inicia em 2020, já tem alguns lançamentos previstos, como os filmes *Viúva Negra* (2020), *Eternos* (2020), *Doctor Strange in the multiverse of madness* (2021), *Thor: Love and Thunder* (2021), *Shang-Chi: the legend of the ten rings* (2021) e *Blade* (2022). Além das séries na plataforma streaming da Disney, *Falcão e Soldado Invernal* (2020), *WandaVision* (2021), *Loki* (2021), *Hawkeye* (2021), *What if...?* (2021). O universo narrativo do UCM não apresenta nenhuma pretensão de ser concluído. Muito pelo contrário. Ele segue cumprindo a dinâmica de dispersão e convergência que estamos detalhando neste trabalho. Assim como as histórias em quadrinhos, as múltiplas tramas possíveis, e novos personagens que são introduzidos, acabam por desencadear novas narrativas possíveis, seja no cinema ou no *streaming*. Para além das narrativas já confirmadas, o UCM ainda vai expandir para uma fase 5, com títulos ainda não confirmados.

Desta forma, chegamos a concepção de um formato para ilustrar o conceito que detalhamos até agora. O Universo Cinemático Marvel desenvolve suas narrativas sob a perspectiva da Dinâmica de Dispersão

e Convergência Narrativa. De forma a estruturar cada história em um meio que melhor possa desenvolver cada narrativa. A dinâmica entre os processos de dispersão e convergência acaba por desenvolver uma ótica cíclica acerca do UCM. A proliferação de narrativas em diferentes estruturas que servem diferentes públicos, conduzem o espectador para os períodos de convergência. Neste ponto, a franquia conclui parcialmente uma problemática narrativa e passa a desenvolver novos conflitos e questões a serem trabalhadas nas próximas produções expandidas.

Os Elementos Catalisadores Narrativos

Bem, conforme tratamos do exemplo da Marvel, podemos aprender uma série de questões com os super-heróis. Essa experiência justifica a proposta de tentar formular um processo criativo capaz de dar conta da formatação de novas grandes narrativas. Essa ideia surge como um processo de roteirização para narrativas expandidas, tomando como base a análise que fizemos acerca do Universo Cinemático Marvel. Para isso, vamos enumerar os tópicos relevantes sobre os quais podemos traçar algumas considerações teóricas, com o objetivo de tornar a teoria deste trabalho, uma concepção prática possível e adaptável para outros tipos de histórias. Com o exemplo do UCM, proponho uma contextualização partindo dos elementos constitutivos das histórias. Vamos pautar o raciocínio acerca dos elementos do Universo Marvel em alguns tópicos específicos, que penso serem os elementos propagáveis da estrutura. No caso, vamos denominar o termo como elementos catalisadores narrativos dentro do Universo Cinemático Marvel.

A primeira questão importante neste contexto, diz respeito ao centro da narrativa que trabalhamos até então: os personagens. Estes são os elementos principais para o desencadear do enredo da história, para a jornada do herói (Campbell, 1949). Para tratarmos a respeito desse tema, enfatizo alguns condicionamentos específicos que acredito que sejam fundamentais para detalharmos o perfil dos personagens a ponto de estabelecermos possibilidades narrativas plausíveis. Entre elas está o *backstory*. Por *backstory*, me refiro a latência (Gumbrecht, 2014) que cada personagem carrega. A história - mais de meio século de narrativas nos quadrinhos - exerce uma potencialidade narrativa praticamente inesgotável para estes heróis. Observamos a latência do passado em cada ação do Capitão América, por exemplo. Sua ação no presente, suas falas, seu raciocínio e sua perspectiva acerca de cada conflito que enfrenta, são experiências que nos revelam nuances históricas do personagem. Essa soma de vivências que o herói carrega, como por exemplo, sua aventura na Segunda Guerra Mundial, desenvolvida tão rapidamente no filme *Capitão América: o primeiro vingador*, 2011, e em paralelo tão bem construída nos quadrinhos, nos revela características e acontecimentos que de certa forma moldaram o personagem que conhecemos hoje.

À essas experiências do passado, podemos chamar de latência (Gumbrecht, 2014). No caso, são as representações e vivências que de certa forma, se mostram como variáveis responsáveis pela formação do caráter do herói. Bem, por tratar de passados, volto ao conceito citado no início deste trabalho: a primazia do presente (Heidegger, 1988). Para tratar desta problemática, sugiro pensarmos que a linha temporal de ação de todo personagem pode ter diferentes presentes divididos ao longo de

todo o seu passado. Por presente, me refiro a todo contexto estrutural de tempo em que podemos desencadear alguma ação ou história.

No caso, podemos pensar na construção do *backstory* do personagem, como uma oportunidade de explorarmos um presente alternativo, ou um passado presentificado, em que alguma ação ou trama pode ser desenvolvida de forma a se encaminhar ao ponto zero da narrativa que estamos construindo. Vamos considerar aqui um personagem que em nosso roteiro é apresentado em um determinado momento de sua vida. Aproveitando o Capitão América, por exemplo, no filme de 2011, ele é apresentado relativamente jovem, numa idade em que procura se alistar no exército. A partir daí, sabemos que ele havia perdido os pais, e que se envolvia em brigas de rua. A história nos dá apenas esses pequenos indícios. Porém em uma proposta de expansão, podemos pensar em contar essas histórias que acontecem antes da narrativa do herói. Por exemplo, sua infância, sua relação com os pais, suas brigas e suas questões pessoais.

Uma expansão interessante, pode se dar também, através de personagens secundários. Vejamos ainda neste tópico, a personagem Peggy Carter, que é um interesse romântico de Steve Rogers. A produção da série da personagem, *Agent Carter*, de 2015, é uma forma narrativa que busca expandir através da ambiência dos anos 1950, a história desta personagem, após o desaparecimento do herói. O tempo presente dela é um passado perdido para Steve Rogers, quando acorda em pleno século 21 após ficar congelado durante décadas. Mas para os fãs, é uma oportunidade de explorar a atmosfera daquele momento histórico. Vivenciar um passado que o Capitão América não pôde viver.

Por falar em personagens, reitero que, quanto maior a dimensão de camadas, maior será a capacidade de expansão narrativa. O conceito de dispersão acontece, precisamente, pelo fato de que dentro de uma única estrutura narrativa – em um filme por exemplo – o espectador não consegue ter a completa visão da história do herói. Para atender esta demanda, e a fim de construir uma história propagável, podemos considerar expandir a narrativa a partir da estruturação de múltiplos tempos presentes, tendo como base o personagem, o herói, ou mesmo antagonistas e personagens secundários. No caso do Universo Cinemático Marvel, as centenas de histórias em quadrinhos dos heróis, nos fornecem uma incessante capacidade narrativa de cada um dos personagens, de modo a assumirmos que a fonte para novas histórias e adaptações é praticamente infinita. Neste ponto, temos uma contextualização prática da questão do personagem. A longa ficha de aventuras, de tramas e enredos dos quadrinhos, nos demonstra um ponto fundamental para a dinâmica de dispersão e convergência: inúmeras camadas de representação, ou ainda, a latência que cada herói carrega de seu passado.

Ainda neste ponto, podemos assimilar as ideias de Umberto Eco (2011), dentro da concepção de personagem flutuante. Ele aponta que este tipo de representação de personagem é capaz inclusive de se descolar de sua narrativa original, como uma espécie de protagonista universal. Assim, praticamente todos os heróis do UCM, se caracterizam como flutuantes, pois podemos conceber histórias sobre eles, de maneira independente ao cânone oficial da franquia dos quadrinhos. Dentro deste tópico, podemos pensar inclusive em expansão narrativa a partir de games, por exemplo. A possibilidade de imersão narrativa se dá de maneira interessante em estruturas capazes de se gamificar. Para

isso, dependemos da capacidade de presença do personagem, da sua atuação, e de suas possibilidades narrativas. Grandes histórias podem ser construídas a partir da complexidade de bons personagens. Dentro desta concepção, podemos aplicar o exemplo da Marvel, em qualquer nova história que desejamos contar e expandir. Para isso, podemos levar em consideração características específicas dos personagens que construímos. O passado, os traumas, suas relações, seus objetivos, suas frustrações. Todas as camadas que envolvem o protagonista, ou mesmo personagens secundários, podem ser desenvolvidas e ampliadas dentro de uma nova história. Assim, podemos pensar que narrativas geram novas narrativas. Ou ainda, a dinâmica de dispersão e convergência pode fazer com que a história não acabe nunca, como o UCM.

Um segundo tópico, para além da concepção dos personagens, podemos considerar também um outro elemento da narrativa capaz de se fragmentar: o contexto. A definição de contexto pode parecer simples, mas na verdade, me refiro a uma atmosfera criada pela narrativa original, capaz de gerar certa suspensão de descrença acerca das ações dos personagens e das tramas. Assim como aceitamos a viagem ao mundo bruxo de Harry Potter, podemos aceitar que a mágica é real, dentro dos limites do círculo mágico (Huizinga, 2014), que envolve a narrativa do personagem. A partir daqui, podemos pensar em fragmentação do ponto de vista do mundo físico habitado pelos heróis, o que podemos considerar como mais uma possibilidade de expansão.

No filme *Animais fantásticos e onde habitam*, 2016, temos uma experiência interessante. O universo narrativo é o mesmo de Harry Potter, porém, ele não aparece em nenhum momento. E nem é interessante que apareça. Quando a expansão ocorre a partir do contexto, é natural

que novas histórias surjam de maneira independente ao personagem da história original. No caso, alguns personagens se repetem – como Dumbledore, por exemplo – mas, ele está em um presente diferente da saga original. Com o personagem em uma versão mais jovem, a narrativa trata de contar a história que envolve suas experiências do passado, mas com suspense e dramatização que presentificam essa latência do personagem. Na conclusão narrativa, sabemos que a história entregará o mundo que conhecemos nos filmes de Harry Potter, porém, isso não deixa de ser construído de uma maneira interessante.

Um outro exemplo de expansão por contexto, pode ser considerado o universo narrativo de Star Wars. A trilogia é tão propagável (Jenkins, Ford, & Green, 2014) que podemos considerar aqui, que o contexto é uma ferramenta crucial para essa expansão. Existem tantas raças, religiões, planetas, ordens, e histórias em tempos diversos, que isso contribui infinitamente para a geração de mais conteúdo – conforme falamos anteriormente. Até mesmo a geração de *fanfics*, animações e quadrinhos, contribuiu para a dispersão narrativa da franquia e sua produção de presença. Por tratarmos de contextos, lembramos que assim como os personagens, quanto mais desenvolvido e bem construído for o espaço em que a narrativa original acontece, melhor podemos pensar em histórias capazes de expandir esse universo. O contexto da ficção precisa ser plausível dentro de uma lógica interna da narrativa, para que sua capacidade de expansão seja usada ao máximo. Podemos observar por exemplo, o contexto da batalha de Nova York, em *Vingadores*, 2012. Neste filme, a cidade é destruída, e isso possui sequências narrativas como no curta-metragem, *Item 47*, 2012. Nesta história, em resumo, um casal se depara com uma arma Chitauri largada nos escombros

da cidade de Nova York, após a batalha dos Vingadores. Eles então a utilizam para executar crimes, até que são encontrados pela agência SHIELD. A mesma cidade destruída é um cenário, sempre citado, nas séries produzidas para Netflix, como *Demolidor*, 2015, por exemplo. O espaço geográfico é o mesmo.

Ainda neste contexto, podemos observar a capacidade narrativa de certos espaços geográficos, tais como: Sokovia, região destruída em *Vingadores: Era de Ultron* (2015), Asgard, terra do herói Thor, ou mesmo Wakanda, país do personagem do Pantera Negra. Todos estes espaços são construídos com organizações sociais, culturais e mesmo questões políticas. Desta forma, podem servir como uma variável estrutural para compor novas histórias em novos formatos.

Como terceiro elemento para fragmentação narrativa, podemos considerar a dinâmica de tramas. Vamos relembrar o conceito de formatação de um roteiro tradicional. Tratamos primeiro da apresentação do personagem e do contexto. Neste início da narrativa, o espectador toma conhecimento de quem é o protagonista e sua perspectiva, também entende o contexto em que está inserida a história. Esse primeiro ponto é cortado pelo *plot*, ou primeira reviravolta, o que Campbell (1949) conceitua também como “chamado para a aventura”. Neste ponto, temos a caracterização do personagem, as regras do mundo que habita, e a proposta de uma jornada em aberto. Como sempre, ele aceita a jornada e a narrativa desenvolve a aventura através de conflitos e *beats* (McKee, 2002) – pequenos conflitos, mudanças de comportamento, ações e reações de personagens em determinadas situações – que vão sendo intensificados progressivamente, até o momento em que chegamos ao clímax da história. Nesta fase, o protagonista é colocado em seu teste

máximo, e precisa resolver uma grande crise, para se encaminhar à conclusão narrativa, o que Campbell chama de “retorno com o elixir”.

Descrevemos assim a tradicional Jornada do Herói (Campbell, 1949). Mas se a narrativa começa se desenvolve e termina, como podemos expandir essa história? Minha ideia é: de várias maneiras, a partir das tramas progressivas. Conforme tratamos anteriormente, temos os personagens e os mundos (ou contextos), que são elementos capazes de se expandir naturalmente. Mas aqui, temos agora uma dinâmica ainda mais interessante, a das tramas. Por tramas, me refiro a todos os conflitos que são desencadeados dentro das narrativas. Até mesmo os *beats* podem ser expandidos. A capacidade de imersão que os conflitos geram, é capaz de nos desencadear empatia com o personagem e seus dilemas. Aqui sugiro um dado importante, penso que seria interessante colocar o espectador subjetivamente na perspectiva do personagem. E a alternativa de expansão neste caso, pode ser justamente através de outras mídias, como nos games, por exemplo. Neste caso, podemos pensar em desenvolvimento paralelo de pequenos conflitos, situações que o protagonista tem que passar, mas que dentro de um filme, não é possível explorar com muito tempo. Assim, podemos pensar em ampliar essas experiências em outras mídias, promovendo a imersão no universo narrativo, de forma que possamos conhecer mais detalhes das tramas, por exemplo, a sequência que temos de *Homem de Ferro 3*, 2013, no curta metragem *All Hail The King*, 2014 que trata da vida na prisão do personagem que se intitula Mandarin - na verdade, um farsante - no filme de 2013. Na prisão, ele é entrevistado por outro personagem, que se diz interessado em sua história, e acabamos descobrindo que existe um

outro antagonista, que seria o verdadeiro Mandarin – inimigo clássico do Homem de Ferro – dentro dos quadrinhos.

Na prática, para pensarmos em uma estrutura possível, devemos considerar a narrativa transmídia um sistema flexível, capaz de se transformar. Com o desenvolvimento de novas histórias para todo tipo de propósito, devemos tomar como ponto de partida os elementos estruturais: personagens, contextos e conflitos. Assim é mais pragmático analisarmos a divisão em tempos e mídias diversas. Em meio a essas proposições, sugiro que possamos refletir também sobre o apelo de propagabilidade da narrativa. Quanto mais conteúdo e camadas o universo narrativo possuir, mais atenção e participação do espectador serão necessárias. Neste caso, devemos pensar no prosumidor, como um elemento crucial para a propagação das narrativas expandidas. Essa colaboração e participação demandam a produção constante e múltipla de conteúdo. Este material precisa ser assimilado e novamente, fragmentado, justamente, pela criação de narrativas paralelas, seja em blogs, redes sociais ou canais de YouTube. Quanto mais complexo for o universo narrativo, mais se exige que o espectador participe, e por ser complexa, a própria narrativa vai fornecer subsídios para que o fluxo de informações de usuários se intensifique. Assim, os fãs podem comentar, fazer relações, propagar teorias, e até mesmo criar narrativas à margem do cânone. Essa participação é crucial para que a narrativa se consolide como uma grande história.

Assim, podemos considerar a partir da perspectiva de Paolo Bertetti (p. 2350, 2014), que “personagens, assim como outras entidades ficcionais, como tramas e contextos, não são entidades textuais, mas construções cognitivas, desenvolvidas por um intérprete em resposta a

um texto”. Neste caso, relacionamos a esta resposta cognitiva, o papel ativo do consumidor de narrativas que é capaz de estabelecer relações semânticas e representações a partir de sua percepção dos elementos catalisadores narrativos.



Figura 1. Elementos Catalisadores Narrativos. Elaboração do autor.

Para além dos três elementos catalisadores narrativos citados, podemos considerar ainda que, nesta estrutura específica do Universo Cinemático Marvel, a expansão, do ponto de vista macro, é também interligada por artefatos ou itens. Objetos que inspiram praticamente todas as tramas, como as fundamentais Joias do Infinito. Praticamente, as três fases iniciais do UCM giram em torno da busca do vilão Thanos por essas joias, e a tentativa dos heróis de evitar que ele consiga. A vitória decisiva dos heróis em *Vingadores: Ultimato*, 2019, se dá justamente, pelo fato de que o Homem de Ferro se sacrifica para controlar esses artefatos. Este

formato de narrativa flerta com o conceito de busca, ou *the quest* (Booker, 2004) uma forma de enredo e estruturação narrativa que é pautada pela busca por algum objeto especial, algo com valor inestimável.

Nenhum tipo de história é mais instantaneamente reconhecível para nós do que a ‘Busca’. Muito distante, nós aprendemos, existe um objetivo incalculável, que vale a pena qualquer esforço para alcançar: um tesouro; a terra prometida; algo de valor infinito. Desde o momento em que o herói aprende sobre este prêmio, a necessidade de estabelecer uma longa e perigosa aventura para alcançá-lo se torna a coisa mais importante do mundo para ele. (Booker, 2004, p. 69)

Observamos que o Universo Cinemático Marvel criou uma superestrutura de entretenimento que vai desde filmes, séries, curtas-metragens, quadrinhos, brinquedos, camisetas, e se espalha através de blogs, páginas, e sites de fãs que alimentam o fluxo de informações acerca da narrativa. Dentro deste contexto, analisamos que a Marvel não está vendendo um filme no cinema, uma série de TV, um boneco do Capitão América ou mesmo uma revista em quadrinhos. Neste caso, trata-se da proliferação e geração de cultura de consumo de heróis. Vale considerar inclusive a influência direta que esta estrutura teve na concorrente DC Comics, que começou a produzir filmes da Liga da Justiça, embora sem aplicar o conceito transmídia, e passou a fazer filmes solo dos heróis também. O fenômeno desencadeado pela Marvel é algo inédito no contexto contemporâneo, que gerou representação a quem consome, e incentiva o espectador a todo momento a se engajar e fazer parte deste universo de histórias fantásticas.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros

de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos a vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo. (Jenkins, 2008, p. 28)

Por se tratar de um universo em movimento, o UCM conta com a participação ativa do seu público, seja ele iniciado nos quadrinhos ou iniciado nos filmes. Esses dois tipos de público têm em comum o fato de que, para entender a narrativa fazendo as conexões das histórias, eles têm a característica de ser extremamente engajados na estruturação transmídia. Ou seja, a franquia conta com o fato de que, por suas produções estarem disponíveis em diversas plataformas, o seu público será capaz de consultar e buscar essas informações o tempo todo. A própria complexidade narrativa que a dinâmica de dispersão e convergência tende a criar é uma consequência dependente desta predisposição do público ativo. Assim, como o personagem Doutor Estranho observa as infinitas possibilidades de futuros em *Vingadores: Guerra Infinita*, 2018, os fãs também podem interpretar as produções e seus possíveis desfechos.

Conclusão

A proposta deste estudo é contextualizar a flexibilização do conceito de narrativa transmídia, por meio da Dinâmica de Dispersão e Convergência Narrativa. Este processo foi detalhado e conceituado a partir da

disposição da narrativa do Universo Cinemático Marvel. Desta maneira, estabelecemos uma nova maneira de pensar a convergência midiática. Também fica claro que a premissa deste trabalho seja revelar a estrutura narrativa capaz de gerar a presença e propagabilidade do Universo Cinemático Marvel, para que assim, pudéssemos observar atentamente a franquia em termos, do que denomino, de elementos catalisadores de narrativas: personagens, lugares e tramas – pontos fundamentais na construção de histórias. A análise a partir destes átomos narrativos, nos fornece subsídios para compreender sua complexidade, e por consequência sua capacidade de se expandir e gerar novas experiências narrativas. Além disso, é interesse deste trabalho, demonstrar a capacidade de expansão de narrativas, como também propor – a partir do exemplo do Universo Cinemático Marvel – um modelo de processo de fragmentação de histórias. O recorte que fizemos do UCM, nos mostra elementos capazes de produzir presença devido à sua alta espessura de representações. Essa latência provocada pela contextualização dos personagens, lugares e tramas, promove uma interdependência narrativa que faz com que o universo possa ser cada vez mais explorado, fragmentado e expandido. Carregando sempre essa engrenagem de coesão estrutural por meio da performance e presença (Gumbrecht, 2010) de seus elementos.

Por fim, enfatizo que a diferença do processo desencadeado pelo UCM com relação à outras narrativas que também possam ter utilizado o conceito de transmidiação de seus conteúdos, está colocada a partir do fato de que a Marvel aplica a proposta que denomino de Dinâmica de Dispersão e Convergência Narrativa - como uma construção de dimensão de realidade ficcional paralela, porém, colada ao nosso espaço cotidiano, de forma a transpassar, por vezes, essa linha tênue entre a

realidade e a ficção - e esta estruturação flexibiliza a transmidiação, construindo um universo narrativo de forma completamente constante, ilimitada e, aparentemente, infinita.

Referências

- Booker, C. (2004). *The seven basic plots: why we tell stories*. New York: Continuum.
- Bertetti, P. (2014). Toward a Typology of Transmedia Characters. *International Journal of Communication*, 8, 2344–2361.
- Campbell, J. (1949). *O herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix/Pensamento.
- Eco, U. (2011). *Confissões de um jovem romancista*. São Paulo: Cosac Naify.
- Gosciola, V. (2010). *Roteiro para as Novas Mídias* (3a. ed.). São Paulo: Senac.
- Gumbrecht, H. U. (2010). *Produção de presença*. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC.
- Gumbrecht, H. U. (2014). *Atmosfera, ambiência, stimmung: sobre um potencial oculto da literatura*. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC-Rio.
- Heidegger, M. (1988). *Ser e tempo* (M. de. S. Cavalcante, Trad., Parte I). Petrópolis: Vozes.

- Huizinga, J. (2014). *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2014). *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2009). *Tela Global*. Porto Alegre: Sulina
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2011). *A Cultura-Mundo: Resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras.
- McKee, R. (2002). *Story: Substancia, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro*. Curitiba: Arte e Letra.
- Ribeiro, M. T. .V. (2016). *Heróis em Convergência: a dinâmica de dispersão e convergência na narrativa transmídia do Universo Cinemático Marvel* (Dissertação de Mestrado). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.

Entre o Rádio, a Televisão e a Internet: Fluxos Intermediáticos e Narrativa Transmídia na Teledramaturgia Brasileira

Nair Prata
Sônia Caldas Pessoa
Vanessa Cardozo Brandão

Articulações Intermediáticas: Novela, Rádio, Televisão e Internet

Escolhemos para este texto estabelecer um diálogo entre um produto narrativo em expansão e a perspectiva de Rajewsky (2012) sobre intermedialidade, identificando pistas e estabelecendo trilhas para a compreensão do fenômeno de narrativa transmídia que articula conexões entre o rádio, a televisão e a internet em dinâmicas e fluxos cuja centralidade é uma novela.

A novela *Êta Mundo Bom!* produzida pela Rede Globo de Televisão evoca não apenas o diálogo entre duas mídias - rádio e TV - mas também opera uma trama intertextual que resgata a memória midiática do gênero dramático, através de um processo de hibridação entre diferentes mídias. O diálogo intermediático se torna ainda mais potente ao possibilitar a interação com a audiência, por meio da expansão narrativa da radionovela para plataforma multimídia em um portal em ambiente digital, que possibilita a “mixagem” de TV e rádio.

Em um breve resgate descritivo do produto, lembramos que a telenovela *Êta Mundo Bom!* foi produzida e exibida pela TV Globo, no horário das 18 horas, de 18 de janeiro a 26 de agosto de 2016, em 190 capítulos. Escrita por Walcyr Carrasco e colaboradores, teve direção geral e artística de Jorge Fernando. A história foi livremente baseada nos contos *Cândido*, ou *O Otimismo*, publicado pelo filósofo Voltaire em 1759 – e que deu origem ao filme brasileiro *Candinho*, de Abílio Pereira de Almeida, em 1954 – e *O Comprador de Fazendas*, publicado no livro *Urupês*, de Monteiro Lobato. A trama de *Êta Mundo Bom!* transcorre nas décadas 1940/1950, período considerado os anos dourados do rádio. Como parte da história televisiva, os personagens escutavam, na Rádio Diamante, uma radionovela chamada *Herança de Ódio*, uma adaptação da trama original de Oduvaldo Vianna, escrita por Otávio Martins, com supervisão de Walcyr Carrasco. Como estratégia transmídia, a Rede Globo decidiu produzir e transmitir a radionovela também aos ouvintes da Rádio Globo (Martínez-Costa & Prata, 2017) e pelo GShow – portal de entretenimento da mesma emissora. Dessa forma, às segundas, quartas e sextas-feiras a população brasileira seguiu pelo rádio as tramas de *Herança de Ódio* que tanto fascinavam os personagens de *Êta Mundo Bom!*. Pelo site, foi possível acompanhar e entender como eram produzidos os efeitos de som e ouvir os áudios dos episódios, bem como acompanhar os bastidores das gravações e cenas estrategicamente escolhidas para associar as produções (Figura 1).



Figura 1. Eponina, personagem da telenovela, passava os dias acompanhando a radionovela (Marinho, 2016)

Nas últimas décadas, o conceito de *transmídia* tem ganhado forte destaque na pesquisa e na análise de produtos e narrativas midiáticas, em especial, a partir dos estudos de Henry Jenkins, que se popularizaram rapidamente a partir da adoção do conceito de “*transmedia storytelling*”. O conceito foi primeiramente usado por Marsha Kinder e Mary Celeste Kearney (1991), traduzido como “*narrativa transmidiática*” e associado por Jenkins à sua leitura da “*Cultura da Convergência*” (2008). Aparece também em destaque nos estudos de Carlos Scolari (2013) e, embora com algumas distinções, em ambos autores, é notável que *transmídia* surge como uma estética narrativa típica da cultura da convergência, associada a outros traços, como a cultura participativa e a inteligência coletiva.

A partir do que consome e compartilha, e do modo como estabelece pontes entre o conteúdo do sistema midiático centralizado com a sua

experiência no mundo, o sujeito da cultura de convergência vive sua experiência no mundo contemporâneo. Nesse cenário, a ideia de dissociação entre os modelos de mídia massivos e os modelos interativos estaria ultrapassada. Afinal, estes modelos raramente existem assim, separados e em estado puro, mas vivem se atravessando mutuamente, gerando uma cultura de fluxos comunicacionais em várias direções, chamada por Henry Jenkins (2008) de “cultura da convergência”. O termo, empregado por vários autores nos estudos de comunicação atuais, ganha um contorno mais claro pelos estudos de Jenkins:

A convergência dos meios é um processo em andamento, ocorrendo em várias interseções de tecnologias de mídia, indústrias, conteúdo e audiências; não é um estado final. Nunca haverá uma caixa preta para controlar todos os meios. Ao invés disso, graças à proliferação dos canais e à natureza cada vez mais ubíqua da computação e das comunicações, nós estamos entrando numa era onde a mídia estará em toda a parte, e nós usaremos todos os tipos de meios de comunicação relacionando-os uns aos outros. Nós desenvolveremos novas habilidades para controlar a informação, novas estruturas para a transmissão por meio desses canais, e novos gêneros criativos para explorar os potenciais dessas estruturas emergentes (Jenkins, 2008, p. 93).

Essa forma de compreender a convergência dos meios, e também o atravessamento entre eles, revela o modo como as mídias devem ser concebidas cada vez menos como suportes – em seu caráter material e técnico – mas principalmente como um traço que desenha a forma de existência em nosso tempo. Nós nos relacionamos através das mídias,

fazendo usos particulares delas e criamos linguagens em dinâmicas de apropriação¹.

A partir da matriz conceitual da cultura de convergência, a abordagem transmídia tornou-se importante nos estudos de mídia contemporâneos, em especial na análise de produtos midiáticos de ficção, tais como narrativas cinematográficas, televisivas, literárias e de jogos.

Assim, o caso de *Êta Mundo Bom!* nos parece produtivo para uma leitura do potencial de conexão com múltiplas audiências, a partir das articulações intermediárias que opera em três instâncias, particularmente: entre as mídias rádio e televisão; entre a dramaturgia da radionovela e da telenovela; e entre o passado da memória da radionovela e o presente da telenovela. O ambiente digital traz ainda uma atualização através das possibilidades da “modalidade” multimídia (Elleström, 2017), em que a linguagem se torna multimídia em função dos diversos produtos feitos para consumo da audiência em vários pontos de entrada - Rádio Globo, TV Globo, GShow. A internet aparece enquanto mídia planejada para a convergência de audiências e a expansão da narrativa em natureza multimídia, com a produção e a postagem online de vídeos da radionovela *Herança de Ódio* em uma websérie homônima, na qual identificamos aspectos que a situam em uma metalinguagem das várias

1. É digno de menção que o estudo de Henry Jenkins sobre narrativa transmídia em “Cultura da Convergência” (2008) continua em desenvolvimento, sendo de particular relevância o conceito de mídia propagável elaborado em “Cultura da Conexão” (2014). Embora esse desdobramento tenha grande potencial em estudos de transmídia na interface com a cultura participativa e nos estudos do engajamento da audiência como produtora em lógicas *fandom*, optamos por não aprofundar nesse desenvolvimento dos estudos de transmídia por não ser especialmente produtivo para o objeto da análise realizada neste trabalho.

formas midiáticas do fazer dramaturgico, como vemos em um exemplo a seguir (Figura2):

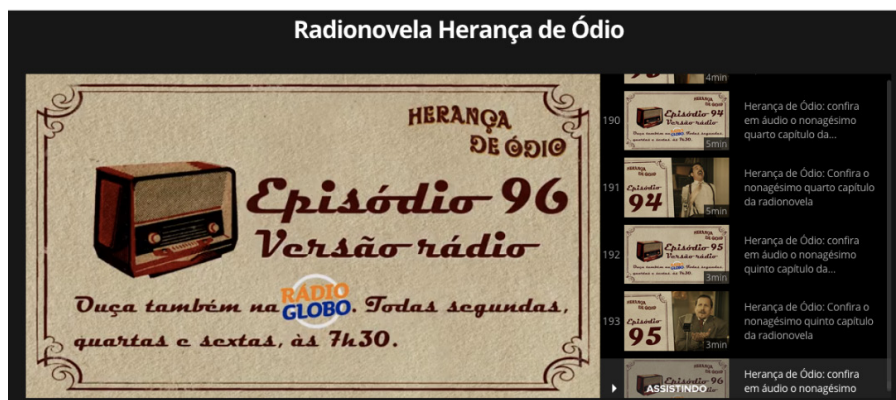


Figura 2. Captura de tela da lista de reprodução de episódios de *Herança de Ódio*. GShow (2016). Radionovela Herança de Ódio. Recuperado de <https://gshow.globo.com/webseries/radionovela-heranca-de-odio/playlist/radionovela-heranca-de-odio.ghtml>

Os episódios ambientados no portal da Rede Globo constituem-se como estratégicos em uma operação de jogo com a audiência contemporânea, que navega em fluxos que se expandem para várias direções, no contexto da convergência de meios. A própria estrutura narrativa da websérie é reveladora desse movimento de engajamento da audiência, que se conecta com a narrativa em diferentes modos de entrada. Todos os episódios são postados duplamente: em uma versão rádio, em que a tela é estática e o conteúdo da radionovela, após ir ao ar na Rádio Globo, é reproduzido; e em uma versão audiovisual, em que se cria um enredo que muito se assemelha ao gênero televisivo. Nessa segunda versão, que se apresenta como “telenovela da radionovela”, cada episódio tem como enredo a própria gravação da radionovela, com atores da ficção

televisiva caracterizados como os atores originais da radionovela ambientada na década de 1950 *Herança de Ódio*.

Intermedialidade e Transmídia: Fundamentos Teórico- Metodológicos

Embora produtiva para a análise de produtos de ficção em “franquias”, com apelo comercial de engajamento dos fãs com a narrativa feita para o consumo de universos em expansão, no caso específico que analisaremos, a teledramaturgia *Êta Mundo Bom!* parece estabelecer sua força menos pela “expansão” da narrativa central em outras narrativas autônomas, tal como postulado pelo conceito de narrativa transmídia, e mais pelas *relações entre as mídias* rádio, televisão e web.

Por isso, recorreremos também aos estudos de intermedialidade, que traria conceitos produtivos para observar movimentos realizados pela rede de *fluxos intermediáticos* entre a telenovela *Êta Mundo Bom!*, a radionovela *Herança de Ódio* e a websérie de vídeos *Herança de Ódio*. Estes seriam movimentos importantes a se destacar nesse caso empírico: a *transposição* de uma mídia a outra (da radionovela à teledramaturgia; da teledramaturgia à radionovela, em via de mão dupla) e a *intertextualidade* na estrutura narrativa da telenovela, ao resgatar a memória de uma radionovela da década de 1950 *Herança de Ódio*, recriando-a não apenas no rádio mas também em pequenos vídeos-episódios que circularam no portal GShow. A um só tempo, esses elementos convocam ainda um diálogo entre o mesmo gênero – novela – em diferentes modos midiáticos de organização, o sonoro e o audiovisual.

Na análise a seguir, propomos incorporar a perspectiva dos estudos de intermedialidade, a partir de Elleström (2017) e, especialmente, de Rajewsky (2012). Compreendendo a telenovela como narrativa em fluxo intermediático, buscamos olhar não apenas para seu eixo narrativo, mas também para o seu espaço comunicacional expandido para além da mídia televisiva, nas relações com a mídia rádio – *off* e *online*. Por tratar-se de um estudo inicial, neste texto, empreendemos uma análise descritiva a partir dos aspectos teórico-metodológicos aqui articulados propondo que a observação etnográfica não se consolida como um fim, mas como um modo possível de explorar a complexidade do produto.

Irina Rajewsky (2012) aborda a intermedialidade em pelo menos dois sentidos: um amplo e um estrito. No sentido amplo, como campo de estudos das relações entre mídias, vistas no cenário de convergência e amplo entrelaçamento entre mídia e cultura, o conceito parece ter relação com transmídia, como característica da cultura de convergência de Jenkins. Nesse ponto de vista, Rajewsky contrapõe intermídia a outros conceitos, como remediação, de Bolter e Grusin (2000), que contribuem para a visão de que mídias emergentes sempre se articulam com outras mídias anteriores em um processo de “mixagem”. Para esses autores, em uma perspectiva histórica, toda mídia faz arranjos a partir de mídias anteriores. A partir dessa questão, o problema apontado por Rajewsky é duplo: estudar arranjos “entre” mídias distintas, é assumir que mídias são unidades distintas, autônomas entre si e com claras delimitações de fronteiras. Assim, a autora pergunta, como podemos lidar com a questão das “fronteiras entre as mídias”?

Para lidar com esse problema das fronteiras em um cenário contemporâneo, em que o multimídia pareceu fazer da mixagem um valor

onipresente, Rajewsky propõe sentidos mais estritos para a análise da intermedialidade. A autora percebe que visto no sentido amplo, intermedialidade é um conceito que poderia cair no vazio, tornando-se pouco produtivo como categoria de análise para a relação entre as mídias. Como Rajewsky argumenta, é por isso que o conceito acaba por desdobrar-se em outros campos, mais estritos, desdobrando-se sobre tipos de fenômenos intermediários. Nesse ponto, a autora aponta três grupos de fenômenos dos estudos de intermedialidade: 1) intermedialidade no sentido estrito de transposição midiática; 2) intermedialidade no sentido de combinação de mídias, como nas formas multimídia; 3) intermedialidade no sentido de referências intermediárias, ou ainda no campo da intertextualidade (2012, p. 58). Partindo dessa perspectiva, podemos perceber que todas essas dimensões são importantes para a análise do fluxo entre rádio, televisão e internet.

Nesse campo da telenovela enquanto produto que se expande para outras mídias, e ainda que se articula a partir da memória do gênero novela na radiodifusão brasileira, inaugurando um complexo arranjo de relações múltiplas entre instância produtora, audiências, produto midiático e mídia (televisão? tela do celular? rádio?), parece produtivo o conceito de “configuração midiática” das manifestações artísticas, apresentado em sua complexidade por Rajewsky (2012) e sua visão sobre o caráter de jogo com as fronteiras materiais das diversas textualidades artísticas.

De modo similar, buscamos compreender a telenovela em seu caráter de construto textual, em relação com outros textos precedentes – a radionovela como gênero, através da intertextualidade com uma radionovela, em específico –, resgatando a memória da radiodifusão

brasileira pela estratégia da intertextualidade. Mesmo sendo a estrutura seriada da teledramaturgia o objeto primário do agenciamento de sentidos, no contexto da comunicação digital e seus fluxos midiáticos, ele pode se expandir para além de seu espaço-tempo canônico de exibição, a televisão aberta, atraindo a audiência para o espaço digital e para o rádio, em expansão narrativa da teledramaturgia.

Optamos para este estudo estabelecer diálogos entre os aspectos apontados por Rajewsky (2012) sobre intermedialidade a partir de uma observação exploratória do produto narrativo em expansão com um olhar cuja inspiração se dá nos estudos de inspiração etnográfica (Jouet & Caroff, 2013; Pessoa, 2018) em ambientes digitais. Distanciamos-nos, assim, das perspectivas de pesquisa cujo foco são os métodos digitais, centrados em volumes quantitativos de dados para a pesquisa sobre fenômenos sociais coletivos (Rogers, 2015; Venturini et al., 2018). Para tal, compomos um *corpus sui generis* (Pessoa, 2018), conformado a partir de episódios da telenovela *Êta Mundo Bom!* em permanente articulação com episódios originais da radionovela *Herança de Ódio* e vídeo-episódios da websérie veiculada no Portal GShow.

Não se trata de uma análise cronológica nem tampouco conteudista, que prevê a investigação de todos os episódios. Por outro lado, seguimos as pistas do que chamamos de *fio condutor* empírico da pesquisa, isto é, a telenovela, em suas trilhas atravessadas pela radionovela e pelas textualidades midiáticas verbovisuais em ambientes digitais. Tal concepção é derivada do texto visual de Abril (2007), que compreende várias experiências em relação a produtos midiáticos ou articulados com a mídia, como as sonoras, por exemplo, para além da imagem.

O que nos propusemos foi incursionar pelos elementos que permeiam as conexões desse desafiador universo intermediático ancoradas nas ideias de Hyne, em entrevista a Campanella (2015, p. 170), para quem uma abordagem etnográfica na internet nos exige: “alguns tipos específicos de criatividade, de modo a ser capaz de detalhar os modos pelos quais as atividades on-line produzem sentido”.

A internet permeada adquire seu significado nos contextos com os quais ela está associada. As conexões múltiplas e imprecisas entre *on-line* e *off-line*, e as diversas estruturas de produção de significado que usamos para construir sentido do que acontece *on-line*, com frequência nos levam a noções de campo móveis, conectivas e multiespaciais. Elas também incitam reflexões sobre a responsabilidade que o pesquisador de campo assume ao delinear seu objeto específico de estudo, escolhendo estudar alguns aspectos da internet incorporada mais do que outros (Campanella, 2015).

O Resgate da Radionovela: Tramas, Enredos e Narrativas

A trama de Oduvaldo Vianna *Herança do Ódio* já foi levada ao público brasileiro por três vezes: como uma radionovela de 25 capítulos exibida pela Tupi Difusora de São Paulo, entre dezembro de 1951 e fevereiro de 1952; uma outra versão, desta vez como telenovela, adaptada por Janete Clair, com produção e exibição pela TV Rio, entre março e agosto de 1966 e, mais recentemente, em 2016, no caso em análise, como uma radionovela escrita por Otávio Martins, com a supervisão de Walcyr Carrasco, com produção e exibição pela Rede Globo.

Herança de Ódio teve 96 capítulos, com média de duração de três minutos cada um. Além das vozes do narrador, dos atores e atrizes, o áudio era repleto de trilhas musicais e efeitos sonoros produzidos ali mesmo no estúdio, como nos tempos do apogeu das radionovelas (Figura 3).



Figura 3. A produção dos efeitos sonoros era feita no próprio estúdio. Bol Fotos. (n.d.). Elenco da radionovela “Herança de Ódio”, a favorita dos personagens de “Êta Mundo Bom”. Recuperado de <https://noticias.bol.uol.com.br/fotos/entretenimento/2016/03/09/heranca-de-odio-a-radionovela-de-eta-mundo-bom.htm>

O primeiro capítulo de *Herança de Ódio* resgatou a linguagem radiofônica da época, com elementos sonoros que provocaram semelhanças com a ambiência dos anos 1950 com imagens distribuídas em

ambientes digitais. Foram três minutos e nove segundos de duração, a partir do seguinte *script*, tipicamente radiofônico²:

Vinheta: Você vai ouvir agora a radionovela Herança de Ódio.

Locução: Caros ouvintes, o sabonete Amor Paulista apresenta Herança de Ódio, inspirada na obra de Oduvaldo Vianna e escrita por Otávio Martins, com supervisão de Walcyr Carrasco. O drama de um homem que defende sua família em nome da honra.

Narrador: A pequena Trindade já não é mais uma pacata cidade. Transformada pelo progresso, as verdes colinas deram lugar às chaminés e à fumaça tóxica da ambição.

Motorista: Dr. Daniel, um maluco está acelerando feito doido...

Dr. Daniel: Ele parece querer nos forçar a pegar outro caminho... Alguém está tentando me matar! Pegue a direita.

Motorista: Não posso, doutor. Vem outro carro naquela direção.

Dr. Daniel: Cuidado! Nós vamos bater! Ahhhhhhhhhhhhhhhhh

Homem: Coloque fogo em tudo, não podemos deixar rastros.

Narrador: Coincidentemente, naquele momento, a bela e intrépida advogada Cristina Monteiro passava pelo local.

Cristina: O carro do Dr. Daniel explodiu! Oh, destino! Quase fui nora daquele homem em chamas e serei eu a avisar o filho dele, Adriano, sobre o acidente do pai! Espere! O Dr. Daniel... ah...ainda se mexe...

Narrador: Conseguirá o Dr. Daniel escapar da morte? Não perca o próximo capítulo desta intrigante radionovela Herança

2. Transcrição feita pelas autoras deste texto, a partir do áudio disponível em Rádio Globo. (Produção). (2016, janeiro 18). Acompanhe o primeiro capítulo da radionovela 'Herança de Ódio' [Áudio podcast]. Recuperado de <https://radioglobo.globo.com/media/audio/3793/acompanhe-o-primeiro-capitulo-da-radionovela-heran.htm>

de Ódio. Proporcionada pela ação rejuvenescedora do Amor Paulista, seu parceiro para o dia a dia mais perfumado e elegante.

Vinheta: Você ouviu o primeiro capítulo da radionovela Herança de Ódio, que faz parte de Êta Mundo Bom! A nova novela das seis que estreia hoje na TV Globo.

Resgatar a radionovela é um modo de reverenciar a memória de Oduvaldo Viana, pouco conhecido do público contemporâneo. Considerado “um dos mais produtivos autores de radionovelas no Brasil. Oduvaldo escreveu pelo menos 123 novelas para o rádio, além dos textos de radioteatro, de esquetes e de peças teatrais” (Carmo, 2007, p. 10). Ele era jornalista e escritor de teatro e cinema, mas quando trabalhou na Rádio El Mundo, de Buenos Aires, em 1939, também se iniciou como radionovelistas. Em 1940, voltou ao Brasil e ofereceu um pacote de *scripts* a várias emissoras do Rio e São Paulo, sem resultado. Algum tempo depois, Oduvaldo aceitou um convite para dirigir a Rádio São Paulo e lá lançou o gênero que o consagrou e se tornou uma marca nacional. “A Rádio São Paulo passou a apresentar novelas nos três períodos, chegando a ter no ar, diariamente, nove novelas. A primeira radionovela lançada por Oduvaldo Vianna no Brasil foi *Predestinada*, em 16 de setembro de 1941” (Costa, 2007, p. 61).

O gênero novela – radionovela e telenovela – se confunde com a própria história da cultura brasileira. Desde os anos 1940 que estas narrativas cheias de amor, ódio, intrigas e também humor conformam o imaginário nacional, criando mitos e agendando a vida da sociedade. A primeira radionovela brasileira foi *Em Busca da Felicidade*, e ficou no ar quase dois anos, entre junho de 1941 e maio de 1943, a partir da história original do cubano Leandro Blanco e adaptação de Gilberto Martins,

com patrocínio da pasta dental Colgate. Esta primeira experiência foi um grande sucesso e, a partir daí, o gênero se difundiu, principalmente no Rio de Janeiro, com a Rádio Nacional e em São Paulo, com a Rádio São Paulo. “O modelo utilizado era o das *soap-operas* surgidas nos Estados Unidos na década de 1930 e concebidas originalmente como veículos de propaganda das fábricas de sabão, devendo atingir um público predominantemente feminino” (Calabre, 2002, p. 36). Mas o maior exemplo de sucesso de radionovela no Brasil foi *O Direito de Nascer*, exibida em 314 capítulos a partir de 1951, ficando quase três anos no ar. Calabre (2002) explica que a radionovela ocupou os noticiários, “gerando debates entre especialistas diversos, como advogados, psicólogos, membros da igreja, ginecologistas, etc.” (pp. 37-38). A trama tinha uma audiência tão expressiva “que em seus últimos capítulos o comércio fechava mais cedo. Os jogos de futebol tinham os horários alterados e os cinemas começavam suas sessões mais tarde, após a transmissão da novela” (Calabre, 2002, p. 38).

Na articulação entre a radionovela e a websérie, no caso em análise, nota-se o uso de uma operação metalinguística complexa: há uma história da radionovela no Brasil dentro da história da websérie. Segundo o ator e dublador Gustavo Nader, que interpretou o personagem Altamar em *Êta Mundo Bom!*, resgatar a emoção da radionovela nos tempos atuais é uma forma de homenagear uma parte importante da história do Brasil:

A precursora da telenovela merece essa homenagem. Fazer uma radionovela dentro da TV é muito interessante quando os personagens da trama interpretam os personagens da Rádio Diamante, temos que fazer um tom acima da interpretação, como era feito na época. Quando estamos fazendo só os personagens, buscamos a linguagem mais naturalista. O trabalho de preparação para fazer a radionovela

foi bem cuidado. O diretor Diego Morais nos chamou algumas vezes para que tivéssemos reuniões e ensaios. Algumas coisas surgiram organicamente: a risada do Colman, o ‘papai’ de Cristina, o jeito do Adriano falar ‘Creistina’ (Marinho, 2016).

A história da radionovela, por sua vez, é usada no enredo da telenovela *Êta Mundo Bom!*, reduplicando a estrutura que traz a radionovela *Herança de Ódio* como gênero e ambiência de mídia da época ambientada - a década de 1950 - e ainda como uma “personagem” que “atua” como performance dentro da história da telenovela, em 2016. Apresentada em episódios inéditos três vezes por semana, *Herança de Ódio* contou a história de uma família respeitada que estava em vias de perder sua fortuna e honra na pequena cidade de Trindade. O jovem Adriano Trindade jurou ao seu pai Daniel, pouco antes de morrer, que assumiria o comando das indústrias da família. O rapaz foi para São Paulo e lá enfrentou a fúria de inimigos incansáveis para defender seu patrimônio. Mas Adriano tinha uma noiva fria e calculista, Leonor, que fazia tudo para afastá-lo de Cristina, um antigo amor.

O diretor geral da produção – telenovela e radionovela – Jorge Fernando, explicou o processo de criação para o rádio e para a TV:

O processo é muito prazeroso, é muito divertido de a gente fazer, mas é muito cansativo porque ao mesmo tempo nós temos que produzir a novela e produzir a radionovela. São duas produções. Tem uma equipe só para fazer a novela. Diego Morais é o diretor, ele está cuidando de todo o processo de acabamento, tanto pra rádio, quanto para a internet. E foi muito conversado e a gente tem um carinho muito grande e uma visão que eu não vivi essa coisa de estúdio de rádio, mas a gente homenageia da melhor forma possível, procurando ganchos, procurando sons diferentes, e misturado com o cotidiano dos atores de rádio também, era bem diferente (Rádio Globo, 2016).

É um jogo intertextual que se realiza duplamente: na operação de transposição intermediática, entre rádio, televisão e internet, tanto quanto no eixo narrativo que joga com o gênero radionovela. A partir dessa dupla entrada realizaremos um aprofundamento na análise a seguir. Começamos enfatizando os aspectos intermediáticos, a partir da teoria da intermedialidade, para então nos concentrarmos na forma intertextual do jogo com o gênero dramaturgia em rádio, transposto para a televisão.

Operando com diversos fluxos de audiência, nas telas de computadores, dispositivos móveis e, principalmente, celulares - com a entrada do conteúdo em expansão no ambiente digital - concebemos a telenovela *Êta Mundo Bom!* como um modo de apresentação da audiência televisiva para um produto de rádio - a radionovela *Herança de Ódio* - que ainda se expande para o ambiente digital, com a websérie.

A TV Globo tem realizado algumas experimentações transmídia em seus produtos. Uma delas foi a novela *Espelho Mágico*, de Lauro César Muniz, exibida em 1977, que falava sobre os sucessos e insucessos dos profissionais de veículos de comunicação, como atores, autores, diretores e jornalistas. A telenovela era baseada nos bastidores de *Coquetel de Amor*, uma novela inserida na trama. Mais recentemente, em 2018, foi ao ar a novela *Espelho da Vida*, de Elizabeth Jhin, que contava a história da produção e gravação de um filme, tendo como pano de fundo a temática da reencarnação, que ligava os personagens e as tramas.

Apontamentos Finais

Enquanto produto narrativo de mídia, *Êta Mundo Bom!* parece operar complexos arranjos de fluxos intermediáticos entre rádio, televisão

e internet. Nesse trabalho, procuramos percebê-los não apenas através da ótica da expansão de uma narrativa “mãe”, comum nos estudos de transmídia, mas principalmente enfatizar as *relações entre as diversas mídias* engendradas no jogo narrativo, a partir da telenovela.

Dentro dessa perspectiva, a partir dos estudos de intermedialidade, apontamos para alguns movimentos que evidenciam um caráter de construto da textualidade intermediática operando no trânsito entre as diferentes mídias, tal como postulado por Rajewsky. São eles:

- 1) O caráter intertextual da narrativa, trabalhado em diferentes modos: no plano de conteúdo, a partir do fato de o próprio enredo resgatar a memória de uma radionovela da década de 50 como parte do roteiro da telenovela; no plano da composição e produção, na recriação da radionovela *Herança de Ódio*, com uma atualização da narrativa da década de 50 refeita para a Rádio Globo em 2016. Essa adaptação ainda se articula com outro movimento, apontado a seguir;
- 2) O caráter de transposição midiática, sendo notável o fato de a radionovela adaptada *Herança de Ódio* se constituir, de uma só vez, em diferentes jogos com a audiência: é tanto uma parte dentro da telenovela *Éta Mundo Bom!* – a radionovela figura como espécie de personagem parte do enredo televisivo – quanto um produto autônomo, feito para a Rádio Globo em padrão de serialidade típico da mídia rádio. E ainda há um terceiro movimento: a radionovela é transposta para a web em dois formatos: um preservando a mera reprodução dos episódios de rádio, outro enquanto narrativa audiovisual da radionovela, indicando que a websérie parece se constituir o espaço multimidiático, em que a linguagem do rádio e da televisão parecem convergir, nas associações de linguagem entre o sonoro e o audiovisual.

Nesse movimento, intertextualidade, adaptação e transposição midiática se articulam em produtos de mídia planejados em uma temporalidade

híbrida. Os tempos da radionovela, da telenovela e da web são agenciados em relações de atravessamento, o que estimula o engajamento da audiência tanto na perspectiva do conteúdo de cada história – como no envolvimento com personagens de *Êta Mundo Bom!* que acompanham *Herança da Ódio*, por exemplo – quanto na perspectiva da produção midiática, tal como evidenciado pelo jogo de postagem da websérie e dos episódios da radionovela no portal GShow, com o avanço seriado das séries de dramaturgia na televisão e no rádio.

Terminamos por apontar fato curioso e que nos inspira para aprofundamento da pesquisa: uma telenovela que foi veiculada em um horário tradicionalmente reservado pela Rede Globo para “novelas de época” se vale exatamente do jogo com a memória e o resgate do passado – pela radionovela enquanto gênero – para realizar as articulações que atualizariam o gênero também na perspectiva midiática, ao investir na internet como lugar de convergência dos meios, com suas temporalidades híbridas.

Referências

- Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. Madrid: Síntesis.
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press.
- Calabre, L. (2002). *A era do rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

- Campanella, B. (2015). *Por uma etnografia para a internet: transformações e novos desafios*. *MATRIZES*, 9(2), 167-173. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i2p167-173>
- Carmo, L. (2007). Lendo o rádio. In L. Carmo (Org), *Oduvaldo Vianna, Herança de Ódio*. Rio de Janeiro: Edições Casa Rui Barbosa.
- Clüver, C. (2012). Intermedialidade. *PÓS: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFGM*, 1(2), 8-23.
- Costa, J. (2007). Trajetória artística inovadora de Oduvaldo Vianna. In L. Carmo. (Org), *Oduvaldo Vianna, Herança de Ódio*. Rio de Janeiro: Edições Casa Rui Barbosa.
- D'Andrea, C. (2014). Conexões intermediáticas entre transmissões audiovisuais e redes sociais online: possibilidades e tensionamentos. *XVIII Encontro Anual da Compós*, Belém (PA).
- Elleström, L. (2017). *Ensaio sobre comunicação, semiótica e intermedialidade*. Porto Alegre: EDPUCRS.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H., Green, J., & Ford, S. (2014). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph.
- Jouet, J. & Caroff, C. (2013). L'observation ethnographique en ligne. In C. Barats (Org.), *Manuel d'analyse du web* (pp. 147-165). Paris: Armand Colin.

- Marinho, I. (2016, agosto 28). *Nas ondas do rádio – Herança de Ódio* [Blog]. Recuperado de <http://ilcemarinho.blogspot.com/2016/08/nas-ondas-do-radio-heranca-de-odio.html>
- Martínez-Costa, M. P. & Prata, N. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Intercom – RBCC*, 40(3), 109-128, set./dez.
- Pessoa, S. (2018). *Imaginários sociodiscursivos sobre a deficiência. Experiências e partilhas* (Coleção Tese). Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG. Recuperado de <http://www.seloppgcom.fafich.ufmg.br/index.php/seloppgcom/catalog/book/21>
- Rádio Globo (2016, janeiro 25). O diretor de novelas, Jorge Fernando, conta tudo sobre a rádio-novela “Herança de ódio” para Laercio Maciel!!!!!! *Rádio Globo*. Recuperado de <https://radioglobo.globo.com/media/audio/4617/o-diretor-de-novelas-jorge-fernando-conta-tudo-sob.htm>
- Rajewsky, I. (2012). A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermidialidade. In: *Intermidialidade e estudos interartes: desafios da arte contemporânea*, 2, 51-74.

Relatos que se Expanden hasta tus Oídos. De la Radio a las Extensiones Sonoras de Mundos Transmedia

Teresa Piñeiro-Otero

La narración transmedia está de moda.

Desde la publicación de *Convergence Culture*, el texto seminal de Jenkins (2006), hemos asistido a un crecimiento exponencial tanto del número de experiencias que pueden etiquetarse con dicha expresión como de los textos que las analizan. Su carácter de narraciones expandidas a través de diversos medios y lenguajes confluye con los modos de consumo cultural en la era de la convergencia (multiplataforma y más participativo).

El creciente interés de la academia por el *transmedia storytelling* ha propiciado el desarrollo de nuevas perspectivas de estudio como la narratológica, la semiótica, la económica o la histórica, entre otras. Estas líneas integran y revisan aspectos previamente tratados por la investigación en comunicación por los estudios culturales como, por ejemplo, la [híper]mediación o la adaptación (Renó & Flores, 2012; Scolari, 2014).

Desde la perspectiva semio-narrativa, propugnada por Scolari (2013), el punto de partida de los relatos transmedia pierde relevancia frente

a cómo los textos se relacionan y se articulan en un sistema narrativo complejo.

Aunque cada relato muestra sus propias características, atendiendo al lenguaje-forma de cada medio, en su análisis resulta preciso tener en cuenta el conjunto.

La evolución del mundo narrativo da lugar al mundo transmedia, como una estructura abstracta que soporta un conjunto de historias-personajes, y que constituye un referente común para creadores y consumidores (Klastrup, 2009; Scolari, Jiménez, & Guerrero, 2012).

Dentro de este mundo transmedia se integran adaptaciones del texto original con otras expansiones [o comprensiones (Scolari, Jiménez, & Guerrero, 2012)], entre las que se registran traducciones intersemióticas (Jacobson, 1985; Zabala, 2006) o disonancias textuales (Casey, 2015). Se trata de un conjunto de textos que detentan elementos comunes para favorecer su reconocimiento como expansiones del mismo mundo. Así Scott (2009) señala los universos centrados en los personajes como las primeras producciones transmedia. Estos universos, surgidos en los albores de la cultura de masas, presentan múltiples puntos en común con algunas franquicias transmedia contemporáneas.

Héroes surgidos de tiras cómicas como Superman (Siegel & Shuster, 1933) o Flash Gordon (Raymond, 1934) dieron lugar a mundos que se encuentran en plena expansión en el momento actual, integrando canon y *fandom*, aún con numerosas disonancias. Incluso podemos señalar la existencia de mundos transmedia entre cuyas extensiones encontramos relatos transmedia propiamente dichos. Así sucede con Batman (Kane & Finger, 1939): el estreno del film *El caballero oscuro* (*The Dark Knight*, Nolan, 2008) fue precedido por la campaña *Why so*

serious? reconocida como una de las estrategias transmedia con mayor capacidad de inmersión para los espectadores en sus facetas de usuarios, jugadores y –en menor medida- productores de contenido.

1. ¿Podemos Hablar de una Radio Transmedia?

Para Jenkins (2011, p. 244) “las narrativas transmedia constituyen un proceso donde los elementos integrantes de una ficción se dispersan de forma sistemática a través de múltiples canales de distribución con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada”. En esta expansión dichas narraciones emplean diversos lenguajes y formas adaptándose a las particularidades de cada plataforma de difusión.

En un relato transmedia cada medio hace “lo que sabe hacer mejor” efectuando una aportación única, distintiva y de valor, al desarrollo de la historia que suponga una puerta de acceso a la misma (Jenkins, 2006, p. 211).

Tan importante como la forma y estructura del relato, es una audiencia activa interesada en completar la experiencia, ya sea a través del salto entre plataformas ya con la creación de sus propias expansiones.

La necesidad de una audiencia activa exige a los productores el diseño de contenidos atractivos y participativos que generen *engagement* a través de “huecos y pistas que lleven al público a buscar otras extensiones” (Jenkins, 2006, p. 101). En este sentido Miller (2008) recomienda el empleo de medios interactivos en las expansiones del mundo transmedia de cara a facilitar el trasvase de los públicos entre plataformas así como su participación en la modificación y creación de sus contenidos.

Dadas estas particularidades, ¿podemos hablar de una radio transmedia?

Ciega, invisible, conversacional, íntima, privada, doméstica, del día a día... todas estas características definen a un medio considerado de menor perfil y status. En este sentido, como señala Edmon (2015), no supone ninguna sorpresa que, con frecuencia, la radio haya sido obviada tanto en el diseño como en el desarrollo de prácticas transmedia. En la misma línea se ha potenciado el estudio de transmedia centrado en el “cine comercial, la televisión y los juegos, pero se sabe mucho menos sobre el *engagement* del transmedia basado en radio” (Edmond, 2015, p. 267).

Sin embargo la radio ha estado ligada al transmedia desde los primeros mundos centrados en el personaje o, siguiendo a Bertetti (2014), de personajes transmedia como construcciones culturales y sociales que viven a través de textos y medios.

1.1 Radio y Arqueología Transmedia

La aparición y consolidación de la radio como medio de comunicación y entretenimiento coincidió en el tiempo con el afianzamiento de la cultura de masas. En este nuevo ambiente cultural e híbrido aspectos como la producción y reproducción de contenidos responden con frecuencia a una razón industrial con orientación al mercado.

Así la radio, al igual que la prensa y el cine, pronto descubrirían el potencial de las narraciones seriadas para explotarlas en relación y competición con otros medios.

En 1927 la radio estadounidense había desarrollado muchos de los rasgos estructurales y formales que la caracterizarán como industria,

entre ellos un sistema de financiación basado en la publicidad que llevó a las emisoras a buscar programas de calidad e interés para los oyentes y –por tanto- para los anunciantes (Hilmes, 1997).

La emisión de *Sam 'n' Henry* (WNG, 1926-1928) de Freeman Gosden e Charles Correll considerada pionera en las *sit-com*, y el éxito de estos autores con *Amos 'n' Andy* (WMAQ, 1928), evidenció la rentabilidad, en términos de audiencias, de los formatos de entretenimiento (McLeod, 2005).

En la llamada era dorada de la radio las narraciones seriadas se convirtieron en una parte esencial de la programación de las emisoras, con el patrocinio de grandes anunciantes. Así la radio enseguida hizo suyos relatos de tiras cómicas como *The Little Orphan Annie* (WGN, 1931) ou *The Gumps* (WGN, 1931). Unos contenidos que marcaron el inicio de numerosas adaptaciones de productos de éxito como las aventuras del héroe “pulp” Tarzán (Rice Burroughs, 1912), pero también del desarrollo de producciones que tendrían continuidad en el cine, comic o –posteriormente- la televisión.

En el contexto español es destacable el caso de *Diego Valor* (1953-1958), serial radiofónico emitido por la Cadena SER cuyas aventuras futuristas serían adaptadas-expandidas como comic (1954-1958), obra teatral (1956) y serie de televisión (1958).

Más allá de estos relatos, que Long (2007) definió como prototransmedia, la irrupción del medio digital, la multiplicación y convergencia de dispositivos, plataformas y pantallas, así como las nuevas lógicas de consumo han propiciado el surgimiento de narraciones transmedia que pueden catalogarse como multimedia tanto en el plano de los medios como en el de los lenguajes (Salaverría, 2001). Se trata de unas

narrativas que, si bien comparten características en el ámbito de la producción presentan diferente origen y condiciones industriales-culturales (Freeman, 2014).

1.2 Hacia una Transradio

Con la irrupción del medio digital y la transposición de la radio a éste, el relato sonoro comenzó a integrar nuevos lenguajes, contenidos complementarios y a expandir sus historias, personajes o escenarios a través de diversas plataformas (García González, 2013; Martínez Costa, Müller, & Corda, 2016).

Desde la creación de la primera emisora de radio *online*, *Internet Talk Radio*, por Carl Malamud hace más de 25 años, el número de oyentes en la Red –de radio *on demand*, *podcast* y otras fórmulas de distribución- ha estado en constante crecimiento.

Para hacerse un lugar en la nueva ecología de medios las marcas radiofónicas han partido de su esencia tradicional y se han aliado con el potencial de la Red, su múltiples plataformas y servicios, para sumergirse progresivamente en tácticas de distribución crossmediáticas (Gutiérrez-García & Barrios, 2018).

Así pasamos de una radio caracterizada por una emisión lineal y exclusivamente sonora, a una que puede consumirse a través de diversas plataformas, donde predominan las sinergias y las interrelaciones, entre las que deambulan los oyentes-usuarios para la consecución de una radio a su medida (Cebrián Herreros, 2001; Martínez Costa, Müller, & Corda, 2016).

En los últimos años, los oyentes han podido interactuar con la radio en espacios físicos como teatros o cines, siguiendo la fórmula tradicional

de emisiones fuera de estudio, pero también por medio de aplicaciones móviles o redes sociales, en forma de vídeos *online*, mapas, *tweets*, blogs, foros, fotografías, etc. (Edmond, 2015). Si en un primer momento el salto a cada una de estas plataformas y medios conllevó una presencia testimonial de la radio, configurando un universo multimedia desde una perspectiva instrumental, la posterior adaptación al lenguaje-forma de cada una de ellas, así como la creación de contenidos integrados, propició el desarrollo de este universo también desde la perspectiva comunicativa.

Uno de los aspectos más sugerentes de este entramado de textos y soportes, siguiendo a Haye (2011), supone el surgimiento de proyectos transmediales que han dado lugar a ámbitos envolventes capaces de generar experiencias inmersivas. En este sentido la radio transmedia se sitúa como una evolución natural de la radio interactiva (Chomón, 2016; García González, 2013).

Al hablar de radio transmedia con frecuencia se hace alusión a una serie de contenidos originariamente radiofónicos, de carácter innovador, que se expanden a través de diversos lenguajes, formatos y soportes, cuyas piezas –que son autocontenido– dan lugar a una unidad comunicativa enriquecida.

Para Fernández (s.f.) cualquier narración sonora complementada con Internet puede ser transmedia. El uso que los oyentes efectúen de los complementos informativos que el medio ponga a su alcance, así como los que puedan buscar, aportará una dimensión enriquecida del contenido original promoviendo la capacidad crítica y el control sobre su propio consumo. En este sentido la radio no sólo puede ser sino que debe ser transmedia.

Un ejemplo de radio transmedia lo podemos encontrar en *Yu no te pierdas nada*, un *branded content* de la marca de telefonía Vodafone YU destinado al público juvenil. Aunque este programa cuenta con una emisión convencional en la radio española, primero en Los 40 y desde 2019 en Europa FM, sus contenidos se orientan y despliegan a través de su web, redes sociales y *podcast* configurando un universo completo e integrado en el que como señalaba Jenkins cada medio es autocontenido y hace lo que mejor se le da.

El diseño de este programa como transmedia desde nativo ha propiciado su concepción audiovisual. Así los vídeos que distribuyen en sus diversos canales (web, redes sociales) ya sean extensiones o compresiones (por ejemplo la difusión de entrevistas o mejores momentos como piezas individuales), no constituyen radio filmada sino que cuentan con un espacio, composición y gestualidad muy cuidados. No es casual que sus dos presentadores—Dani Mateo, en Los 40, y Ana Morgade, en EuropaFM— detenten una trayectoria profesional forjada en televisión.

Más allá de iniciativas de este tipo, el término transmedia ha sido utilizado en ocasiones como etiqueta de prácticas crossmediáticas en las que el programa radiofónico se sitúa como el elemento central en un universo de plataformas y servicios *online* destinados a su promoción, a la divulgación del contenido sonoro entre diferentes segmentos de públicos y a la interacción con éstos. En estos casos los contenidos distribuidos por las diferentes plataformas se sitúan más próximos a una estrategia de *marketing* que a una narrativa transmedia propiamente dicha.

Asimismo si contamos que todos estos canales conforman la r@dio, término con el que Cordeiro (2012, p. 503) denomina a la radio que conjuga “*sound and image, is (more) interactive, (more) participa-*

tory, shareable, asynchronous, repeatable, reproducible, searchable, customisable, discontinuous, hypertextual, not linear, convergent, and on demand”, estaríamos hablando de prácticas transradiofónicas como las denomina Martínez-Costa (2015).

Siguiendo a esta autora en el contexto actual las marcas radiofónicas deben experimentar con las diferentes posibilidades que brinda el medio digital y explorar narrativas transradiofónicas para el desarrollo de productos sonoros innovadores, con mayor capacidad de inmersión y atracción de públicos. Unos productos que tienen en común su despliegue a través de dos o más plataformas, el empleo de diversos lenguajes, su ruptura con el modelo de continuidad narrativa tradicional, su apertura a nuevas formas de escucha y participación así como a nuevos modelos de comercialización. En definitiva, “contenidos cuidado[s] e interesante[s] desde su diseño hasta su difusión e interacción con la audiencia” que suponen un desafío para la radio (Martínez-Costa, 2015, p. 185).

En plena era de la convergencia la radio no puede suscitar una reflexión aislada, sino que debe analizarse desde la perspectiva de sus posibilidades y aportaciones para el desarrollo de un relato transmedia.

Del mismo modo que no se suele hablar de televisión, cine o videojuegos transmedia sino de relatos transmedia que implican o se desarrollan a partir de estos medios, en el caso de la radio deberíamos hablar de contenidos transmedia con base –si se trata de la “*mothership*” del mundo narrativo (Jenkins, 2016)- o extensiones radiofónicas.

Por ejemplo, la primera incursión en el medio radiofónico de Mediaset España surgió a raíz de la conversión de su serie televisiva *Ciega a citas* (2014) en un producto transmedia. En 2014, coincidiendo con la emisión de la serie, el grupo audiovisual puso en marcha *Morning Glory*, el ma-

gacín radiofónico *online* en el que trabajaba su protagonista. Hoy este programa, con más de mil emisiones, constituye una marca radiofónica propia con su propio universo de canales y contenidos.

Martínez-Costa y Prata (2017) también señalan otro ejemplo de extensión radiofónica con la telenovela brasileira *Êta mundo bom!* (TV Globo, 2016) como *modership*. En esta producción televisiva, ambientada en 1948, los personajes viven fascinados con la radionovela *Herança de Odio*: un serial radiofónico que se materializó en el dial de Radio Globo y que permitió a los fans compartir esta vivencia con los protagonistas de la serie.

Más allá de estos ejemplos, cuyas expansiones son claramente radiofónicas, en la construcción de mundos transmedia son habituales las extensiones en formato sonoro surgidas al margen de la radio. Aún sin recalar en el debate de qué es y qué no es radio, que marcó la investigación en los primeros momentos de la mediamorfosis, la entidad que han adquirido formatos como el *podcast*, los audiolibros y, en general, el audio *online* ha llevado a proponer otras denominaciones en la línea de la profesión. De este modo hablaremos de transmedia con base sonora, cuando el mundo transmedia tiene como origen o centro un producto de audio, o de transmedia con extensiones sonoras, si los contenidos audibles se presentan como expansiones o partes de ese mundo.

2. El Sonido como Base o Extensión de Universos Transmedia

Las narrativas transmedia han asumido la tradición de narraciones seriadas (como folletines, tiras cómicas o seriales radiofónicos, cinematográficos o televisivos, entre otros) para desplegar la historia

a través de plataformas y lenguajes. Como subrayan Hernández-Pérez y Ferreras (2014), al contrario que las series convencionales, un relato transmedia se expande radicalmente alrededor de un núcleo de narración conformando líneas de tiempo autónomas.

En esta expansión el sonido detenta múltiples potencialidades:

- La creación de historias complejas a bajo coste o, al menos, a un coste inferior que en otros medios audiovisuales.
- La facilidad de transferencia a diferentes dispositivos para un consumo *on* y *offline*.
- La posibilidad de un acceso en cualquier momento y lugar, especialmente en entornos de consumo *multitasking*.
- La capacidad de suscitar el interés y la emoción de los públicos.
- La facultad de apelar a la imaginación de los oyentes, y de generarles imágenes mentales de gran intensidad.
- La facilidad de participación del público gracias a la disponibilidad de terminales con capacidad de grabación e –incluso- edición de audio.
- La familiaridad de los oyentes-prosumidores con este tipo de narración.

En un contexto que Kishinevsky (2009) denominó “era de la portabilidad” la multiplicación de dispositivos de altas prestaciones en nuestros bolsillos hace posible un consumo y producción de audio *always & everywhere*, que facilita la creación de nuestras sonoesferas personales (Perona, Barbeito, & Fajula, 2014). El *smartphone*, que ya supone una prolongación de nuestra mano, constituye un dispositivo multimedia en

el que convergen funcionalidades como la reproducción, la grabación y edición de audio accesibles a un ‘tap’ o con un comando de voz.

Solo con nuestro terminal telefónico podemos disfrutar de contenido sonoro *online*, establecer alguna fórmula de suscripción para la personalización y/o automatización de este proceso, marcarlo o descargarlo para su consumo *offline*, interactuar con dicho contenido e incluso participar con la grabación, edición y distribución de nuestros propios productos sonoros en apenas un gesto lo que lo dota de grandes potencialidades para el desarrollo de narrativas transmedia.

La democratización de las tecnologías de grabación y edición de audio, derivada del abaratamiento de dispositivos y *software*, pero también de un incremento en la alfabetización audiovisual y el desarrollo de interfaces más intuitivas, ha posibilitado a los productores de relatos transmedia el desarrollo de partes del universo para una eventual búsqueda de financiación.

En la misma línea, la multiplicación de plataformas *online* especializadas en sonido como Spotify, iVoox o Soundcloud ha posibilitado su distribución a bajo coste en servicios de gran audiencia y consumo, cuestión que permite comprobar (y medir) el interés que suscitan dichos contenidos entre un público real.

A pesar de que estas potencialidades brindan un terreno propicio para el desarrollo de universos transmedia basados/ con extensiones sonoras, para destacar entre la inflación de contenidos resulta preciso un diseño que integre de forma creativa y con calidad los códigos y componentes específicos del lenguaje sonoro. La atención a este diseño puede contribuir al éxito del relato transmedia, dada la capacidad de

atracción de los productos sonoros, y constituir la puerta de entrada al mundo narrativo de usuarios comprometidos.

Este es el caso de *Ciudadela* (<http://ciudadelaoficial.com/>), un relato transmedia nativo que surgió de un trabajo académico del Grado en Comunicación Audiovisual en la Universidade da Coruña. Aunque en su concepción original se había planteado una extensión de la historia en formato diario sonoro, a la hora de producir esta distopía con recursos limitados se optó por vehicular el relato principal en formato *podcast*.

El resultado fue una narración dramatizada de ocho episodios, que se expandió a través de web y diversas plataformas sociales. La elección del audio para el relato principal no sólo permitió a las creadoras experimentar las potencialidades expresivas del sonido, con un resultado de gran calidad, también les brindó la oportunidad de llegar y atraer a una audiencia más amplia con la difusión en plataformas de *podcast* como iVoox o Spotify.

2.1 Algunas Narraciones Transmedia con Expansión Sonora

El éxito de audiencias del *podcast Serial* (<https://serialpodcast.org>) (Koenig, 2014) puso de manifiesto la existencia de un público para el consumo de narraciones sonoras y subrayó su capacidad de *engagement*, que ha llevado a los creadores del relato a expandir su historia a plataformas como Instagram, Facebook o Tumblr, para suscitar y mantener el interés de sus fans, y apelar a su participación.

El empleo de *podcast* con la finalidad de cohesionar una comunidad de seguidores, ha sido habitual en el marco de transmedia con base en producciones televisivas desde *Lost* (ABC, 2004-2010). La serie de J.J. Abrams derivó en un mundo narrativo de gran complejidad entre

cuyas extensiones se encontraba un *podcast* semanal. La emisión con entrevistas a creadores y actores de la serie, así como con discusiones sobre el relato televisivo, se inició en noviembre de 2005, apenas un año después del nacimiento del *podcasting* (Scolari, 2013). Se trata de un tipo de contenidos que también han sido habituales en el *User Generated Content*, como reflejan los más de cincuenta *podcast* (<https://player.fm/featured/game-of-thrones>) existentes sobre *Game of Thrones* (HBO, 2011-2019).

Expansión y participación constituyen dos características esenciales del transmedia *storytelling* que han sido exploradas y explotadas por diversos contenidos como el argentino *Experiencia Cortázar* (2014-2016) (<http://experienciacortazar.com.ar/>). Este proyecto de no-ficción constituye un universo transmedia nativo y como tal, todas las expansiones detentan la misma entidad, aunque destaca la web para centralizar los contenidos y facilitar el acceso y participación.

Experiencia Cortázar presenta diversas extensiones de base sonora tanto desde la perspectiva de los productores de contenido como de los fans.

En lo que se refiere al canon, el sonido constituye la esencia de la extensión “Cortázar por sí mismo” que agrupa diversas grabaciones de entrevistas, declaraciones e incluso un libro sonoro del escritor. Asimismo “Adios, Robinson” supuso una experiencia de radio en directo, en la que el público pudo disfrutar de la dramatización del texto homónimo de Cortázar, que fue seguida por cientos de personas en el dial de Radio Nacional Mendoza.

Respecto al *fandom*, cuya actividad ha sido organizada y vertebrada desde el propio proyecto, resulta muy interesante la expansión “Cortázar

por nosotros” en la que los usuarios podían relatar su experiencia con el autor o la lectura de un fragmento de sus textos. Si bien muchas de estas experiencias se grabaron con *webcam*, podemos hablar de una participación sonora al primar el relato oral, y su inteligibilidad, por encima de la composición visual. Otra extensión sonora fue “Sonidos en banda”, que aglutinó las sugerencias musicales de los seguidores, para la construcción colectiva de una banda sonora de la obra de Cortázar.

Aprovechar la inteligencia colectiva (Levy, 2004) para la extensión de un mundo transmedia exige la creación de historias y experiencias capaces de generar *engagement*. Un ejemplo de ello lo encontramos en los universos transmedia basados en personajes. El compromiso del público con superhéroes como Superman o Conan el Bárbaro favorecieron su salto de las páginas de comics y revistas *pulp* a la radio y a las diferentes pantallas, pero también la emergencia de prosumidores quienes crearon aventuras alternativas que pasaron del papel a la web, del texto y dibujos a formatos audiovisuales, conformando un universo en continua expansión.

En el caso de la serie española *El Ministerio del Tiempo* (<http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>) (TVE, 2015-), que relata el día a día de una institución gubernamental secreta dedicada a preservar la historia de España, la rápida respuesta de los fans no sólo aseguró la permanencia de la ficción televisiva en antena, también propició su conversión en un universo transmedia, tanto por la vía del *fandom* – con una prolífica *fanfic* en diferentes formatos- como del canon –con webserie, realidad virtual, comics, etc.

Desde la perspectiva del canon *El Ministerio del tiempo* ha tenido dos expansiones sonoras, en formato *podcast*, directamente relacio-

nadas con las últimas temporadas televisivas: “Tiempo de Valientes” (RTVE.es, s.f. a), el diario sonoro de Julián Hernández en la Guerra de Cuba de 1898 que finaliza con el protagonista embarcándose hacia otro territorio del malogrado imperio español; y “Una llamada a tiempo” (RTVE.es, s.f. b) con las conversaciones telefónicas entre el agente Jesús Méndez “Pacino”, en 1981, y el Subsecretario del Ministerio en 2017, respecto a una serie de misiones especiales. Ambos *podcast* constituyen expansiones de la serie que introducen nuevas vivencias y aventuras de dos de sus protagonistas, coincidiendo con su desaparición televisiva. En esta interacción la serie integra sendos *rabbit holes* para el acceso de los espectadores a una experiencia más amplia, que se ve reforzada por las pistas que los diferentes textos van introduciendo para los fans.

En cuanto al *fandom*, *El Ministerio del Tiempo* ha dado lugar a diversas expansiones sonoras como por ejemplo el *podcast* de “Funcionarios del tiempo” (RTVE.es, s.f. c) en el que se tratan contenidos relacionados con la serie o el proyecto educativo “Reporteros del Ministerio del tiempo” (RTVE.es, s.f. d).

Si bien *El Ministerio del Tiempo* constituyó la primera serie española cuya extensión transmedia integró expansiones sonoras, enseguida fue secundada por otros productos de ficción como “Carlos de Gante” (RTVE.es, s.f. e), extensión de la serie *Carlos, Rey Emperador* (<http://www.rtve.es/television/carlos-rey-emperador/capitulos-completos/>) (TVE, 2015-2016); “Desde el Bunker” (Arcan_hell, s.f.) parte de *La Zona* (<https://lazona.movistarplus.es/>) o “El Confesor” (Movistar+, s.f.) dentro de *La Peste* (<https://lapeste.movistarplus.es/>).

Más recientemente, *En el corredor de la muerte* (Podium Podcast, s.f.) que completa la serie homónima de Movistar+ (2019) se introduce

en el género documental con el relato que el periodista Nacho Carretero efectúa de su investigación sobre Pablo Ibar, el hispanoestadounidense condenado a muerte en Florida por un doble asesinato, y los testimonios que aporta.

Y este solo es el principio...

3. Ampliando la Visión a través del Oído

La relevancia que ha adquirido el fenómeno *podcasting*, tanto en número de oyentes como de producciones, convierten a este formato de audio digital en un aliado de lujo para la extensión de narrativas trans-media. Hoy, que una serie televisiva se expanda a través de *podcast*, constituye un proceso casi natural que ya ha sido experimentado con éxito por series como *Lost*, *Walking Dead* (AMC, 2010-) o *Game of Thrones*, tanto desde la perspectiva de los productores tradicionales como del *User Generated Content*.

La fórmula más habitual de estas expansiones sonoras es la de reportaje-entrevistas con los artífices de la producción televisiva, para explicar diversos aspectos en torno al origen y proceso de creación, en la línea de *making of* o de episodio cero. Estos *podcast* tienen por objeto enriquecer la experiencia de los fans con datos de interés sobre su serie e intérpretes favoritos, que le aporten un valor añadido.

Esta es el caso de *Obsessed With*, un *podcast* de la BBC (s.f. a) que aborda sus diferentes series televisivas: tramas, curiosidades, actividad de los fans, charlas en profundidad sobre personajes y escenas, discusiones sobre los episodios más comentados, etc. Dentro de este *podcast*

se pueden señalar monográficos específicos de sus *must-see* series como *Peaky Blinders* (BBC, 2019a) o *Killing Eve* (BBC, 2019b).

Las principales plataformas de contenidos audiovisuales *on demand* también han comenzado a apostar por este tipo de *podcast*, de cara a aportar una mayor proyección a sus series, en su competición por la audiencia.

Así, *Chernobyl* (HBO, 2019), la miniserie cuyo éxito aunó a públicos (fue la serie mejor valorada de la historia en Internet Movie Data Base) e industria (obtuvo 10 Emmys), fue acompañada de un *podcast* oficial en el que Craig Mazin, creador de la serie, relataba los entresijos de cada episodio y las historias reales detrás de las escenas, temas y personajes. La emisión original coincidente con el final de cada una de los episodios de la serie, aportó un valor extra a la producción y particularmente a las primeras audiencias que la siguieron en directo.

Más recientemente, el estreno de la tercera temporada de *Stranger Things* (Netflix, 2016-) o de *The Crown* (Netflix, 2016-) fue seguido por *Behind The Scenes: Stranger Things Podcast* (Netflix, 2019a) y *The Crown: The Official Podcast* (Netflix, Somethin' Else, & Left Bank Pictures, 2019) con el que se aportó información específica sobre cada episodio con comentarios de sus creadores y de otras personas implicadas, para una mayor inmersión en la historia.

A pesar del valor de estos contenidos, y su relevancia como extensiones de un producto transmedia, la expansión del mundo narrativo de una serie de ficción pasaría por la producción de relatos sonoros en la misma línea. Unos contenidos que, además de cohesionar y fidelizar a comunidades de seguidores, constituyen un polo de atracción de audiencias y su puerta de entrada al universo transmedia.

En esta línea, a finales de octubre de 2019 Netflix anunció el lanzamiento de su primer *podcast* de ficción en colaboración con Spotify. El *podcast*, titulado *The Only Podcast Left* (Netflix, 2019b), supone una extensión del mundo narrativo de *Daybreak* (Netflix, 2019-). Al igual que esta producción televisiva, la ficción sonora se sitúa en un futuro posapocalíptico en el que un grupo de adolescentes deciden crear un *podcast*. Como señala Rae Votta, líder de la sección de *podcast* de Netflix, “If the Daybreak tribes can play video games after the apocalypse, we figured they could also be creating a podcast! This one was especially fun as it’s playing into the meta nature of it all and explores what makes a podcast... by making a podcast.”

4. A Modo de Conclusión

En plena ebullición de los relatos transmedia el desarrollo de proyectos con extensiones sonoras ha puesto de manifiesto, una vez más, las potencialidades narrativas de este lenguaje para la atracción y *engagement* de los públicos. Pese a que, tanto desde la perspectiva del canon como del *fandom*, se ha empleado mayoritariamente el sonido para vehicular contenidos adicionales sobre las producciones televisivas, el incipiente desarrollo de ficciones sonoras como extensiones de productos transmedia permite vislumbrar una transformación interesante.

Los audiodramas no sólo posibilitan una expansión real del mundo narrativo, también puede lograr una mayor inmersión de los oyentes en la historia, que repercutirá en un mayor número de personas comprometidas, interesadas en culminar la experiencia.

Aunque dentro del transmedia *storytelling* los relatos sonoros suelen constituir extensiones de la historia, más que bases de la misma, comienza a observarse una nueva práctica.

Del mismo modo que en la década de los 30-40 la radio, en su competición por la audiencia, buscó inspiración en comics, novelas o revistas pulp; hoy la guerra de plataformas audiovisuales ha llevado a los productores a buscar inspiración en otros medios. Así los *podcast* han pasado de ser extensiones transmedia de series televisivas a su origen: este el caso de *Homecoming* (Amazon Prime Video, 2018) o *Limetown* (Facebook Watch, 2019). Como señala Marcos (2019) a partir de datos de la consultora *The Wit*, en octubre de 2019 ya eran 25 los proyectos audiovisuales surgidos a partir de un relato sonoro. Una cifra que subraya el éxito de las narraciones sonoras y su potencial desarrollo en el ámbito de experiencias transmedia más amplias.

Referencias

- Arcan_hell. (Host). Movistar+. (Productor). (s.f.). Desde El Bunker [Audio podcast]. Recuperado de <https://www.spreaker.com/show/desde-el-bunker>
- BBC. (s.f. a) Obsessed With... [Podcast]. Recuperado de <https://www.bbc.co.uk/programmes/p0742833/episodes/downloads>
- BBC. (Productor) (2019a, julio 7). Special Episode: Interview with Charlotte Mitchell, Costume Designer for Series 2 of Killing Eve [Audio podcast]. In *Obsessed With...* Recuperado de <https://www.bbc.co.uk/programmes/p07bwr1g>

- BBC. (Productor). (2019b, septiembre 23). S5E6 “Mr. Jones” feat. Scott Bryan and Anna Lewis [Audio podcast]. In *Obsessed With...*
Recuperado de <https://www.bbc.co.uk/programmes/p07hyj8y>
- Bertetti, P. (2014). Toward a Typology of Transmedia Characters. *International Journal of Communication*, 8. Recuperado el 5 de septiembre, 2019, de <https://bit.ly/2qF81lx>
- Casey, J. (2015). Queer Cannibals and Deviant Detectives: Subversion and Homosocial Desire in NBC’s Hannibal. *Quarterly Review of Film and Video*, 32(6), 550-567.
- Cebrián Herreros, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa
- Chomón, J. M. (2016). La radio glocal cross-media: la alternativa ante la reducción de espacios de proximidad local en la radio convencional. *ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 14(1), 258-286.
- Cordeiro, P. (2012). Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective. *Participations*, 9(2), 492-510.
- Edmond, M. (2015). All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement. *New Media & Society*, 17(9), 1566-1582
- Fernández, C. (s.f.). Narrativa radiofónica transmedia. Un reto para la radio del siglo XXI. *Congreso Internacional de Cultura digital*
Recuperado el 25 de octubre, 2019, de <https://bit.ly/35GSBvV>

- Freeman, M. (2014). Advertising the Yellow Brick Road: Historicizing the Industrial Emergence of Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication*, 8. Recuperado el 5 de septiembre, 2019, de <https://bit.ly/2Om3dKL>
- García González, A. (2013). De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio. *Icono 14*, 11(2), 251-267.
- Gutiérrez-García, M. & Barrios-Rubio, A. (2018). Del offline a la r@dio: experiencias de la industria radiofónica española y colombiana. *Revista de Comunicación*, 18(1), 73-94.
- Haye, R. (2011). Sobre o rádio do futuro. *Radioleituras*, 2(1). Recuperado el 22 de septiembre, 2019, de <https://bit.ly/2XUvEm3>
- HBO. (Productor). (2019). The Chernobyl Podcast [Audio Podcast]. Recuperado de <https://podcasts.apple.com/us/podcast/the-chernobyl-podcast/id1459712981>
- Hernández-Pérez, M. & Ferreras, J. (2014). Serial Narrative, Intertextuality, and the Role of Audiences in the Creation of a Franchise: An Analysis of the Indiana Jones Saga from a Cross-Media Perspective. *Mass Communication and Society*, 17(1), 26-53.
- Hilmes, M. (1997). *Radio Voices: American Broadcasting, 1922-1952*. Minneapolis: U of Minnesota Press.
- Jakobson, R. (1984). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: University Press.
- Jenkins, H. (2011). Transmedia 202: further reflections. *Confessions of an Aca-Fan*, 31. Recuperado el 2 de septiembre, 2019, de <https://bit.ly/2OR9MUN>
- Jenkins, H.(2016).Transmedia What? *Inmerse*. Recuperado el 10 de septiembre, 2019, de <https://immerse.news/transmedia-what-15edf6b61daa>
- Kischinhesky, M. (2009). Cultura da portabilidade. Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. *Observatorio (OBS*) Journal*, 8, 223-238.
- Klastrup, L. (2009). The Worldness of EverQuest: Exploring a 21st Century Fiction. *Game Studies*, 9(1). Recuperado el 5 de septiembre, 2019, de <http://gamestudies.org/0901/articles/klastrup>
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Long, G. A. (2007). *Transmedia storytelling: Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company* (Tesis doctoral). Massachusetts Institute of Technology. Recuperado el 5 de septiembre, 2019, <https://bit.ly/35Bua5>
- Marcos, N. (2019). ‘Podcasts’, musicales o reportajes: Todo puede convertirse en serie en la guerra de plataformas. *El País*. Recuperado el 22 de octubre, 2019 de <https://bit.ly/2ONApK5>

- Martínez-Costa, M.P. (2015). Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio. In M. Oliveira, M. & F. Ribeiro (Eds.), *Radio, sound and Internet Proceedings of Net Station International Conference*. Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Recuperado el 10 de octubre, 2019, de <https://bit.ly/2KUyjqv>
- Martínez-Costa, M.P. & Prata, N. (2017). O rádio em busca da sua audiência: rumo a uma escuta diversificada e multiplataforma. *Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comu*, 40, 109-128.
- Martínez-Costa, P., Müller, M. y Corda. R. (2016). Radio, innovación y narrativas transmedias: ¿qué papel juega el sonido en el nuevo ecosistema de los medios multiplataforma?. Actas del *Congreso Iberoamericano de Comunicación*. Madrid: AEIC. Recuperado el 10 de octubre, 2019, de <https://bit.ly/2KWOjZi>
- McLeod, E. (2009). *The Original Amos «n» Andy: Freeman Gosden, Charles Correll and the 1928-1943 Radio Serial*. Jefferson: Mcfarland & Co Inc.
- Miller, C. H. (2008). *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Burlington: Focal Press.
- Movistar+ (Productor). (s.f.). La Peste: El Confesor [Audio Podcast]. Recuperado de <https://www.spreaker.com/show/el-confesor>
- Netflix. (2019a, julio 17). Behind The Scenes: Stranger Things Podcast. Ep. 1 - The Starcourt Mall. Netflix [YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=48mFNGf5gdE>

Netflix. (Productor). (2019b). The Only Podcast Left - Daybreak [Audio Podcast]. Recuperado de <https://open.spotify.com/show/5vxUIhF9RMMDMMJqXM9R1E>

Netflix, Somethin' Else, & Left Bank Pictures. (Productores). (2019, noviembre 17). The Crown: The Official Podcast [Audio Podcast]. Recuperado de <https://thecrowntheofficialpodcast.simplecast.com/>

Perona Páez, J., Barbeito Veloso, L., & Fajula Payet, A. (2014). Los jóvenes ante la sono-esfera digital: medios, dispositivos y hábitos de consumo sonoro. *Communication & Society*, 27(81), 205-224.

Podium Podcast. (s.f.). En el Corredor de la Muerte [Podcast]. Recuperado de <https://www.podiumpodcast.com/en-el-corredor-de-la-muerte/>

Renó, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid: Fragua.

RTVE.es. (Productor). (s.f.a). El diario sonoro de Julián Martínez en Cuba (1898). Tiempo de valientes [Podcast]. Recuperado de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/podcast/tiempo-de-valientes/>

RTVE.es. (Productor). (s.f.b). Una llamada a tiempo. Las conversaciones de Salvador y Pacino [Podcast]. Recuperado de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/podcast/una-llamada-tiempo/>

RTVE.es. (Productor). (s.f.c). Podcast de Funcionarios del Tiempo [Podcast]. Recuperado de https://www.ivoox.com/podcast-podcast-funcionarios-del-tiempo_sq_fl157531_1.html

- RTVE.es. (Productor). (s.f.d). Reporteros del “Ministerio del Tiempo” [Podcast]. Recuperado de https://www.ivoox.com/podcast-reporteros-del-ministerio-del-tiempo_sq_fl277220_1.html
- RTVE.es (Productor). (s.f. e). Carlos de Gante la Infancia de Carlos, Rey Emperador [Poscast]. Recuperado de <http://lab.rtve.es/carlos-v/podcast>
- Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 7, 383.
- Scolari, C. A. (2013). Lostology: Transmedia storytelling and expansion/compression strategies. *Semiotica*, 195, 45-68.
- Scolari, C. A., Jiménez, M., & Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Communication & Society*, 25(1), 137-163. Recuperado el 19 de septiembre, 2019, de <https://bit.ly/37H0Dql>
- Scolari, C.A. (2014). Don Quixote of La Mancha: Transmedia Storytelling in the Grey Zone. *International Journal of Communication*, 8. Recuperado el 10 de septiembre, 2019, de <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2576>
- Scott, J. (2009). The character-oriented franchise: Promotion and exploitation of presold characters in American film, 1913-1950. In I. R. Smith (Ed.), *Cultural borrowings: Appropriation, reworking, transformation*. Nottingham: Scope.

Thorne, B. (2019). Netflix to Launch ‘Daybreak’ Scripted Podcast, Making First Step Into Original Podcasts. *Variety*. Recuperado el 31 de octubre, 2019, de <https://bit.ly/33jZvpj>

Zavala, L. (2009). La traducción intersemiótica en el cine de ficción. *CIENCIA ergo-sum*, 16(1), 47-54. Recuperado el 10 de septiembre, 2019, de <https://bit.ly/2Op0eBe>

Os Diários, Perfis e Blogs de Personagens Televisivos como Ferramentas Transmídia

Camila Augusta Pires de Figueiredo

No final da década de 1970, a indústria do entretenimento norte-americana foi palco do surgimento das franquias de mídia [*media franchises*], projetos formados por diversos produtos de mídia que funcionam de maneira coordenada para “imprimir uma marca e um mercado a conteúdos ficcionais” (Jenkins, 2009, p. 47). Um elemento frequentemente presente nas franquias de mídia é a narrativa transmídia [*transmedia storytelling*], expressão que foi utilizada pela primeira vez por Marsha Kinder e Mary Celeste Kearney como uma prática promocional envolvendo merchandising, adaptações, sequências e franquias.

Apoiada na tríade convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva, a narrativa transmídia designa a utilização de várias plataformas midiáticas que convergem para contar uma história, sendo que cada novo texto contribui de forma distinta para tal. Uma vez que um único texto não conseguiria abranger todo o conteúdo da narrativa, um texto central passa a oferecer vários pontos de acesso ao enredo, pontos esses que são explorados em outras mídias tais como jogos digitais, histórias em quadrinhos, sites, vídeos online, blogs, redes sociais etc. Assim, através da narrativa transmídia, pode-se,

por exemplo, desenvolver histórias de personagens secundários, apresentar outras perspectivas da narrativa, completar lacunas da história, ou ainda fazer uma ponte entre um filme e sua sequência. Em um caso “ideal” de narrativa transmídia, não há redundância de informações: cada mídia expande a narrativa de maneira distinta e todas elas se unem para compor a história completa a ser contada.

Nesse contexto, portanto, a compreensão da narrativa se dá no cruzamento de várias mídias, em um sistema de rede inter- e multitextual que gerará uma experiência interpretativa ampliada e complexa. A utilização e o estudo da transmídia se popularizaram nas últimas décadas porque, entre outros fatores, ela reflete as novas formas de se contar, recontar e consumir (ouvir/ver/assistir/jogar etc.) histórias típicas da contemporaneidade, resultantes das inovações tecnológicas e do crescente acesso a novas mídias.

Percebe-se que o modo de produção dos produtos culturais contemporâneos sofre mudanças quando a transmídia se faz presente. Utilizando uma nova lógica de produção e distribuição, esses projetos transmidiáticos vêm instituir outras formas de circulação, marketing e consumo de produtos culturais. No mercado editorial, por exemplo, observa-se que, cada vez mais, certas editoras entendem a publicação de livros impressos como apenas uma dentre as suas atividades, e passam a buscar profissionais com competências nas mais variadas mídias. São indivíduos que se especializam em estabelecer parcerias e cronogramas de lançamento em mercados nos quais o livro é apenas um dos produtos que serão consumidos. O editor-assistente ou o editor-chefe passa, então, a ser um elaborador e avaliador de conteúdos em múltiplas plataformas, e não apenas na mídia impressa.

Da mesma forma, a dinâmica transmídia também altera o modo de consumo dos produtos culturais, já que o público desse tipo de produção não se restringirá a uma mídia. Retomando o exemplo, o leitor de um livro que faz parte de um projeto editorial transmidiático provavelmente (se o projeto for bem-sucedido) se tornará também um jogador, internauta, espectador, ou, usando o termo de Janet Murray (2003) para designar aquele que participa da construção de uma cibernarrativa, um “interator”. Nesse caso, além de ter em mente que a leitura do livro será apenas uma parte da experiência do seu público com a narrativa, tal editora deverá, ainda, atentar para o perfil desse novo público, para as novas habilidades que lhe são exigidas e para o modo como recebe e tem acesso à produção do tipo transmidiática.

Neste estudo examinaremos dois projetos transmídia que partiram da televisão – ou seja, cuja mídia principal ou *mothership* foi a novela ou a série televisiva – e que se disseminaram para outras plataformas midiáticas suplementares. Nosso interesse se dá particularmente na utilização de diários, perfis e blogs de personagens como extensões transmidiáticas dos projetos elaborados. No primeiro caso, o da série televisiva *Sherlock* da BBC, analisaremos o perfil em uma rede social e os blogs criados para os personagens. No segundo, o da novela brasileira *Cheias de charme*, enfatizaremos, além do blog, o diário em sua modalidade impressa. A partir da análise dos casos propostos, busca-se compreender as funções dos diários, perfis e blogs de personagens como ferramentas transmídia, bem como o impacto da divulgação desses relatos individuais para o espectador.

Aaron Smith chama de “artefatos institucionais” esses elementos que são primeiramente diegéticos, mas que podem transbordar para espaços

hiperdiegéticos de outras mídias. (citado em Dena, 2009, p. 299) Trata-se de espaços nos quais os personagens relatam, de maneira mais pessoal ou mais detalhada do que na série ou na novela, suas experiências cotidianas e reflexões. Ao romperem com os limites da *mothership* – no nosso caso, o da televisão –, tais relatos acabam por proporcionar ao consumidor uma experiência que transborda os limites da ficcionalidade.

Os relatos de personagens foram as primeiras ferramentas de divulgação de conteúdo transmidiático paralelo às tramas televisivas. Em 1990, *The Secret Diary of Laura Palmer*, publicado pela Penguin Books, contava detalhes da vida da personagem não retratados na série *Twin Peaks*. Em 1997, na *soap opera* americana *All My Children*, a personagem Erica Kane veio a lançar seu próprio livro, intitulado *Having It All*, publicado na vida real pela editora Hyperion. Em 2002, o livro *Lorelei's Guiding Light: An Intimate Diary*, extensão da série *Guiding Light*, narrava eventos que aconteciam com a personagem no período em que ela não estava no programa. Lançado em 2006, o romance *Oakdale Confidential*, com detalhes sobre o passado da personagem Katie Peretti da novela *As the World Turns*, foi publicado pela Simon and Schuster. No mesmo ano, outros dois livros foram publicados: *Bad Twin*, da série *Lost*, e *The Killing Club*, da novela *One Life to Live*. *The Bro Code* é o título de um livro que é lido por um dos personagens durante a série *How I Met Your Mother* (2008) e *Charm!*, uma obra escrita pela filha de Erica Kane da série *All My Children* (2008). Mais recentemente, em 2017, a personagem Jane Gloriana Villanueva, da série *Jane the Virgin*, publicou *Snow Falling*, romance de época com eventos inspirados em sua própria vida.

Muitas vezes, e especialmente nos últimos anos, os relatos de personagens têm assumido também a forma digital, seja como blogs on-

line ou como perfis em redes sociais. Uma das séries de TV recentes mais populares entre o público adolescente foi *Glee* (2009-2015), que contou com perfis ficcionais para alguns de seus personagens como, por exemplo, para os alunos Rachel Berry e Kurt Hummel ([@RachelBerryGLEE](#)/[@KurtHummelGLEE](#)), ou para os professores Sue Sylvester e Will Schuster ([@S_SylvesterGLEE](#)/[@W_SchuesterGLEE](#)). Tais perfis revelavam detalhes e opiniões sobre os eventos do programa e eram o meio pelo qual os personagens conversavam entre si e, em algumas ocasiões, com pessoas reais famosas. Os endereços pararam de ser atualizados após o término da série.

De acordo com Christy Dena, os perfis, blogs e diários ficcionais servem para ressituar o mundo real dentro do mundo ficcional, tornando o mundo ficcional mais verossímil e produzindo um resultado semelhante àquilo que Barthes chamou de “efeito do real” [*effet de réel*], em relação a certas descrições em romances que dão ao leitor a impressão de descreverem o mundo real (2009, p. 283).

Evidentemente, com a popularização do acesso às tecnologias digitais, proliferaram também os perfis em redes sociais e blogs de personagens não oficiais, ou seja, aqueles desenvolvidos pelos próprios fãs da série/novela/filme etc. São diversas as plataformas utilizadas pelo público mais aficionado com a finalidade de dar voz aos seus personagens favoritos: Tumblr, Facebook, Twitter, LiveJournal, Fanfiction.net, entre outras.

Por possuírem certas características próprias, as produções de fãs se tornaram, já há algum tempo, objeto de investigação de diversos pesquisadores, que se dedicam à área dos estudos de fãs [*fan studies*]. Neste artigo, porém, nosso foco será nas extensões oficiais ou canônicas, normalmente criadas e gerenciadas pelos próprios produtores das séries/

novelas de maneira coordenada, seguindo um cronograma de produção e marketing. Tais extensões costumam ter como objetivo: a divulgação do lançamento de um novo produto da franquia; a manutenção do *fandom* durante hiatos dos programas, com postagens periódicas dos personagens; a recapitulação ou a reiteração dos eventos ocorridos em outra mídia, sob a ótica de um dos personagens; e o relato de novas histórias, expandindo a narrativa de alguma outra mídia.

Sherlock

Sherlock Holmes é o protagonista de uma série de romances e contos de Arthur Conan Doyle escritos de 1887 a 1927. Trata-se do detetive mais conhecido da literatura britânica e também possivelmente da mundial, que se tornou célebre por decifrar crimes considerados insolúveis pela Scotland Yard, a polícia inglesa. A obra de Conan Doyle sobre Sherlock, seu mais famoso personagem, é bem vasta: são 4 romances e 56 contos. As histórias de Doyle rapidamente ganharam reconhecimento público e, desde então, têm servido de material para um grande número de adaptações nas mais diferentes mídias. Holmes é certamente um dos personagens literários mais adaptados desde o início do século 20 e, recentemente, as corporificações midiáticas do detetive se multiplicaram rapidamente.

A série televisiva *Sherlock*, da rede britânica BBC, estreou em 2010 e possui quatro temporadas, cada uma delas formada por três episódios de noventa minutos de duração. De modo geral pode-se afirmar que uma das características mais notáveis da série é a modernização de elementos narrativos e figurativos. Em alguns casos, essas modificações não

alteram substancialmente o enredo, como a substituição do telegrama e da mensagem no jornal por mensagens SMS enviadas pelo celular, a de um cocheiro por um taxista etc. Outras, entretanto, acabam desencadeando mudanças profundas na história.

No primeiro episódio da primeira temporada conhecemos o doutor John Watson, médico do exército que serviu no quinto regimento de Northumberland, e que decide procurar alguém para dividir um apartamento após ter sido ferido na guerra no Afeganistão. Talvez a maior diferença entre os dois textos seja o fato de que, enquanto a maior parte da obra de Doyle é narrada em primeira pessoa sob o ponto de vista do Dr. Watson, a série não tem uma narração em *voice-over*, o que produziria um efeito semelhante; assim, diferentemente da série, o texto de Doyle nos dá a percepção do Dr. Watson sobre os eventos da narrativa, o que proporciona ao público do programa televisivo uma visão diferente dos elementos da história.

Entretanto, o projeto transmídia elaborado para a série apresenta o ponto de vista de Watson por meio do blog do Dr. John Watson, uma plataforma que, além de suplementar as ações exibidas no programa, ainda serve para oferecer a oportunidade de revisitar alguns eventos sob a ótica do médico, o que aproxima o diário eletrônico das histórias de Conan Doyle no que se refere à narração.

Outra função do blog é oferecer detalhes de casos que são apenas rapidamente mencionados na TV – como os citados nos episódios “A Scandal in Belgravia” e “The Sign of Three”. São eles: “The Geek Interpreter”, “The Speckled Blonde”, “Sherlock Holmes Baffled”, “The Navel Treatment”, “The Aluminium Crutch”; “The Hollow Client”,

“The Poison Giant”, “The Inexplicable Matchbox”, “The Elephant in the Room”, “The Bloody Guardsman” e “The Mayfly Man”.

Uma terceira função do diário virtual é fornecer informações que extrapolam a narrativa televisiva, como o relato de casos que não são mencionados em nenhum momento no programa, como “The Six Thatchers”, “The Deadly Tealights”, “Death by Twitter”, “Murder at ‘The Orient Express’” e “Happily Ever After”. Outro momento que não é retratado na série é o intervalo de dois anos após a suposta morte de Sherlock. Durante esse período, John Watson utiliza o blog para descrever seu estado de espírito depois da tragédia.



Figura 1. Blog do Dr. Watson. Recuperado <http://www.johnwatsonblog.co.uk/blog/20april>

Também os comentários de outros personagens no blog estão conectados aos episódios televisivos, como os que aparecem após o relato do caso “The Deadly Tealights”. Apesar de esse caso investigativo não ser retratado na TV, os diálogos entre personagens ficcionais claramente se conectam ao hiato pós-morte de Sherlock, período em que o detetive

passa a ser suspeito de causar os crimes dos casos que investiga, conforme plano elaborado pelo vilão Moriarty:

Scarlet Glove: Outra vítima das mentiras de Holmes, eu acho.

John Watson: Eu não vou perder meu tempo argumentando com você.

msmoneypenny: Porque todos sabemos a verdade. Você é um pequeno homem triste e iludido.

Molly Hooper: John está falando a verdade. Sherlock era um homem bom. (...)

Dame Latif: Nós ainda acreditamos em você. Nós acreditamos em vocês dois. (Watson, s.d.)

Além da página do Dr. Watson, a franquia também se expande por meio de três outros blogs de personagens: o *Science of Deduction*, de Sherlock Holmes; o de Molly Hooper, médica legisla que trabalha com Sherlock; e o de Connie Prince, personagem que aparece em um episódio da série. Além deles, a franquia também faz uso de um perfil ficcional no Twitter, o da personagem Irene Adler.



Figura 2. Perfil da personagem Irene Adler no Twitter. Recuperado de <https://twitter.com/thewhiphand>

Considerando a função de tais plataformas, observa-se que em *Sherlock* elas não servem primeiramente como meio de divulgação, nem contêm detalhes da produção da série; tampouco há um trabalho contínuo de manutenção do *fandom* por meio de postagens dos personagens (já que os blogs tiveram suas atualizações interrompidas durante os hiatos entre algumas temporadas). Na verdade, eles revelam uma mistura de duas estratégias: ao mesmo tempo que reiteram os eventos ocorridos no programa sob a ótica de um dos personagens, eles funcionam como uma expansão na narrativa televisiva, fornecendo novas informações e detalhes das histórias que são mencionadas rapidamente na TV.

Cheias de charme

Naquela que talvez foi a primeira tentativa de incluir conteúdo transmidiático na produção de telenovelas brasileiras, o personagem indiano Indra, da novela *Caminho das Índias*, já mantinha, em 2009, um blog com publicações relacionadas aos episódios da novela, mas também à cultura da Índia em geral: datas comemorativas, pratos típicos, religião etc. Em *Viver a vida* (2009-2010), a personagem Luciana é encorajada, depois de um acidente grave, a criar uma página pessoal, relatando seus avanços durante o processo de recuperação. Em 2010, o remake da novela *Ti-ti-ti* (originalmente exibida em 1985) fez um intenso uso de blogs de personagens e páginas de instituições que participavam da história, como por exemplo as páginas pessoais dos estilistas Beatrice M., Jacques Leclair e Victor Valentim bem como os sites das revistas Drix Magazine e Moda Brasil. Em *Passione* (2010), é por meio dos perfis no Twitter que os vilões Fred (Reynaldo Gianecchini) e Clara

(Mariana Ximenes) comentam os acontecimentos recentes da trama televisiva. Em 2011, foi a vez do blog da personagem Melina Gouveia, da novela *Passione*, chamar a atenção dos espectadores para a internet. Todas essas iniciativas, no entanto, não permitiam um alto nível de interação com o público. Ainda assim, serviram como experiência para compreender que tipo de projeto transmidiático funcionaria melhor no contexto televisivo brasileiro.

*Cheias de charme*¹ (Médicis, Grimberg, Fiterman, & Saraceni, 2012) é uma novela escrita por Izabel de Oliveira e Filipe Miguez que foi ao ar de 16 de abril a 28 de setembro de 2012. Com 143 episódios exibidos de segunda a sábado, conta a história de três empregadas domésticas – Maria da Penha (Taís Araújo), Maria do Rosário (Leandra Leal) e Maria Aparecida (Isabelle Drummond) – que se conhecem na prisão e se tornam famosas depois que formam um grupo musical e que o videoclipe que gravam se torna “viral” na internet. Com personagens caricaturais e cenário e roupas extravagantes, *Cheias de charme* é conhecida, até a presente data, como a novela que conseguiu o maior engajamento de público fazendo uso de ferramentas transmidiáticas na televisão brasileira.

Apesar de *Cheias de charme* não ter sido direcionada especificamente para crianças e adolescentes, exerceu grande influência junto a esse grupo, por causa da ideia de se alcançar sucesso e fama integrando um grupo musical. Essa temática atrai especialmente o público adolescente, que costuma formar, nessa fase da vida, grupos de fãs de bandas e

1. Ficha técnica: novela de Filipe Miguez e Izabel de Oliveira; escrita por: Filipe Miguez, Izabel de Oliveira, Daisy Chaves, Isabel Muniz, João Brandão, Lais Mendes Pimentel, Paula Amaral e Sérgio Marques; direção: Maria de Médicis, Natalia Grimberg, Allan Fiterman e Denise Saraceni; direção geral: Carlos Araújo.

cantores dos mais variados gêneros musicais (em especial de *pop*, como as *boybands*). Além disso, a popularidade do clipe das “empreguetes”, disseminado por meio da internet, também agradou ao público mais jovem, mais acostumado a práticas e linguagens digitais. Nesse caso, foi necessária uma estratégia que atraísse o público dessa faixa etária, mas que também não excluísse aquele que não faz uso da internet no dia a dia, como explica o autor Filipe Miguez:

No caso de *Cheias de Charme*, demos uma grande atenção à apresentação dos personagens e das tramas, de modo a tornar o espectador íntimo dos personagens antes de entrar com temáticas menos populares (como a internet, que por mais disseminada que esteja, ainda não atinge uma grande parte dos lares brasileiros). (Staush, 2012)

O projeto transmidiático de *Cheias de charme* foi desenvolvido em sua maior parte por meio da internet, através de várias plataformas digitais interconectadas com o portal Globo.com. No portal elaborado para a novela *Cheias de charme* (Gshow. (2012), mesmo após vários anos do término da novela, ainda podiam ser encontrados os episódios que foram exibidos na televisão, informações sobre personagens e bastidores, além de vídeos com depoimentos dos atores e dos autores da novela, videoclipes, letras e coreografias das músicas das empreguetes e gravações das participações em shows com outros cantores e em outros programas da emissora. Mais que oferecer conteúdo promocional da novela, o portal se estabeleceu como uma plataforma suplementar à narrativa televisiva que passava por atualizações a cada momento crucial da história. O projeto transmídia também previu a criação de diários (virtual e impresso) de personagens, como detalha-se a seguir.



Figura 3. Blog Estrelas do Tom. Recuperado de <http://gshow.globo.com/novelas/cheias-de-charme/estrelas-do-tom/platb/2012/07/28/primeiros-videos-de-passinhos/>

Logo no início da novela, foi feita a divulgação do endereço eletrônico do blog do empresário Tom Bastos (Gshow, s.d.) com quem as empreguetes assinaram contrato. De forma geral, a indicação de plataformas transmídia se deu por meio de sinais migratórios exibidos durante a exibição da novela, uma das estratégias dos produtores para que o público se movesse da televisão para a internet. Tais sinais eram pistas que o público mais atento deveria observar em cada episódio e que o levava aos blogs dos personagens, a perfis fictícios ou a notícias inventadas sobre o mundo ficcional. Como lembra Dena, essas “pistas” plantadas em determinadas cenas funcionam como “gatilhos” para que o espectador se mova para outra mídia: “Para o espectador comum, a cena prosseguiria normalmente, mas para outros espectadores o endereço do site e o número do telefone são alusões catalíticas para outras

composições em outras mídias distintas que revelarão mais informações” (2009, p. 307).

Após a assinatura do contrato com o trio, a página do empresário – que antes das empreguetes já agenciava os astros Cheyene e Fabian – passa então a incluir informações sobre a agenda de shows e os sucessos das ex-domésticas. O blog de Tom Bastos foi responsável não apenas por permitir ao público o acesso das informações suplementares à novela, mas, sobretudo, por fomentar a participação do fã, para posteriormente integrá-la à narrativa da novela, por meio, por exemplo, de um concurso de paródias e de um concurso de passinhos.

Além do diário eletrônico de Tom, há também o diário de Cida, lugar em que a personagem se dirige a sua falecida mãe. Ao longo da novela, os telespectadores conhecem apenas algumas frases de seus escritos, sempre em *voice-over*: “Mamãe, hoje o dia foi tão cheio que, se eu escrever tudo, vou acabar com as páginas deste diário”; “Hoje eu jurei para minhas amigas que iria contar a verdade, mas acabei mentindo ainda mais para o Conrado.” Ou: “...eu juro, mãe, eu não vou deixar Conrado sair da minha vida...”

Apesar de aparecer logo no primeiro episódio da novela, os fãs só tiveram acesso ao diário completo da garota depois que a novela terminou. Isso porque, no último episódio, Cida recebe uma proposta de uma editora interessada em publicar seu diário. Naquela mesma semana *Cida, a empregue: um diário íntimo* (na verdade escrito por Leusa Araujo e publicado pela Casa da Palavra) já podia ser encontrado em várias livrarias do país.



Figura 4. Cida escreve em seu diário durante a novela. Recuperado de <http://gshow.globo.com/novelas/cheias-de-charme/capitulo/2012/4/16/cida-rosario-e-penha-fazem-um-pacto.html>



Figura 5. Izabel de Oliveira e Leusa Araujo no lançamento do diário de Cida. Recuperado de <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/cheias-de-charme/curiosidades.htm>

Apesar de não ser a primeira vez que um personagem de novelas da Globo escreve um livro durante o programa – vimos isso com os livros *Alma gêmea*, de novela homônima; *Memórias do Kléber*, em *Água viva*; e *Nicole e Natasha*, em *Amor à vida*, por exemplo –, essa é a primeira vez que um diário de personagem é, de fato, publicado em formato impresso no Brasil, uma estratégia que, novamente, transborda as barreiras entre o real e o ficcional.

É importante salientar que a romancização ou novelização pode exercer a função tanto de extensão transmidiática quanto de adaptação. Como explica Elizabeth Evans, durante o intervalo de vários anos em que a série *Doctor Who* não foi transmitida na TV, os fãs tiveram de se contentar com as romancizações dos episódios antigos (2011, p. 42). Essa prática, no entanto, é diferente das práticas transmidiáticas recentes, no sentido de que, em uma romancização como parte de um projeto transmidiático, o conteúdo do livro não é idêntico ao conteúdo televisivo, mas o expande de alguma forma. Esse é o caso do diário de Cida, em que se observam detalhes que não são mencionados na novela e informações sobre a vida da protagonista nos anos que antecederam o capítulo inicial da novela, por exemplo, quando Cida fala do medo de ir para um orfanato após a morte de sua mãe aos 12 anos de idade; das datas festivas na família postiça; do baile de formatura da escola; do aniversário de 15 anos etc.

As experiências transmidiáticas continuaram na Rede Globo depois de 2012. No entanto, ultimamente observa-se uma mudança no objetivo da criação de perfis de personagens em redes sociais, que tende a estar atrelado ao licenciamento de personagens para exploração de uma marca qualquer. Em *A força do querer* (2017), por exemplo, a personagem

Abigail (Mariana Xavier) teve seus direitos licenciados e passou a dar dicas de beleza, como consultora da empresa Natura, em um perfil no Instagram. Em *O outro lado do paraíso* (2017-18), o personagem Nicácio ganhou um perfil no Instagram em uma ação de conteúdo para a operadora de telefonia Claro. Mais recentemente, Vivi Guedes, personagem de *A dona do pedaço* (2019) interpretada por Paolla Oliveira, ganhou um perfil no Instagram, onde atua como *digital influencer* com anúncios publicitários de várias marcas. Neste último caso é interessante constatar na prática como a transmídia altera as relações entre conteúdos, produtores, diretores e até mesmo atores: a veiculação de anúncios no perfil de Vivi Guedes está, por contrato, atrelada ao conteúdo da novela, ou seja, não é permitida ação comercial no Instagram sem que a marca esteja presente também na trama televisiva. Além disso, foi preciso regulamentar contratualmente a devida remuneração de Paolla Oliveira por emprestar sua imagem à personagem para tais ações de marketing em outra mídia que não a televisão, considerando que a atriz receberia se fosse contratada por essas mesmas empresas. O final da novela trouxe também o encerramento da conta de Vivi no Instagram, com um vídeo em que a *influencer* se despede, emocionada, dos seus “seguimores”.

Conclusão

O grande sucesso da novela *Cheias de charme*, tanto no Brasil como no exterior, pode ser explicado pela temática da novela, com a qual públicos de diferentes culturas, faixas etárias e classes sociais se identificam facilmente – como a fórmula de uma pessoa anônima que

alcança sucesso repentino ou da garota que era humilhada, mas se vinga de seus opressores (que guarda semelhanças com o tão conhecido conto da Cinderela) – e também pelo direcionamento da trama a um público de crianças e adolescentes, mais propensos a criarem grupos de fãs devotados e mais habituados com as mídias digitais, que eram reveladas por meio de sinais migratórios diegéticos e extradiegéticos à telenovela.

No caso da série britânica, é o próprio personagem Sherlock Holmes que exerce um verdadeiro fascínio no público e que explica em parte o sucesso da série, nos moldes de outras adaptações das histórias do detetive para as mais diferentes mídias, desde o início do século 20. Fãs assumidos das histórias de Holmes, os produtores Steven Moffat e Mark Gatiss o trouxeram aos dias de hoje, remodelando toda a narrativa à atualidade. Um dos elementos que contribui para a modernização é a utilização da internet pelos personagens. Por meio de sinais migratórios diegéticos nem sempre muito óbvios, o público é redirecionado para blogs ou perfis ficcionais em redes sociais que são integrados à narrativa da série de televisão de modo a expandi-la, como é o caso do blog do Dr. Watson.

A análise aqui empreendida permite-nos verificar que a mídia televisiva tem passado por profundas modificações nos últimos tempos. Nesse novo contexto, percebe-se que o final da exibição do programa na televisão é apenas o ponto de partida para o consumo do conteúdo relacionado à franquia, algo que ocorrerá em outras plataformas midiáticas. O fluxo de uma mídia para outra reflete um engajamento por parte do público, que eventualmente se reunirá em grupos com os mesmos interesses. Além de buscarem e compartilharem informações sobre seu

objeto de interesse, tais grupos promoverão ativamente a franquia, ao produzirem e distribuírem conteúdo relacionado a ela.

Contudo, um aspecto que é tratado de maneiras diferentes nos dois casos analisados é a elaboração de um projeto que atende perfeitamente a dois tipos de público, o que tem acesso apenas à mídia principal da franquia e aquele que busca as outras mídias. No caso da novela, trata-se daquele indivíduo que tem o hábito de assistir ao programa diariamente, em frente ao aparelho de TV, e daquele que consulta outras mídias, seja para assistir a algum episódio que perdeu, para saber mais informações sobre os bastidores ou sobre a história ou ainda para enviar sua contribuição ao programa em forma de mensagens, vídeos e fotos. Isso significa que, ainda que determinada parte do público não se familiarize com as outras mídias além da TV, sua compreensão da novela não ficará comprometida, pois a relação das outras mídias com a novela é de complementaridade. Em outras palavras, a leitura do livro de memórias de Cida e do diário eletrônico de Tom Bastos não é obrigatória para se compreender a novela.

Por outro lado, no caso de *Sherlock*, essa preocupação é algo menor: algumas informações relativamente relevantes para a história só estavam disponíveis para o público que acompanhava a série também na internet, por meio dos blogs e do perfil de personagens, o que acabou deixando muitos espectadores confusos quanto a alguns eventos da narrativa televisiva, como no episódio em que o detetive manda uma mensagem de texto (SMS) para Watson sobre um caso que é detalhado apenas no blog do médico.

Cabe, portanto, atentar para o fato de que, apesar de esse crescente público transmidiático aparentemente ser, cada vez mais, o foco das

produtoras e dos criadores de conteúdo, tais projetos precisam alcançar um delicado equilíbrio entre oferecer material transmidiático que satisfaça ao público engajado e levar em conta o público convencional que não tem condições de se mover entre plataformas ou que opta por não fazê-lo.

Referências

- Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. (Tese de doutoramento). School of Letters, Art and Media, University of Sydney, Australia.
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media and Daily Life*. New York/London: Routledge.
- Gshow. (2012, abril 16). *Cheias de charme: a novela das sete da Rede Globo*. Recuperado de <http://gshow.globo.com/novelas/cheias-de-charme/>
- Gshow. (s.d.). Estrelas do Tom. *Gshow*. Recuperado de <http://gshow.globo.com/novelas/cheias-de-charme/estrelas-do-tom/platb/>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2a ed.). São Paulo: Aleph.
- Médicis, M. de, Grimberg, N., Fiterman, A., & Saraceni, D. (Direção). (2012). *Cheias de Charme* [Novela televisão]. Recuperado de <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/cheias-de-charme/ficha-tecnica.htm>

Staush, G. (2012, outubro 3). Uma novela cheia de charme! Parte III - Entrevista Exclusiva Filipe Miguez [Blog]. Recuperado de <http://agoraquesaoeles.blogspot.com.br/search/label/Filipe%20Miguez>

Murray, J. (2003). *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: UNESP/Itaú Cultural.

Watson, J. H. (s.d.). *The Personal Blog of Dr. John H. Watson* [Blog]. Recuperado de <http://www.johnwatsonblog.co.uk/blog/17june>

Ideas Preliminares de un Plan de Trabajo de Tesis Doctoral sobre Ficción Transmedia en Argentina

Chantal Arduini Amaya

El origen de este artículo proviene de un interés personal por dar cuenta de las inquietudes teóricas y metodológicas que han surgido al momento de preparar el plan de trabajo para aspirar al título de Doctor en Comunicación expedido por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

En el marco de la Licenciatura en Comunicación Social -cursada en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) desde el 2015 hasta julio del 2019- defendí la tesis de grado titulada: “Narrativas transmedia de ficción. Un análisis exploratorio de la ficción seriada *Según Roxi*”; trabajo que fue dirigido por la Mg. Alejandra Nicolosi, directora del proyecto de investigación Observatorio de ficción televisiva en la TV Pública radicado en la UNQ, del cual formo parte desde el 2016.

En aquella investigación germinal me propuse dar cuenta de las características transmediáticas de la ficción seriada argentina *Según Roxi*. Para ello, realicé una rápida búsqueda bibliográfica a nivel nacional e internacional sobre el tema. Al hacerlo, descubrí que los estudios de las narrativas transmedia en Argentina presentaban dos grandes vertientes:

de un lado, trabajos que investigaban el transmedia de no ficción y de otro, -quizás, en menor medida- aquellos que analizaban casos de experiencias de ficción transmedia.

A excepción de los artículos de Zelcer (2016) y Ascariz, Borchardt y Negro (2016), ambos autores argentinos que analizaron las estrategias de transmediatización en las series *Aliados* (2013) y *Según Roxi* (2012), respectivamente, en aquel entonces, no encontré otro aporte nacional sobre la temática.

La necesidad de acercarme a obras teóricas y metodológicas que se centraran en ficción transmedia me llevó a buscar trabajos fuera del país y, en efecto, allí encontré un notable número de artículos. A los efectos del trabajo de grado recuperé los aportes de: Jenkins (2008), Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012), Bellón Sánchez de la Blanca (2012), Scolari (2013) y Guerrero (2014) para poder analizar las características del lenguaje transmedia en mi objeto empírico.

En agosto del 2019 comenzaré a cursar el Doctorado en Comunicación de la UNLP con la idea de continuar las investigaciones sobre ficción transmedia a nivel nacional. En esta oportunidad, el plan de trabajo se titula: “Narrativas transmedia de ficción en Argentina: un análisis comparativo entre las ficciones nacionales *Según Roxi* (2012) y *Go: vive a tu manera* (2019)”.

Lo que propongo en este artículo es presentar interrogantes, objetivos, inquietudes teóricas - metodológicas que surgen en el marco de la realización del plan de trabajo de tesis doctoral. Busco así dar cuenta de las ideas preliminares de esta investigación que serán desarrolladas a lo largo de los cinco años de duración del posgrado y, a su vez, re-

flexionar sobre el desarrollo teórico de narrativas transmedia de ficción en Argentina.

Justificación de los Objetos Empíricos Seleccionados para Analizar en el Estudio de Posgrado

En un primer momento, el plan de trabajo de tesis doctoral se proponía realizar un análisis comparativo entre *Según Roxi* y *Aliados*, ambos casos complejos y paradigmáticos de ficción transmedia nacional, en vista de su significativa cantidad de seguidores y su impronta transmedial –quizás antes experimentada a nivel nacional¹- pero nunca reconocida como tal.

El interés en la primera serie se debió a que fue el objeto empírico analizado en la investigación de grado. Por su parte, *Aliados* fue seleccionado en función de que Zelcer (2016) solo había analizado la primera temporada y consideré que, desde mi lugar, podría aportar a su estudio. Sin embargo, visto y considerando que su repercusión culminó en 2014 con el lanzamiento de la segunda temporada, me encontré ante un problema metodológico al momento de abordar su historia. Esta ficción expandió su narrativa a partir de: cds, libros, redes sociales, aplicaciones móviles, álbum de figuritas, revistas y espectáculos teatrales. ¿Cómo describir el contenido en sus diversas plataformas si no había manera de recuperarlo? En efecto, sus redes sociales fueron cerradas, los shows

1. Argentina cuenta con una vasta trayectoria en ficciones seriadas y televisivas multiplataformas, tales como: *Chiquititas* (1995), *Rebelde Way* (2002-2004), *Floricienta* (2004-2005), *Casi Ángeles* (2007-2010), desarrolladas por Cris Morena.

en teatro se efectuaron entre 2013 y 2014 y el álbum de figuritas y las revistas ya no están disponibles.

Ante esto, resultaba un tanto más alentador buscar otro objeto empírico que permitiera el acceso a la totalidad o gran parte de su universo transmedia. Fue así que consideré la serie web *Go: vive a tu manera* producida y transmitida por Netflix desde febrero del 2019. Es también un caso paradigmático como ejemplo de narración transmedia nacional ya que, al igual que *Según Roxi*, comenzó su expansión a través de episodios web y posteos en redes sociales para dar a conocer la historia de los personajes.

Por último, resta señalar que aun cuando *Según Roxi* tuvo origen en el 2012 y en cierta manera fue contemporánea de *Aliados* (2013), lo cierto es que continuó expandiendo su narrativa hasta la actualidad y por ello es que se vuelve un caso presente y complejo que amerita ser estudiado y, a la vez, comparado con la reciente propuesta de *Go: vive a tu manera*.

¿Por Qué Estudiar casos de Ficción Transmedia en Argentina?

Para el desarrollo bibliográfico del plan de trabajo me enfoqué en buscar obras teóricas y metodológicas que refirieran únicamente a ficción transmedia argentina, dado que es lo que se vincula a mi pregunta de investigación: ¿Qué características presentan *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera* como casos de ficciones transmedia en el país?

De esta manera, he realizado una búsqueda exhaustiva en algunas revistas académicas nacionales (*Revcom*, *Question*, *Avatares de la Comunicación y la cultura*, *Toma uno*, *Cactus*, *Imagofagia*, *Trampas*

de la Comunicación y la Cultura, Letra - Imagen y Sonido, Cuaderno de H Ideas, La Trama de la comunicación, Improntas, Viator) y en algunas de las plataformas de revistas internacionales especializadas en comunicación (Ícono 14, Comunicación y Medios, Cuadernos de Info, Chasqui, Communication and Society, Comunicación y Sociedad, Palabra clave, Alaic).

En el terreno internacional fue posible encontrar una vasta cantidad de artículos referidos al tema. Por ejemplo, García Carrizo y Heredero Díaz (2015) brindan una propuesta de análisis aplicable a narrativas transmedia; el trabajo de Guerrero (2014) se ocupa de analizar los casos de Águila Roja y *Juego de tronos* con el objetivo de clasificar y describir la interacción de los usuarios en las plataformas web de dichas ficciones; mientras que en Guerrero (2015) analiza la serie *Fringe* y en particular se pregunta por la producción y lectura del fan fiction en su comunidad.

Destacable también es el aporte de Molpeceres y Rodríguez (2014) que indaga la figura del receptor en las series *Game of Thrones*, *Cuéntame cómo pasó* e *Isabel*. Similar propuesta metodológica presenta el artículo de Costa Sánchez (2013) al analizar el caso de *El Cosmonauta* y preguntarse por su modelo de negocio, expansión en plataformas y concepto de transmedia nativo. De gran contribución, igualmente, es el trabajo de Corona Rodríguez (2016) cuya propuesta es pensar cuándo es transmedia y no qué es transmedia, ya que de esta manera podremos comprender la dimensión histórico evolutiva del concepto, en vista de que sabemos cuándo empieza el transmedia pero no cuándo termina. Lastra (2016), por su parte, reúne las clasificaciones que se le han dado al concepto de prosumidor y desde ellas genera una propia, para aplicarlas a las ficciones *Kung Fury* y *El Ministerio del Tiempo*. Este último caso

también analizado por Scolari y Establés (2017). El artículo da cuenta de las características de la ficción -nacida como producto monomediático- pero que con el tiempo se transformó en un ejemplo paradigmático de ficción transmedia española. Cabe mencionar aquí el trabajo de Soler Azorín (2015) que describe la transmediatización de *Aliados* y evidencia el carácter de denuncia social propuesto por la historia.

Y podríamos seguir enumerando autores extranjeros que han contribuido a los estudios de ficción transmedia, sin olvidar por supuesto la importancia teórica de las obras de Jenkins (2008) y Scolari (2013) en la definición y características del concepto.

Ahora bien, cuando indagamos el tema en las revistas académicas nacionales antes señaladas, solo encontramos los aportes de De Michel y Oszust (2014), Zelcer (2016), Castagnino y Vacchieri (2015) y Ascariz et al. (2016). A decir verdad, el primero no es un artículo propiamente dicho debido a que se trata de un resumen alojado en el repositorio digital de la Red de Investigadores en Comunicación del país. No fue posible acceder al trabajo completo, pero recuperamos los objetivos del mismo. Las autoras se preguntaron:

Acerca del carácter innovador de la propuesta [de “*Aliados*”] en relación a otras ficciones de producción nacional con remisiones desde la televisión hacia otros medios (digitales, gráficos, teatrales). En segundo lugar, indagamos en qué medida la propuesta pone en tensión el lugar central de la televisión como dispositivo para el que se produce ficción. Para ello, estudiamos la estructura narrativa de la serie, considerando en qué medida se ajusta a formatos televisivos típicos y, por lo tanto, en qué medida posibilita/restringe la transmediación de la ficción. (Michel & Oszust; 2014)

En sintonía con este análisis, Zelcer (2016) también realizó un estudio de caso sobre *Aliados*. El autor se concentró en estudiar los elementos de la primera temporada. De esta manera, describió el ecosistema de la serie televisiva producida por Cris Morena que se compuso de: episodios web, álbum de figuritas, revistas, sitio web, aplicaciones móviles, cds, Instagram, Twitter, Facebook, Pinterest, libros y canal de You Tube.

Luego de describir cada producto y analizar la interacción de los usuarios en las redes de la ficción, el autor arribó a notables reflexiones sobre la experiencia transmedia de esta ficción nacional:

La única expansión significativa de esta historia de jóvenes terrestres y seres de luz apareció en forma de obra literaria una vez finalizada la temporada de emisiones televisivas, y para el relativamente reducido número de usuarios/espectadores que adquirieran un ejemplar del libro. En los restantes medios (...) los mismos contenidos de este relato ficcional aparecían una y otra vez asentados en distintos dispositivos (...). (Zelcer, 2016, p. 222)

En ese sentido, la riqueza de la transmedialidad pasa más por los distintos lenguajes y dispositivos en los cuales se asientan estas producciones y las prácticas de consumo que éstos proponen que por la posibilidad de encontrar una expansión de la historia o de los personajes. (Zelcer, 2016, p. 223)

En función de estos hallazgos, nos preguntamos si el caso de *Aliados* se trata de un transmedia, a pesar de no expandir la narrativa en distintas plataformas o si quizás se acerca a una experiencia multiplataforma. En su artículo, Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012) definen y distinguen los conceptos de: multiplataforma, crossmedia y transmedia. En el primero, la misma historia se adapta a diversos soportes, en el segundo también existen varias plataformas de distribución, pero cada producto aporta información para construir la historia que se narra y por ello es que el

espectador precisa consumir todos los soportes del universo. En tercer lugar -aun cuando es muy parecido al crossmedia- el lenguaje transmedia expande su narrativa mediante diferentes formatos y cada uno de ellos mantiene su independencia, por lo que no es necesario consumirlos a todos, dado que la historia se comprenderá de todas formas y, además, se reconoce la actividad del usuario como sujeto creador de contenido para el proyecto transmedia.

El artículo de Zelcer (2016) deviene en una interesante reflexión para pensar los casos nacionales de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera*. De hecho, la pregunta de investigación del plan de trabajo se preocupa por conocer las características transmediales que presentan dichos objetos empíricos, es decir, cómo se construye la historia desde el lenguaje transmedia. Y en esta línea me pregunto: ¿son ficciones transmedia nativas como piensa Costa Sánchez (2013)? ¿Presentan los siete principios de la narrativa que reconoce Jenkins (2008)? ¿De qué manera los ponen en juego? Si las ficciones estudiadas no cuentan con todos los principios postulados por dicho autor: ¿deja de ser una experiencia transmedia?

Al mismo tiempo en que Zelcer (2016) analizó *Aliados* se publicó el libro de Quevedo (2015) donde en el capítulo 7 Castagnino y Vacchieri escribieron un artículo en torno a experiencias transmedia en Argentina: “Tras los pasos del hombre bestia” (documental), *Aliados* (ficción), el fenómeno de los booktubers en Internet y el sketch “La loca de mierda” de Malena Pichot.

Las autoras clasificaron *Aliados* como una producción proveniente de la industria mediática, la pensaron como uno de los ejemplos paradigmáticos nacionales, describieron sus estrategias transmediáticas y

concluyeron que ha tenido una aceptación muy relevante en el público juvenil.

No quedan dudas de que la convergencia entre los medios analógicos y los digitales llegó, creció y no parece apurada por desaparecer. Y es evidente que las múltiples formas de amalgamarse y de posibilitar a la vez la expansión de los relatos no sólo dependen de los medios, las agencias de publicidad o las productoras, sino también, y fundamentalmente, de los usuarios que cada vez menos se conforman con una única pantalla que propicie una sola mirada. (Castagnino & Vacchieri, 2015, p. 205)

Por su parte, Ascariz et al. (2016) depositaron la mirada en *Según Roxi* y le aplicaron los siete principios de una narrativa transmedia según Jenkins (2008). Al igual que los anteriores autores argentinos eligieron el método de estudio de caso para abordar el objeto empírico. No obstante, el artículo no busca ser un aporte al campo de la ficción transmedia en el país, sino que apunta a evaluar las estrategias de participación que se proponen desde una campaña publicitaria y una ficción transmedia para atraer consumidores.

El diseño de una obra, una campaña publicitaria, un relato o un producto visual/audiovisual en la actualidad implica la elaboración de una estrategia de diversificación del contenido, que debe poder adaptarse a todos los medios de comunicación y plataformas de entretenimiento disponibles, y de esta manera asegurar el acceso y consumo del mayor espectro de espectadores posible. Por otro lado, esta estrategia debe asegurar la participación del público y la inmersión en el universo creado. (Ascariz, Borchardt, & Negro, 2016, p. 1)

Aun así, el trabajo expone y analiza las estrategias de fomento a la participación de los fans por parte de La Maldita Entertainment (pro-

ductora de *Según Roxi*) además de explicar cuáles de los siete principios (expansión y profundidad, serialidad, construcción de mundos, inmersión-extracción, subjetividad, performance, continuidad- multiplicidad) cumple o no la ficción.

Así las cosas: ¿cómo no pensar en investigar para un posgrado un objeto de estudio que es actual, está en expansión, es complejo y no presenta, quizás, una bibliografía consolidada en el país? ¿Por qué no analizar cómo están construidas esas escasas experiencias de narrativas transmedia de ficción nacionales y compararlas? De aquí se desprenden los siguientes objetivos generales y específicos del plan de trabajo doctoral:

Objetivos Generales

- Realizar un análisis comparativo entre la propuesta transmedia de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera*, teniendo en cuenta ciertos indicadores: cantidad y tipo de productos en los que se expande la narrativa de cada ficción, modelos de negocio (financiamiento- comercialización-distribución) que eligen las productoras para solventar el transmedia, tipo de participación de los fans/ prosumidores en la historia y rol del showrunner en cada proyecto.
- Contribuir a los estudios de narrativas transmedia de ficción en Argentina.

Objetivos Específicos

- Mapear, ordenar cronológicamente y describir en profundidad todos los productos que componen el universo transmedia de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera*.

- Realizar un análisis comparativo entre cada formato del universo para dar cuenta de las estrategias de transmediación propuestas por *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera*.
- Dar cuenta del tipo de participación de los fans (interacción y generación de fandom) en las redes sociales de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera*.
- Analizar la figura del showrunner o productor transmedia en la generación de contenido de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera*. Observar y evaluar las estrategias puestas en juego por este actor para lograr que el público interactúe con los contenidos de la serie.

Aproximación a una Metodología

Ideas Preliminares para el Análisis de Canon

En función de los objetivos generales y específicos propuestos pensamos un abordaje metodológico que combinara varias técnicas cualitativas. Para empezar, escogimos solo dos casos nacionales, esto nos permitirá ser exhaustivos y analizar en detenimiento cómo se aplica la narrativa transmedia en ambas ficciones para luego compararlas. La técnica del estudio de caso resulta viable y parece la más apropiada para abordar estos objetos empíricos. Así lo prueban los artículos de Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012), Costa Sánchez (2013), Guerrero (2014, 2015) y Zelcer (2016), entre otros.

Con el fin de detectar la expansión del relato en diversos formatos, en principio, precisamos mapear todos los productos que componen el universo transmedia de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera* a fin de establecer el corpus de análisis. Luego, será pertinente ordenarlos cronológicamente debido a que en la ficción transmedia existe una línea de

tiempo de la historia que se narra y no siempre dicha línea se condice con el orden de aparición de los productos.

En tercer lugar, usaremos la técnica de la descripción para abordar cada unidad de análisis considerando los siguientes ítems:

- Sinopsis o tema del que trata el producto: la historia que se narra.
- Tipo de plataforma: libro, red social, canal de You Tube, espectáculo, página web, serie de TV, serie web, videojuego, etc.
- Capítulos de libros: realizar una breve sinopsis de cada uno; identificar protagonistas, antagonistas y ayudantes colocando sus nombres y el papel que interpretan; especificar el tiempo y el lugar donde transcurren los hechos.
- Episodios web y espectáculos teatrales: realizar una breve sinopsis de cada uno; señalar su duración; identificar protagonistas, antagonistas y ayudantes colocando sus nombres y el papel que interpretan; especificar el tiempo y el lugar donde transcurren los hechos.
- Redes sociales, página web y/o cuenta de You Tube: identificar el rol que cumplen: publicitar los productos del universo, interactuar con los fans, contar parte de la historia, etc. Describir el contenido que presenta: videos, trailers de temporada, videoclips de canciones, imágenes, posts, fotos de fans, fandom, entrevistas, entre otros.

Una vez descrito cada producto en detalle pasaremos a una etapa analítica centrada en el universo de las ficciones en la que compararemos cada una de sus narrativas con el fin de determinar qué nuevos contenidos le suman a la historia original y de qué manera son contruidos a través de los diferentes lenguajes y soportes. Así, podremos detectar qué historias, personajes, contenidos y escenarios se repiten o se innovan en cada plataforma.

En último lugar, pero no menos importante, a partir de entrevistas en profundidad a los productores transmedia de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera* podríamos acercarnos a una caracterización del rol que ocupa esta figura en esta nueva manera de contar historias. Si bien la observación y el análisis de los contenidos que se distribuyen en las distintas plataformas nos dejan ver cuál es la estrategia del showrunner, la técnica de la entrevista nos permitirá conocer en detalle la experiencia desde su interior.

Ideas Preliminares para el Análisis de Fandom

¿Cómo dar cuenta de la participación de los usuarios en las redes sociales de una ficción transmedia? La instantaneidad de las redes sociales como Instagram, Twitter y Facebook nos plantean nuevos desafíos a los investigadores en ficción transmedia que buscamos dar cuenta de la expansión del relato en esas plataformas. En rigor, no estamos frente a un corpus de análisis estático que seguirá permaneciendo allí cuando decidamos buscarlo. Por el contrario, las historias desaparecen, las transmisiones en vivo no se recuperan y por ende, ese contenido transmitido quedará en el olvido. Aun así: ¿se podrían analizar profundamente los contenidos de las redes sociales de una ficción transmedia para detectar la expansión del relato y la participación de los usuarios en la historia? Quizás, solo considerando aquellos contenidos inmutables (fotos subidas, publicaciones del muro) sea posible. Y en este caso podríamos visualizar comentarios, likes, publicaciones compartidas, etiquetas, la cantidad de seguidores y evaluar si la franquicia propone concursos, juegos, aplicaciones o publicaciones que inviten a participar al público.

Pero aquí nos situamos en un problema metodológico que se escinde en dos. Por un lado: ¿habría que describir todas y cada una de las publicaciones desde el minuto cero en la creación de la red social y observar, además, la cantidad de likes y comentarios? O ¿acaso sería posible tomar una muestra de ese corpus y analizarlo? Si así fuera, la investigación: ¿perdería rigurosidad y profundidad? ¿Qué criterio habría que poner en juego para la selección del material?

Por otra parte: ¿cómo abarcar/medir la inmensa cantidad de fandom de las ficciones sin olvidar ningún usuario? Imaginemos que existen blogs y cuentas de Instagram o Facebook en Argentina dedicadas a las series o bien a sus actores donde los usuarios suben contenido constantemente. Es de suponer que la cantidad de publicaciones ascenderá a una cifra exorbitante y ni qué hablar si pensamos en los fans internacionales. En estos términos: ¿el trabajo sería insuficiente si no encontrara y analizara la mayor cantidad de publicaciones creadas por los miles de usuarios en la red? ¿Podría dar cuenta del tipo de interacción de los usuarios solo con mencionar algunos perfiles y observar a grandes rasgos en qué consisten sus contenidos?

Estas inquietudes -aún sin respuesta- espero contestarlas a lo largo del desarrollo del presente plan de trabajo doctoral. Hasta el momento es claro que el método cualitativo de la observación en profundidad aplicado a las redes sociales nos permitiría abordarlas. Esta técnica fue puesta a prueba por Zelcer (2014) y Molpeceres y Rodríguez (2014), Ascariz et.al (2016), Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012) y sirvieron de base también en el trabajo de grado donde obtuve resultados muy positivos para caracterizar el fenómeno del usuario en la red. Cabe señalar que Guerrero (2015) utilizó el método cuantitativo de la encuesta

para evaluar el tipo de fandom en la comunidad de *Fringe*, lo cual le permitió conseguir datos fehacientes que luego expresó en porcentajes y así pudo dar cuenta de varias características de los fans, por ejemplo: franja etaria, porcentaje de mujeres y hombres que siguen la ficción, plataforma más consumida, razones por las que consumen, temas en los que se basan para realizar sus propios contenidos, entre otros indicadores.

Consideraciones Finales

El objetivo de este artículo ha sido exponer las ideas preliminares de mi plan de trabajo titulado “Narrativas transmedia de ficción en Argentina: un análisis comparativo entre las ficciones nacionales *Según Roxi* (2012) y *Go: vive a tu manera* (2019)”;

que será desarrollado en el marco del Doctorado en Comunicación de la UNLP.

Uno de los obstáculos más importantes a la hora de analizar las series web, a mi parecer, tiene que ver con cómo medir y describir la interacción de los fans en el proyecto transmedia, sin perder la rigurosidad en la investigación. A lo largo del artículo hemos dado cuenta de las estrategias utilizadas por distintos autores extranjeros para resolver este problema. Quizás, en vista de que los resultados fueron positivos, lo más pertinente sea tomar estos aportes y aplicarlos en el fandom de *Según Roxi* y *Go: vive a tu manera*.

En base a los estudios de los autores argentinos recuperados para el presente trabajo, nos surge la inquietud de reflexionar acerca de las clasificaciones que se le otorga a un contenido ficcional distribuido por diversas plataformas. Distinguimos entre historias multiplataforma, crossmedia y transmedia, pero ¿estas categorías son tan contundentes?

Si la serie no contiene una de las características que Jenkins (2008) le atribuye a la narrativa transmedia ¿deja de serlo? Según Zelcer (2016) *Aliados* no pierde su transmedialidad aun cuando ésta no pase por la expansión de la historia en las distintas plataformas, pero entonces ¿no estaríamos frente a un caso de narración en multiplataforma?

Como es de público conocimiento, los estudios en torno a las narrativas transmedia de ficción y no ficción están en auge; al igual que el desarrollo de experiencias transmediales de ficción. Sin embargo, en Argentina aún resulta complicado encontrar numerosos ejemplos de esta nueva manera de contar historias. Asimismo, existe una notable carencia de artículos que analicen ficción transmedia en las revistas nacionales de comunicación. Cabe destacar, que para el presente trabajo no fueron indagados los repositorios digitales de tesis de grado y posgrado de las universidades del país, lo cual sería interesante de analizar para arrojar más luz en el estado de la cuestión sobre ficción transmedia en Argentina.

Una propuesta de investigación sobre este tema a nivel nacional en un posgrado resulta un desafío. En principio, porque aún no estamos frente a un terreno allanado y en segundo lugar, porque nuestra pequeña contribución al área será la base de futuras investigaciones.

Referencias

Ascariz, J., Borchardt, J., & Negro, M. (2016). Transmediación, la expansión de los universos narrativos visuales/audiovisuales. *VII Encuentro de Investigación en Periodismo y IV Foro de Investigadores en Diseño, Publicidad, Comunicación Social y Relaciones Públicas*. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina.

- Bellón Sánchez de la Blanca, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación. *Revista Comunicación*, 1(10), 17-31.
- Castagnino, L. & Vacchieri, A. (2015). Narrativas transmedia. Cuando los relatos no se quedan quietos. En L. Quevedo (Ed.), *La Cultura Argentina hoy: tendencias*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Costa Sánchez, C. (2013). Narrativas transmedia nativas: ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y comunicación social*, 18(Nº Especial diciembre), 561-574.
- Costa Sánchez, C. & Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas Narrativas Audiovisuales: Multiplataforma, Crossmedia y Transmedia: El caso de Águila Roja (RTVE). *Icono 14*, 10(2), 102-125.
- García Carrizo, J. & Heredero Díaz, O. (2015). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia. *Icono 14*, 13, 260-285.
- Guerrero, M. (2014). Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de “Águila Roja” y “Juego de Tronos”. *Comunicación y Sociedad*, (21), 239-267.
- Guerrero, M. (2015). Producción y lectura de fan fiction en la comunidad online de la serie Fringe: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática. *Palabra Clave*, 18(3), 722-745.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura de convergencia*, Barcelona: Paidós.

- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Ícono 14, 14*, 71-94.
- Molpeceres, S. & Rodríguez, M. (2014). La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: el ejemplo de las series de televisión de ficción. *Historia y comunicación social, 19*(Nº Especial febrero), 31-42.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Scolari, C. & Establés, M. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave, 4*, 1008-1041.
- Zelcer, M. (2016). Narrativas transmediáticas en la ficción seriada televisiva argentina. *Letra. Imagen. Sonido, 15*, 205-224.

PARTE 2
JORNALISMO TRANSMÍDIA

Jornalismo Transmídia: a Consolidação de um Formato de Notícias

Denis Renó

A narrativa transmídia tem transformado expressivo número de meios de pesquisadores, focados principalmente nos campos da ficção e da publicidade, destinados à busca de novas soluções para obter resultados imediatos. Apesar dos grandes desafios enfrentados, os resultados pretendidos foram alcançados com sucesso, o que significa que vários autores escreveram sobre o assunto na tentativa de registrar essa nova opção de linguagem da mídia, através de diversos estudos sistematizados. No entanto, um importante campo da comunicação foi deixado praticamente de fora: o jornalismo.

Por essa razão, em 2010, comecei a estudar a aplicabilidade da narrativa transmídia no jornalismo, considerando as limitações de suporte e linguagem naquele momento, mas também pensando em inovação, pois não existiam pesquisas desenvolvidas sobre o tema. Então iniciei uma pesquisa aplicada que envolvia teoria e prática, através do desenvolvimento de um experimento, a fim de descobrir e provar as possibilidades de adoção da narrativa no jornalismo contemporâneo, tanto no que diz respeito à tecnologia quanto à reação humana a esse novo modelo de linguagem.

No final de 2011, depois de um ano produzindo e publicando reportagens com base no que eu entendia como transmídia (no começo, percebi a inviabilidade de adotar a narrativa transmídia em notícias factuais), cheguei a algumas conclusões e a um modelo de como construir uma equipe a partir de um algoritmo fluxograma rizomático, considerando os conceitos básicos de Deleuze sobre rizoma como base da proposta.

Esses resultados foram publicados em um livro no início de 2012, na Espanha, intitulado *Periodismo Transmedia*. A obra recebeu várias manifestações de acadêmicos, da admiração ao ceticismo, e críticas sobre a possibilidade de usar a narrativa transmídia ao jornalismo (que possui linguagem e conteúdo participativos sem um controle), em um campo profissional marcado pela autoria e pela governabilidade (um conceito proposto por Michel Foucault, que define o status do comando).

Quase oito anos se passaram desde que o livro foi publicado, e agora nos encontramos em um cenário diferente. O que parecia impossível para alguns se tornou realidade para várias mídias jornalísticas (algumas delas entre as mais importantes do mundo) e uma crescente ambição acadêmica, inclusive por aqueles que outrora se posicionaram intensamente críticos ao jornalismo transmídia. O jornalismo transmídia está consolidado em sua existência, inclusive a partir de contribuições originárias de ensaios. No entanto, sempre surgem desafios, uma vez que vivemos um momento de ruptura e emergência de uma nova linguagem social.

Este capítulo oferece uma recapitulação de suas origens (partindo daquele livro, considerado um pioneiro sobre o assunto), atualizações sobre o conceito e o posicionamento da narrativa transmídia no mundo do jornalismo internacional, apontando para exemplos contemporâneos

que reforçam a existência dessa narrativa como base da construção e composição das notícias. Com os resultados apresentados, esperamos fortalecer a experimentação desse modelo de linguagem, que não exclui as narrativas tradicionais, mas aponta para algo que pode ser um formato dominante no futuro.

Origens: do Jornalismo Digital ao Jornalismo Transmídia

O mundo dos meios tem vivido mudanças constantes por uma série de razões, incluindo o surgimento de hiperespaços, que alteraram, entre outros, a maneira como o conteúdo é produzido, as razões pelas quais ele é produzido e também o público para o qual é produzido. Portanto, há uma necessidade urgente no mercado de jornalismo profissional de novos estudos que possam examinar esse novo fenômeno.

Dessa forma, a expansão digital chega às redações. No entanto, resta uma pergunta: quais são os processos de produção de conteúdo jornalístico para as narrativas digitalmente expandidas? E, em conexão com isso, surge outra questão importante: as redações estão preparadas para julgá-los ou assumir esses novos processos de produção? Percebo que, nesse caso, uma posição defensiva, resistente, atrapalha, embora o cenário esteja mudando nas redações desde o advento das novas mídias. Existem alguns profissionais com perspectivas mais realistas, e o número de indivíduos com essa característica aumentou consideravelmente, mas a situação ideal seria crescer e desenvolver redações mais próximas da realidade, física e logicamente, como já ocorre no campo acadêmico.

Mas o cenário é bastante diferente daquele que tínhamos em 2010. Agora já temos uma consolidada TV na internet, por meio de sites elabo-

rados a partir de conceitos de redes de mídia social, como Netflix, Youtube e Vimeo. É o momento das “Novas Novas Mídias” (Levinson, 2012), onde o cidadão tem espaço e voz na ecologia dos meios. Ao mesmo tempo, temos telefones celulares com processadores avançados que emulam uma tecnologia de computador de ponta. Agora, temos tudo combinado em um único equipamento, minúsculo, portátil e constantemente conectado: o smartphone.

Para entender o jornalismo transmídia é fundamental estabelecer definições sobre os conceitos fundamentais. Neste texto, defino o hipertexto como uma estrutura de leitura não linear que oferece a seus usuários a possibilidade de criar sua própria arquitetura mental. Aarshet (2005, p. 85) define o hipertexto como uma “ferramenta para a mente”, que assume a forma desejada de suas opções cognitivas. O mesmo ocorre na hipermídia, um ambiente de estrutura hipertextual que combina uma diversidade de mídias (fotos, vídeos, áudios, animações, infográficos etc.) ao lado do texto, permitindo ao usuário da informação escolher seu próprio caminho narrativo. Tanto o hipertexto quanto a hipermídia são processos interativos porque fornecem ao usuário uma escolha de caminhos para obter as informações da maneira que melhor lhes convier. São ambientes líquidos, fluidos, participativos e independentes (Bauman, 2001).

Há diversas discussões importantes iniciadas por Landow (2009, p. 25), no livro *Hypertext 2.0* (ou em sua nova edição em espanhol *Hipertexto 3.0*), que propõe que “simplesmente, a expressão hipermídia descreve a ideia de texto hipertextual quando conclui a informação visual e sonora, bem como a animação e outras formas de informação”. No entanto, o autor, no mesmo livro, decide não fazer distinção entre

hipertexto e hipermídia, uma vez que acredita que fazem parte de um *cluster* único, que fornece ao usuário uma atividade avançada nos processos de participação e leitura.

Considerada a estrutura popular contemporânea de comunicação, a hipermídia atinge seu ápice quando convergem diferentes formas de mídia, o que era uma possibilidade adicional de interagir e definir as formas labirínticas de leitura. O consumidor midiático procura cada vez mais plataformas que possam apresentar a possibilidade de ler conteúdo em várias linguagens, seja ele apresentado pela televisão, fotografia, cinema, literatura ou internet. Portanto, a comunicação pela televisão teve um crescimento significativo em seu conteúdo intertextual como forma de expandir os idiomas disponíveis nesse tipo de “caixa mágica” e compensa a falta de navegabilidade na plataforma. O usuário navega por um processo cognitivo, e não pelos fragmentos apresentados pela mídia. Ao mesmo tempo, Landow (2009) define que, dentro dos espaços em que a multimedialidade está, os leitores estão ativos ou são leitores-escritores.

Os ambientes hipermídia adotam intensamente o conceito de intertextualidade proposto por Mikail Bakhtin. Segundo Bakhtin (1986), a intertextualidade é o diálogo entre inúmeros textos. Escrevendo sobre intertextualidade, George Landow (2009, p. 467), aponta que é algo recíproco e referencial em um texto ou metatexto concebido como obra hipermidiática. Contudo, o autor ressalta que foi utilizado pela primeira vez por Tzvetan Todorov, em 1969. Portanto, é correto considerar que Bakhtin e Landow falam da mesma coisa, mas em momentos históricos, sociológicos e tecnológicos diferentes. Entre as linguagens específicas utilizadas na discussão das redes sociais e da blogosfera, destacam-se

a pós-hipertextualidade e a transmidiação. Ao considerar esses termos, é importante destacar o surgimento do termo Transmídia, inicialmente proposta por Stuart Saunders Smith, em 1975, originalmente para o termo *Transmedia Composición*, que exibía uma miscelânea de melodias distintas em um trabalho único.

Diante disso, acredito que os jornalistas devem se preparar para o novo cenário da comunicação informativa, tendo como base o cenário atual. É cada vez mais necessário, além do conhecimento específico, saber produzir conteúdos que ofereçam uma narrativa transmídia para permitir à sociedade contemporânea navegar através de uma informação intertextual moderna. Não é lógico repetir a mesma forma de outras mídias, especialmente em se tratando de uma realidade de narrativa transmídia. Embora seu significado pareça obscuro para algumas pessoas, transmídia é uma linguagem contemporânea e social composta por vários conteúdos através de diferentes plataformas de linguagem com significados independentes, mas relacionados entre si, oferecendo coletivamente um novo significado. A participação em redes sociais e por dispositivos móveis é fundamental (Renó, 2011). Logicamente, ainda estamos em um processo transformação ecossistêmica, em termos de meios. O que se sabe com certeza é que a sociedade cotidiana está imersa nos “novos novos” meios (Levinson, 2012) e os processos precisam mudar, acompanhando as mudanças na sociedade.

Além disso, é necessário mudar de linguagem, pois, uma vez que o conteúdo foi alterado, por diferentes meios e para um público diferente, que alcançou o status de participante e co-autor. Os seres-meio, como observado por Dan Gillmor (2005), produzem suas próprias notícias, não são mais fontes para jornalistas. Esses cidadãos agora são fontes

para a sociedade a partir de seus espaços virtuais, seja pela blogosfera ou qualquer outra rede social contemporânea. Cidadãos que fazem a informação circular por suas próprias forças, palavras e idiomas. Parece que não ocorre aos jornalistas pensar nisso, mas é uma nova maneira de tornar factual, e o jornalista tem a chance de produzir relatórios, aprofundar os temas em que trabalha, usar mais técnicas e tempo no trabalho para fazer o que podem fazer melhor: contar histórias.

O jornalismo transmídia é uma forma de linguagem jornalística que inclui, ao mesmo tempo, plataformas de linguagem diversas com várias mensagens. Assim, recursos audiovisuais, de comunicação móvel e de interatividade são promovidos para disseminar o conteúdo, inclusive provenientes da blogosfera e das redes sociais, o que aumenta significativamente sua circulação. Além disso, o telefone celular é uma ferramenta essencial para garantir a mobilidade e o imediatismo do processo de construção da narrativa, embora seja necessário produzir um roteiro prévio para a construção de um conteúdo transmídia.

A diferença entre o jornalismo transmídia e outras formas de narrativas jornalísticas é que a transmídia pode tirar proveito das possibilidades comunicacionais presentes na sociedade pós-moderna, onde a mobilidade e a estrutura de liquidez, a interatividade, em outras características, assumem papéis importantes no campo da comunicação, como envolver e atrair o receptor para uma experiência participativa com a mensagem. Esse é um dos pontos em que a observação dentro de uma estrutura transmídia é necessária, considerando a expansão da narrativa a partir da interatividade. Ao iniciar uma discussão sobre o jornalismo transmídia, é necessário definir os conceitos e características básicas do espaço digital, que é o ambiente proposto por este estudo. Embora

essas definições sejam amplas e não sejam efetivamente direcionadas à transmidiação, muitas delas são fundamentais para a narrativa transmídia. Além disso, precisamos mudar a maneira como encaramos os paradigmas jornalísticos em relação à tecnologia, especialmente a partir de dispositivos móveis.

De acordo com McLuhan, o meio é a mensagem. Porém, agora o meio móvel mudou, não apenas a mensagem jornalística, mas também a sociedade. Isso acontece devido à evolução tecnológica da área, bem como ao desenvolvimento ou transformação da linguagem utilizada. Os jornalistas começaram a buscar notícias nas ruas novamente, como fizeram nos primeiros dias da profissão. Agora é mais simples fazer seus trabalhos por aí, porque é possível publicar as informações do local em que estão. No entanto, as mudanças também precisam chegar ao campo da linguagem algorítmica. Nesse contexto, a linguagem também pode ser definida como composições de tarefas que têm como objetivo “[...] terminar distâncias, criando uma continuidade espacial, encontrando e estabelecendo uma linguagem comum através das ondas” (Jakobson, 2003, p. 22). Por outro lado, um algoritmo é uma sequência de tarefas definidas com uma finalidade específica. Em outras palavras, os algoritmos formam um processo de produção de notícias, embora não sejam informatizados.

O algoritmo é uma ferramenta de linguagem para ambientes interativos, de acordo com Lev Manovich (2005, p. 288). O pesquisador russo, que ao escrever esse conceito usava videogames como exemplo, diz: “Mesmo que os videogames não sigam dados baseados em lógica, eles parecem obedecer a outro algoritmo lógico”. Ele também declara: “Narrativas, incluindo videogames, correspondem ao algoritmo”

(Manovich, 2007, p. 292). O modelo algorítmico de fluxograma funciona como *script* para a mensagem, permitindo ao autor fazer um estudo prévio sobre a interatividade da estrutura. Uma estrutura que ofereça uma possível, combinação múltipla, próxima da atividade cerebral.

De fato, nosso cérebro é transmídia. Nossos sonhos são transmídia. Projetos são transmídia. Mesmo este capítulo é transmídia, se imaginarmos o seu processo de elaboração. Por essa complexidade, a produção de conteúdo transmídia exige mais dos autores. Para facilitar o desenvolvimento de notícias transmídia, defini um modelo de algoritmo a partir de conceitos de um fluxograma circular rizomático (Renó, 2011) e idéias sobre o algoritmo proposto por Manovich (2005, 2007). O modelo deve ser desenvolvido com cuidado, de forma completa e rápida, no momento em que é definido o que o jornalista vai falar.

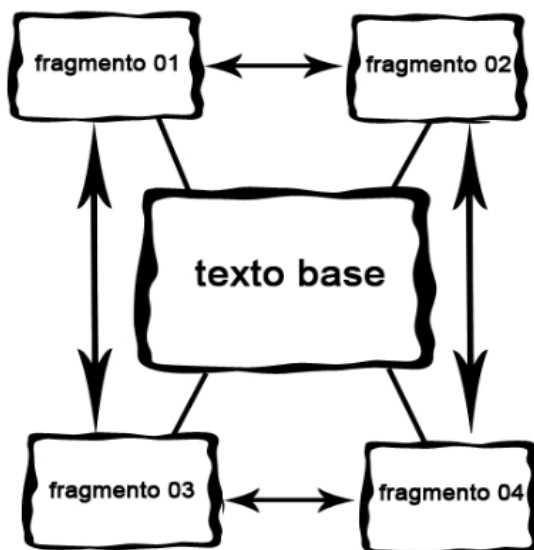


Figura 1. Modelo de fluxograma rizomático do Jornalismo Transmídia. (Renó & Flores, 2012, p. 97)

No que diz respeito à linguagem, o roteiro de notícias expandidas digitalmente é essencial. As notícias não devem começar a se produzir sem elaboração, e nas notícias transmídia esta é a etapa mais importante. Em outras palavras, a construção do conteúdo deve ser desenvolvida a partir de um script transmídia, programado de forma que todos os fragmentos vinculados se relacionem cognitivamente entre si e, ao mesmo tempo, não se torne ou assuma o papel de um conteúdo de mídia cruzada, ou seja, o mesmo conteúdo em plataformas distintas. O conteúdo deve ser complementar, não repetitivo. Embora não seja necessário oferecer os cinco fragmentos indicados no modelo (podemos oferecer mais, a propósito), é importante fornecer o máximo de texto possível. O desenvolvimento do roteiro é, sem dúvida, essencial para a boa produção de uma narrativa transmídia, especialmente para o jornalismo noticioso.

Questões e Dúvidas

Em 2012, quando Fragua publicou meu livro, alguns pesquisadores apresentaram alguns questionamentos e contraexemplificação. De fato, alguns deles foram justificados. A ideia apresentada no livro ainda era incipiente e construída apenas a partir da experimentação, sem a aplicação real no campo do jornalismo profissional. No entanto, apesar das justificativas, muitos críticos foram instigados por um alto nível de conservadorismo profissional, presente de maneira expressiva no jornalismo como um todo. Embora para alguns teóricos a *crossmedia* seja a mesma que a transmídia, esse é um equívoco conceitual comum em novos formatos de linguagem ou estratégia. De fato, a *crossmedia*

é uma estratégia de comunicação, enquanto a transmidiação é uma linguagem, uma narrativa, como o próprio nome a define.

Sobre o conservadorismo profissional, o jornalismo tem essa característica por si só. Podemos ver isso no jornalismo digital, por exemplo. Temos um jornal digital desde 1995 (no Brasil) e ainda existe um link usado como caminho de navegação e leitura. Isso é um problema porque o link é a filosofia da Internet e os nós neurais. Certamente, alguns pesquisadores acadêmicos, motivados pela ignorância ou pelo medo do novo, apresentam questões como essas. No entanto, entre os novos conceitos, a narração transmídia era quase desconhecida, mas atualmente incluindo, porque o conceito é misturar diferentes conceitos contemporâneos.

Crossmedia é um termo que significa a transmissão do mesmo conteúdo por diferentes plataformas, como apontado e comentado por Henry Jenkins (2001) para evitar a confusão conceitual frequente. Vicente Gosciola (2012) também está atento a essa diferença conceitual, ressaltando que essa estratégia de comunicação é comumente adotada nos processos de marketing, onde os resultados de vendas são os maiores objetivos a serem alcançados. Diferente da *crossmedia*, a narrativa transmídia é uma linguagem contemporânea desenvolvida pela sociedade, baseada em processos e ambientes interativos, que tem como característica a difusão de mensagens distintas, de diversas plataformas, por meio de redes e ambientes sociais que facilitam o feedback e dispositivos móveis (Renó & Flores, 2012). De uma maneira mais simples, mas também explicativa, Vicente Gosciola (2012, p. 9) define uma narrativa transmídia como “uma história expandida dividida em várias partes que são distribuídas entre diversas mídias, exatamente

aquelas que melhor expressam sua parte da história”. Enquanto a mídia intermediária A estratégia distribui a mesma mensagem de plataforma cruzada, a narrativa transmídia oferece mensagens distintas, mas relacionadas, em um ambiente de plataforma cruzada.

No entanto, alguns teóricos continuam a se deparar com essa diferença conceitual, possivelmente porque se trata de facilitar as coisas ou de não reconhecer diferenças. Andreas Veglis (2012) considera que a *crossmedia* é simplesmente “a produção de qualquer conteúdo (notícias, música, texto e imagens) por mais de uma plataforma de mídia (impressa, web e TV) dentro da mesma organização de mídia”, independentemente de ser sobre a transmissão é da mesma mensagem ou de mensagens diferentes. Essa combinação de termos também é realizada por Indrek Ibrus e Carlos Scolari (2012), para quem uma estratégia *crossmedia* também é conhecida como narrativa transmídia, ou seja, são sinônimos. Entretanto, é importante salientar que estes são termos semelhantes, mas diferentes. Tal situação seria como considerar o hipertexto, uma definição adotada por Ted Nelson (Landow, 2009) e a hipermídia, definida por George Landow, 2009. Eles são semelhantes e relacionados de alguma forma, mas diferentes, mas confundidos com certa frequência.

Essa confusão entre contar histórias transmídia e intermediária pode ser explicada pela falta de conhecimento ou por esse tema, ou por ambas as justificativas. De fato, tanto *crossmedia* quanto transmídia são, embora a primeira seja uma estratégia e a segunda seja uma linguagem, consideravelmente incipiente em relação a seus estudos e aplicabilidade. A estratégia de *crossmedia* é adotada pelo marketing com alguma moderação, pois um deslize pode causar perdas econômicas.

A narrativa transmídia é uma linguagem frequentemente usada para conteúdo de entretenimento, mas ainda subutilizada por jornalistas, talvez por falta de conhecimento, mas provavelmente por causa de um perfil conservador nas redações (como poderíamos testemunhar com a chegada da Internet, por exemplo, quando jornais eletrônicos apenas reproduziam suas versões impressas).

No entanto, na academia, o comportamento conservador não se justifica, porque nesse espaço podemos (e devemos) experimentar, além de descobrir o que já foi feito e interpretar suas características e diferenças. O que acontece, especificamente no caso da narrativa transmídia, é que, por ser um assunto de considerável relevância nos dias atuais, por ser uma linguagem, não uma técnica, todos querem entrar nesse tema.

Elizabeth Gonçalves (2012), destacada estudiosa brasileira no campo da comunicação e da linguagem, apresenta uma definição simples, porém esclarecedora, de transmídia capaz de pôr um fim às confusões relativas à estratégia de comunicação entre mídias e sua estrutura multiplataforma. Para ela, “esse conceito ‘multi’ agora foi substituído pelo conceito ‘trans’, que implica contaminação, transferência, influência e participação direta no conteúdo.” (Gonçalves, 2012, p. 20).

Para esta pesquisa, o entendimento das diferenças é fundamental, pois nosso objetivo não é construir narrativas com estratégias *crossmedia*, principalmente porque essas narrativas já existem no jornalismo há algum tempo. Podemos até definir que o jornalismo é de natureza intermediária. A narrativa transmídia é algo que surge e começou a ocupar um espaço nas redações, não porque os jornalistas decidem, mas porque a sociedade impõe a cada momento uma nova mudança de comportamento e

linguagem para que as notícias cheguem e circulem entre os usuários, receptores em um momento social apropriado.

O Contexto Atual

A situação da construção narrativa da mídia é assustadora. A sociedade certamente está vivendo sua terceira grande transformação da linguagem, precedida pelo advento dos registros rupestres (os símbolos) e, mais tarde, pela imprensa de Gutenberg (escrita). Agora vivemos em uma sociedade sustentada pela imagem como protagonista, possuindo uma arquitetura cognitiva de multiplicidade de plataformas.

O contexto atual da transmídia jornalística é posicionado por uma consolidação da linguagem, com sua aceitação pelas principais mídias jornalísticas. Como exemplo, cito o New York Times nos Estados Unidos, a Folha de S. Paulo no Brasil e a Rádio e Televisão Espanhola na Espanha, bem como o The Guardian na Inglaterra, como meio de comunicação pioneiro que declara coletivamente a narrativa transmídia como futura linguagem do jornalismo. No entanto, tudo passa por um momento de experimentação de formatos, linguagens e estratégias, tanto na produção quanto na distribuição de conteúdo.

Historicamente, o jornalismo é resistente a mudanças. Um exemplo dessa resistência é o atraso na adoção da estrutura de navegação de notícias criada por links. Essa arquitetura hipertextual é a filosofia da Internet que existe em nossas vidas há mais de duas décadas e ainda não foi expressamente adotada pelo jornalismo, talvez por medo de perder o controle do processo de leitura. No entanto, isso não se justifica, uma vez que a navegabilidade é uma característica cognitiva e comunicacional

da sociedade contemporânea. Caso contrário, o interesse dos cidadãos é afetado e as notícias não chegam ao público.

Esse provavelmente foi um dos maiores desafios da narrativa transmídia no jornalismo, uma vez que a navegabilidade é um dos seus maiores diferenciais. No entanto, existem outras barreiras para superar a consolidação definitiva do jornalismo transmídia, principalmente considerando a situação de 2011, quando terminei minha pesquisa sobre o assunto, pioneira na época e que induziu várias visões opostas. Uma das barreiras foi o perfil de linguagem multiplataforma do jornalista responsável pela produção, uma vez que define o próprio design do roteiro de produção, a agenda e até a distribuição de tarefas, uma vez que o jornalismo (principalmente a mídia) é um trabalho em equipe, produzido por várias mãos. Outra barreira foi a compreensão de que transmídia de contar histórias não é uma linguagem adequada para qualquer tipo de conteúdo jornalístico. Por exigir uma diversidade de plataformas de idiomas, é necessário oferecer uma grande quantidade de conteúdo, o que o justifica apenas para relatórios. Nesse cenário, o modelo de jornalismo de formato longo ganhou espaço no mundo transmídia porque possui conteúdo diversificado e, para aumentar sua absorção, é fundamental promover a navegabilidade do conteúdo. Nada mostra isso melhor do que uma diversidade de plataformas de idiomas para isso. As notícias classificadas como Hard News acabaram desqualificadas do mundo da transmídia, não apenas pelo curto tempo de produção, mas também pela falta de profundidade nas notícias.

Transmídia é uma experiência, não apenas uma mensagem. É fundamental oferecer ao usuário (que não é mais apenas um leitor ou espectador) a condição de escolher até onde sua experiência irá, se ele

fará ou não algo e oferecer a ele o status de coautor, participante, e não apenas receptor. Portanto, compartilhar notícias e comentar sobre elas (feedback) é importante quando se trata de transmídia. Essa foi provavelmente uma das principais razões para inibir a entrada de histórias transmídia no jornalismo. No entanto, isso é inevitável. Por esse motivo, várias mídias estão dedicando equipes e tecnologia para experimentar a narrativa em suas notícias.

Em fevereiro de 2012, o jornal britânico *The Guardian* publicou um vídeo apresentando o que no futuro seria jornalismo multiplataforma. Foi uma primeira olhada no jornalismo transmídia a partir de um meio jornalístico tradicional, que considerou diferenciais gamificação, blogosfera, diversidade de plataformas de idiomas, mídias sociais, mapas interativos, mobilidade e feedback. Mesmo assim, o jornal não seguiu o vídeo de alguns exemplos reais de jornalismo, começando a experimentar a linguagem anos depois através do jornalismo de dados. Para isso, criaram um site especializado em Jornalismo de Dados, onde são publicadas várias histórias transmídia.

O New York Times também é um dos destaques neste caso. Em 2012, eles experimentaram a narrativa transmídia em *Snow Fall: The Avalanche*, em Tunnel Creek, ainda modesta, mas eficaz, no sentido de sua experimentação. Essa foi a primeira de uma crescente preocupação do jornal com relação ao desenvolvimento do jornalismo transmídia. Além disso, é considerada pela academia como uma das primeiras experiências bem-sucedidas do jornalismo de longa duração na história. No entanto, o NYT continua seus experimentos nesse campo, uma vez que possui uma consciência métrica das mudanças que o jornalismo está sofrendo no campo do fluxo de linguagem e informação, e não apenas no modelo

de negócios, embora isso tenha sido uma preocupação disso. outros jornais do mundo.

Atualmente, o NYT possui uma equipe de infografia, que dedica em tempo integral a construção, através de diversas línguas, de algo que possamos considerar o futuro do jornalismo. Segundo informações do jornalista brasileiro Sergio Peçanha, coordenador do setor, a equipe representa quase 1/3 da configuração editorial atual, compartilhando igual importância com a equipe de coleta de dados e busca de informações na rede (a filosofia do Big Data é fortemente presente na redação). Eles se dedicam a alimentar futuras produções de jornalismo longas e com a equipe de distribuição nas mídias sociais, responsável pelas estratégias de crescimento do público do conteúdo por meio desses canais. Segundo Peçanha, o NYT foi o primeiro jornal a assinar um acordo formal com o Facebook. No entanto, nem todo o conteúdo é publicado no Facebook, assim como nem todos os produtos são publicados na íntegra no canal de mídia social.

Uma informação importante fornecida por Peçanha durante a entrevista é que “o NYT está ciente de que o futuro da comunicação está no uso da imagem (fotografia e vídeo) e, portanto, se dedicou a experimentar esse modelo”. Além disso, ele conclui: “Nesse cenário, o jornalismo de dados é fundamentalmente adotado.” Ainda segundo Peçanha, essas informações são obtidas pelas métricas de audiência obtidas em tempo integral por uma equipe responsável por essas medições.

Assinalo que o New York Times produziu reportagens perfeitamente caracterizadas como jornalismo transmídia. Um deles é o relatório O que vi na Síria, produzido por Declan Walsh e produzido pelo próprio Jon Huang e Sergio Peçanha. O relatório inclui vídeo, fotografia, info-

gráfico, texto e áudio, além da capacidade do usuário de compartilhar e comentar as notícias a qualquer momento. O relatório atende com precisão às preocupações do jornal sobre o provável formato linguístico do jornalismo, deixando a imagem como protagonista da informação, com o áudio e o texto como suportes complementares da narrativa. Para isso, aposta em uma qualidade estética e informativa de alta qualidade nas fotografias, além de imagens audiovisuais produzidas por um dispositivo móvel e informações infográfico, além de uma narrativa hipertextual constante, definida por Landow (2009).

Outro exemplo do jornalismo transmídia contemporâneo é o jornal brasileiro Folha de S. Paulo, que desde o final de 2013 dedica esforços para experimentar e entender esse tipo de linguagem. Preocupada com o futuro do jornal e sua verdadeira sobrevivência, a Folha dedicou pouco esforço a isso, se compararmos o companheiro americano. No entanto, os resultados obtidos em termos de experimentação foram amplos e complementados por pequenas reportagens semanais produzidas pelo jornal em seu portal de notícias - UOL (a Internet mais importante do Brasil em termos de audiência) - por meio da guia especial do UOL. Trata-se de experimentar modestamente o jornalismo transmídia, adotando em suas produções, inclusive (muitas vezes), a gamificação como uma filosofia de construção cognitiva. O jornal também está mantendo relatórios longos para o jornalismo transmídia, seguindo as tendências narrativas e estéticas do NYT em Snow Fall.

O primeiro relatório transmídia produzido pela Folha de S. Paulo foi A Batalha de Belo Monte, no nordeste do Brasil. Escrita por cinco jornalistas, a redação experimentou uma nova maneira de produzir jornalismo, envolvendo um designer e um programador. O relatório também

experimentou um novo relacionamento com o tempo de produção, uma vez que foram gastos cerca de 30 dias para finalizar a plataforma, que contou com o lançamento de um personagem virtual - o Folhacooper - presente em outros relatórios para oferecer ao leitor uma visão geral dos ambientes.

Neste relatório, foi construída uma experiência de gamificação na qual o usuário se tornou jogador e voou sobre uma área da planta, acumulando pontos ao passar por anéis, alguns deles complementados por uma informação gráfica na sequência (a partir de dados estatísticos e métricos). plantar). No entanto, variedades de plataformas de idiomas que nunca foram exploradas em nenhuma produção do portal, mesmo nas produções hipermídia mais importantes, foram exploradas neste relatório. Vemos, no artigo, uma valorização da imagem como protagonista da informação, embora tenha compartilhado o protagonismo com o texto tradicional. Ainda assim, as fotografias publicadas mostram um alto nível estético e informativo que não foi encontrado há algum tempo, pois estavam acostumadas a serem posicionadas como complementos de informações textuais. No relatório, eles voltaram a desempenhar um papel informativo, como visto no passado do fotojornalismo. Isso contrasta com as preocupações do jornalista Donald R. Winslow durante uma entrevista ao portal The New York Times Lens em fevereiro de 2017. Na entrevista, Winslow fala sobre o futuro incerto do fotojornalismo, considerando a crescente multiplicidade de atividades do jornalista e que agora o fotógrafo não é apenas um fotógrafo. No entanto, vemos através do relatório que o fotojornalismo volta a liderar as notícias e que o jornalista agora precisa saber fotografar, além de escrever.

A Folha de S. Paulo, sempre experimentando as possibilidades da narrativa transmídia, produziu vários outros relatórios. Alguns optaram por uma menor diversidade de idiomas, mas com navegabilidade e participação igualmente suportadas nos conceitos transmídia. Um dos exemplos é o relatório sobre os 50 anos após o golpe militar de 1964. No artigo, textos, fotografias, infográficos e vários vídeos em mosaico compõem a história, com uma navegabilidade participativa e eficiente para construir uma experiência transmídia.

Um terceiro exemplo interessante da aposta da Folha de S. Paulo no campo da experimentação transmídia é o relatório do Rio: maravilha mutante, sobre a preparação da cidade do Rio de Janeiro para as Olimpíadas de 2016. Este foi o relatório com melhores resultados entre todos os produzidos pela equipe de experimentação de várias plataformas do jornal. Nela, são oferecidas fotografias narrativas e estéticas de alto nível, além de vídeos, infográficos, mapas interativos e áudio bem produzidos, além de um simulador de voo sobre a cidade. Pouco texto é oferecido no relatório, seguindo a tendência explorada pelo NYT, atualmente.

O quarto exemplo que consolida o jornalismo transmídia como existência é a iniciativa da Rádio e Televisão Espanhola, que criou o Lab RTVE há dois anos. O laboratório experimenta diversas possibilidades para a construção de narrativas jornalísticas para a sociedade contemporânea. Para isso, pensa em três diferenciais, basicamente: mobilidade, gamificação e interatividade. Entre os experimentos, destacamos o docugame Montelab. Desenvolvido com o objetivo de explicar e oferecer ao usuário uma experiência próxima à vivida pelos cidadãos espanhóis durante a crise imobiliária do país, a Montelab oferece diversos conteúdos em uma produção baseada nos conceitos de narrativa

transmídia. O documentário também vem com uma versão linear, com estrutura formal e narrativa tradicional, exibida no canal de televisão da empresa pública.

O laboratório RTVE também dedicou esforços para descobrir formatos narrativos de jornalismo imersivo, tendo como base conceitual as propostas apresentadas por Nonny de la Peña. No entanto, no laboratório RTVE as possibilidades de jornalismo imersivo são estendidas às experiências transmídia, uma vez que a principal preocupação do estado RTVE é oferecer informações e conhecimentos com qualidade e comprometimento com a sociedade, não apenas com o entretenimento dos usuários, pois oferecem algumas iniciativas, mesmo produzido por Nonny de la Peña. No entanto, por ser uma iniciativa pública e sem interesse comercial, alguns obstáculos são encontrados na iniciativa, que sempre busca apoio acadêmico para seus projetos. Por esse motivo, no final de 2016, eles criaram um mestrado em Narrativa Transmedia, que conta com professores de várias universidades espanholas, a maioria pública.

Essas são algumas das várias iniciativas que consolidam o jornalismo transmídia pela mídia. No entanto, existem vários outros exemplos, como o DN Lab, do Diário Navarra (Espanha) e o jornal El Tiempo (Colômbia) em sua versão digital, além de iniciativas isoladas em Rosário (Argentina), Bauru (São Paulo), entre outros.

Dessa forma, questões e dúvidas sobre as possibilidades de um jornalismo construído a partir da narrativa transmídia, anteriormente defendida por alguns (conforme relatado neste capítulo), se tornam injustificadas porque o mercado já reconhece a linguagem e suas possibilidades.

Conclusões

O estudo do jornalismo é necessário porque, embora existam técnicas e teorias bem estabelecidas, o assunto muda constantemente, é produto do desenvolvimento social e, relacionado a isso, existem trocas e linguagens tecnológicas.

A pesquisa sobre jornalismo transmídia é ainda mais importante, porque, embora o campo da transmidiação tenha sido contemplado há algum tempo pelos estudiosos, o campo do jornalismo parece ter sido despreocupado, apesar da necessidade de definir como produzir conteúdo para uma indústria cada vez mais intermediária, ou seja, principalmente suportado por um idioma e multimídia. Com essas mudanças, o jornalismo deve começar a falar a linguagem do pós-modernismo ou enfrentar a perda de sua força institucional.

Ao mesmo tempo, entender como criar uma história transmídia é um passo adiante no estudo, porque é uma história dos gêneros mais ricos do jornalismo, que resulta em um estudo em um nível avançado da prática jornalística. Ao aprender sobre os métodos da linguagem transmídia da produção jornalística, produzimos um jornalismo mais simples, suportado por essa linguagem, o que justifica a escolha desse gênero.

A aldeia global, proposta por McLuhan & Powers (1991), mudou. Agora vivemos em uma vila glocal, onde experimentamos a vida global com o local, o tempo todo. Uma vila onde as cabeças podem ser os próprios povos indígenas. Uma vila onde a palavra passou de suas fontes de informação. Uma grande vila formada por milhões e milhões de pequenas aldeias que compartilham interesses e conhecimentos. Uma

rede de grupos inter-relacionados, interconectados por canais de redes sociais e atentos às informações de seus membros. Uma nova era de comunicação, onde os dinossauros que não aceitam a mudança morrerão, e apenas os dinossauros que atualizarem sua linguagem, formas e meios sobreviverão em uma sociedade onde a palavra, assim como conhecimento, cultura, arte, tecnologia e poder são agora compartilhava P2P.

Entendo que é necessário desenvolver essa prática, que ainda está na infância. A produção de relatórios por redes transmídia é algo inovador, mas ainda em um estágio muito inicial. É necessário aprender e praticar a linguagem proposta na mídia para a qual ele possui um processo evolutivo, de acordo com a possibilidade dessas mídias e de sua infraestrutura tecnológica e público. Além disso, certamente, o processo evoluirá de acordo com as novas narrativas e tecnologias e com as mudanças nos requisitos da sociedade à medida que passa pelo processo de evolução sócio-comunicacional.

Este não é um trabalho conclusivo. A ideia é entender o que está acontecendo com a sociedade da informação, especialmente sobre a linguagem social moderna. As mudanças pelas quais o jornalismo passará com base em uma narrativa interusuário cada vez mais participativa, expandida e circulante são tão certas quanto as mudanças pelas quais a mídia mundial já está passando.

Por esse motivo, minha proposta é que outros estudiosos continuem estudando o tema, os fenômenos de comunicação pelos quais nós, jornalistas e / ou cidadãos certamente passaremos. No entanto, podemos ver neste capítulo do livro que o jornalismo transmídia é uma realidade, especialmente nas notícias digitais, quando o conteúdo multiplataforma é valorizado e a interatividade é a característica mais importante. Pre-

cisamos experimentar outras transformações, como estão fazendo os repórteres do New York Times. Dessa forma, oferece uma experiência efetiva de transmissão de uma sociedade contemporânea, antes que ela própria invente um novo jornalismo.

Referências

- Aarshet, A. (1997). *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. The Johns Hopkins Baltimore: University Press.
- Bakhtin, M. (1997). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. São Paulo: Jorge Zahar Editores.
- Gillmor, D. (2005). *Nós os media*. Lisboa: Presença.
- Gonçalves, E. (2012). Da narratividade à narrativa transmídia: a evolução do processo comunicacional. In C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola (Eds.), *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Bogotá. Editorial Universidad del Rosario.
- Gosciola, V. (2012). Narrativa transmídia: conceituação e origens. In C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola (Eds.), *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Bogotá. Editorial Universidad del Rosario.

Ibrus, I. & Scolari, C. (2012). Introduction: Crossmedia innovation? In I. Ibrus & C. Scolari (Eds.), *Crossmedia innovations: Texts, Markets, Institutions*. Frankfurt, Main, Berlin, Bern, Bruxelles, Nova Iorque, Oxford: Peter Lang Press.

Jakobson, R. (2003). *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe.

Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.

Levinson, P. (2012). *New new media*. Nova Iorque: Pinguim.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos médios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós comunicación.

Manovich, L. (2007). El cine, el arte del index. In J. La Ferla, (Ed.), *El medio es el diseño del audiovisual* (pp. 481-494). Manizales: Editorial Universidad de Caldas.

McLuhan, M. & Powers, B. R. (1991). *La Aldea Global*. Guanajuato: Gedisa Mexicana.

Renó, D. (2011). *Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Tenerife: Editorial ULL.

Renó, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Madri: Fragua Editorial.

Veglis, A. (2012). From Cross Media to Transmedia Reporting in Newspaper Articles. *Publishing Research Quarterly*, 28(4), pp. 313-324.

Espécies Bastardas: Híbridismo e Transmidialidade em “Eu Sou Amazônia”

Vagner Bozzetto
Fabiana Piccinin

1. Mutações no Ecosistema Midiático

Atualmente, uma parcela expressiva do conteúdo que é emitido pelos veículos de comunicação convencionais como jornal, rádio e televisão está presente também na *web*, enquanto certas mídias, por outro lado, estão disponíveis unicamente no ambiente *online*. Nesse sentido, a cultura da convergência suscita decisivas reconfigurações do horizonte comunicacional com consequências nas esferas social, cultural e política.

No jornalismo televisivo atual, por exemplo, a assimilação de diferentes linguagens e suportes na manipulação das informações introduz múltiplas possibilidades de armazenamento, distribuição e consumo de notícias (Becker, 2014). Os conteúdos e os formatos adotados em áudio e vídeo têm sido concebidos em espaços e linguagens híbridos em acordo com os modos de ser contemporâneos. Com tal percepção em vista, impõe-se como condição que a análise dos processos de comunicação - tanto no que diz respeito aos discursos como no que concerne aos dispositivos técnicos – seja compreendida no âmbito da significação

da própria experiência societária atual. Parte-se da premissa de que o narrar institui interconexões com as tecnologias através das quais as narrativas se formam e se inserem. Em virtude disso, as mesmas devem ser analisadas a partir de seus contextos sociais, técnicos e discursivos.

De acordo com Bertocchi (2016), a perspectiva contemporânea tende a encarar a narrativa não tanto como “objeto” e mais como “fluxo”. Logo, seria oportuno ressignificar o conceito de narrativa à luz de pressupostos como o acesso às narrativas digitais – buscando refletir sobre a posição das vozes no discurso e de que modo se dá o acesso às histórias, por exemplo. Nessa narrativa “pós-clássica”, prossegue a autora, não são apenas os pormenores da produção da escrita e o contexto sociocultural que recebem atenção: as plataformas e contributos tecnológicos, as bases de dados, os algoritmos e a inteligência artificial também se apresentam como fatores que precisam ser analisados.

Assim, os pesquisadores vêm propondo uma série de abordagens que contribuem para o entendimento das mudanças em curso no “ecossistema midiático” ocasionadas, sobretudo, em decorrência dos processos de convergência. Nesse esquema teórico - que se apropria de termos da biologia para os estudos da mídia - Canavilhas (2014) propõe que os fatores bióticos (relação entre as espécies) sejam entendidos como *fatores intermediáticos* (os meios e suas relações) e que os fatores abióticos (temperatura, luz, ambiente) sejam fragmentados e investigados a partir de duas categorias: *fatores tecnoambientais* (interfaces ou usabilidade e ação do consumidor no sistema) e *fatores contextuais* (ambiente de recepção ou interpretação da mensagem).

No que se refere aos *fatores intermediáticos*, Canavilhas (2014) argumenta que o ecossistema midiático evolui à medida que novas mídias

se estabelecem e também em função da ação entre os elementos que ali se encontram. Por conseguinte, tais conteúdos midiáticos são articulados a partir de convenções narrativas que passam por determinadas metamorfoses e naturalmente variam conforme a época e a sociedade. Nos últimos anos, constata-se um distinto fluxo midiático na sociedade, quer seja um movimento de câmbio entre um sistema de mídias massificado para um sistema multimídia segmentado. Nesse decurso, os meios mais recentes incorporam alguns atributos dos anteriores e o inverso também acontece, ou seja, os meios anteriores se adaptam, passando a integrar singularidades dos novos meios com o propósito de reduzirem a ameaça de extinção no ecossistema midiático.

No que se refere aos fatores *tecnoambientais*, dois aspectos se sobressaem: a participação mais ativa por parte do receptor e o aparecimento de novas interfaces. A primeira questão institui um marco, pois afeta as antigas relações emissor-receptor, visto que atualmente o receptor também produz e veicula conteúdo. A segunda questão, que tange às interfaces, é igualmente significativa, já que toda interação acontece por intermédio da dinâmica entre homem e máquina, processo que só ocorre devido à usabilidade, velocidade e todos os demais atributos particulares das interfaces. Elas funcionam, destarte, como códigos que encaminham mensagens em uma variada gama de suportes (Canavilhas, 2014; Manovich, 2006).

Também é necessário considerar a relevância do ambiente de recepção ou interpretação da mensagem. Quanto a esses *fatores contextuais*, Canavilhas (2014) sublinha que o elemento espaço-tempo, sobretudo, merece destaque, pois o horário em que o indivíduo recebe a informação pode condicionar o seu interesse. Em igual medida, o local também

influencia a recepção. Uma determinada notícia, nesse caso, pode ser mais ou menos valorizada por conta do horário de sua publicação e do espaço geográfico ao qual confere destaque (a exemplo da previsão meteorológica). Por esse viés, Lemos e Lévy (2010) também acreditam que a grande mutação das mídias envolve fundamentalmente o componente temporal. Ao “tempo real” - da audiência rígida, limitada à dinâmica do “agora” - das mídias massivas, é acrescentado um “tempo ampliado”, de acesso à informação a qualquer momento. Com essa mudança paradigmática, o que se apresenta é uma memória expandida, global e viva (uma vez que pode ser constantemente atualizada por qualquer indivíduo) do ciberespaço.

2. Híbridismo e Transmidialidade

Um dos reflexos da convergência midiática, segundo Jenkins (2008), é a forma de conteúdo desenvolvida com base no que se convencionou denominar de “narrativa transmídia”. Nessa narrativa, o que se destaca a utilização de diferentes plataformas que se complementam para contar uma história. Por via de regra, trata-se da produção de conteúdo expansível a partir de uma pluralidade de discursos independentes entre si, disseminados em variadas plataformas e que conjuntamente constituem um novo discurso. Assim, em linhas gerais, “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (Jenkins, 2008, p. 135).

De acordo com Elleström (2019), uma ampla escala de fenômenos complexos está envolvida nessas ocorrências comunicativas. No

epicentro dessa proposta, trata-se de compreender como as narrativas podem ser elaboradas além de mídias específicas ou como podem ser conduzidas através das fronteiras da mídia. Sendo assim, explica, é conveniente usar termos que começam com o prefixo latino “Trans” - que significa “além” ou “através” - para denotar esse tipo de comunicação. A transmidialidade, para o autor, é um aspecto-chave da intermidialidade, que, por sua vez, é um conceito ainda mais abrangente fundamentado na proposição de que diferentes tipos de mídia estão inter-relacionados de diversas maneiras.

Em seu estudo sobre o cenário dos projetos de jogos digitais contemporâneos, Andrade (2015) também observa que, na linguagem transmídia, um meio é escolhido como protagonista e a partir dele vão se configurando interconexões com os demais formatos envolvidos na produção. Em se tratando de grandes projetos, cada mídia pode ser consumida de forma independente. Noutras palavras: um meio fornece o conteúdo-base - narrando os principais eventos da história - e os outros operam de modo complementar, fornecendo informações secundárias, mas que contribuem para tornar a experiência narrativa ainda mais rica. Assim, na perspectiva transmídia, o conteúdo ressalta a mídia. Esses diferentes meios se complementam transmitindo conteúdos distintos para o público. No entanto, caso o receptor utilize apenas um dos meios, ele obterá apenas parte da mensagem.

Concebida originalmente, sobretudo, para as narrativas ficcionais, essa abordagem vem agora se disseminando nas mais diversas áreas. Na atualidade, diz Scolari (2014b), cada vez mais produtores de conteúdo estão tratando suas produções em termos transmidiáticos, da ficção até o documentário, incluindo ainda o jornalismo e a publicidade. Para o

autor, ocorreu não uma “fragmentação”, mas uma “atomização” das audiências. Essa atomização das experiências de fruição midiática se tornou inconveniente ao modelo de negócios hegemônico da indústria cultural. Se anteriormente ela ditava as regras sob a lógica do consumo massivo e da escassez, agora, como a audiência está fragmentando o seu consumo em variadas experiências de recepção midiática, a narrativa transmídia parece despontar como uma possível “solução de mercado” - mas, naturalmente, não a única - para amenizar o problema da atomização. Conforme comenta Jenkins (2008): “Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras” (p. 28). Portanto, ao que tudo indica, mais do que um processo meramente determinado pela tecnologia, a convergência revela uma profunda transformação nos processos comunicativos e nas relações sociais.

A partir de suas observações, Canavilhas (2014) procurou estabelecer um leque de características para a narrativa transmídia aplicada ao jornalismo. Para ele, o jornalismo transmídia teria por base a *interatividade*, a *hipertextualidade*, a *multimídia integrada* e a *contextualização*. Na sequência, será destacada cada característica proposta pelo autor, buscando-se subsídios também em outras fontes, como medida complementar.

Percebendo a *interatividade* enquanto um aspecto do conteúdo ou plataforma que permite ao usuário estabelecer uma determinada forma de relação com as informações ou outros usuários, Canavilhas (2014) argumenta que a participação do utilizador é crucial em diversos momentos: a sua fruição através de uma dinâmica hipertextual, a possibilidade

de inserção de novos dados ao projeto (via comentários, por exemplo) e o compartilhamento do conteúdo em outras mídias (redes sociais, *blogs*, fóruns) são aspectos que norteiam a narrativa transmídia. É o que Jenkins (2008) entende como elementar no processo de convergência. Para ele, trata-se do término da passividade, já que os usuários são incentivados a procurar informações e estabelecer vínculos em meio a conteúdos diversos. Assim, há a possibilidade de interagir, transformar, adicionar e complementar os conteúdos midiáticos, reconfigurando tudo frequentemente.

Todavia, para que essa interação ocorra é necessária a criação de conteúdos navegáveis. Nesse sentido, a *hipertextualidade* – que permite interconectar textos digitais (aqui entendidos também como sons, vídeos, gráficos) – tem como elemento base o *hiperlink*. Por meio dele, o usuário pode elaborar um trajeto de leitura determinando qual informação mais lhe interessa, isto é, o *hiperlink* funciona como uma espécie de fio condutor da narrativa, mas o leitor tem a liberdade de estabelecer sua própria hierarquia de fruição com base nessa estrutura hipertextual. O hipertexto também consolidou o entendimento de que um meio de comunicação pode abrigar outro, ou seja, numa mesma página na internet podem ser verificados traços de mídias distintas e linguagens as mais variadas. Vale salientar que se deve assimilar o conceito de *hiperlink* num sentido lato, ou seja, em um panorama que abrange qualquer forma de conexão de blocos informativos, mesmo fora da *web*. Isso quer dizer que o *hiperlink* poderá ser uma citação na televisão remetendo a algum conteúdo existente noutra plataforma, por exemplo (Canavilhas, 2014; Renault, 2014).

Já a multimídia possibilita, para Renault (2014), a “justaposição de textos escritos, fotografias, áudios e imagens em movimento na página hipertextual, de forma que todos contribuem na construção da informação” (p. 123). A narrativa jornalística transmídia pressupõe uma *multimídia integrada*, de acordo com Canavilhas (2014). Isso porque os conteúdos devem ser projetados objetivando aproveitar o potencial e as especificidades de cada meio. Dito de outro modo, um elemento predominantemente visual do conteúdo pode ser destacado através de uma fotografia, imagens ou videografismos, ao invés de texto puro, por exemplo. Desta forma, cada mídia contribuiu para a narrativa com aquilo que sua natureza (ou linguagem) oferece de melhor.

Por fim, outra característica da narrativa transmídia é a *contextualização*. A exponencial fluidez da audiência e diversificação das plataformas com ligação contínua com a internet, a fruição individual de conteúdo e a saturação de informação diária são circunstâncias que impactam a produção jornalística transmídia. O espaço de consumo, os contextos diacrônico (os fatos predecessores da notícia) e sincrônico (conjuntura em que se deu o acontecimento) são parâmetros que devem ser observados durante a concepção desse tipo de narrativa (Canavilhas, 2014).

Isso significa que a narrativa transmídia não parece apropriada para todos os gêneros jornalísticos. Ao que tudo indica, ela é mais adequada para formatos longos, ao *Slow journalism* - também conhecido como *longform storytelling* -, produzido sem a pressão diária imposta pelo conteúdo factual, por exemplo. Segundo Bertocchi (2016), esse movimento conta com propostas digitais como o *Longform* e as revistas *Atavist* e *Delayed Gratification*, as quais buscam fornecer histórias com um nível de contextualização mais acurado. Muitas dessas iniciativas se

espelham num formato narrativo que ficou conhecido como *Snow Fall*, em referência à reportagem multimídia *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek* (Branch, 2012), desenvolvida pelo *New York Times*. Premiada com o *Pulitzer*, essa reportagem contou com a colaboração de jornalistas, profissionais de audiovisual e *design*, além de programadores de computação. O projeto é dividido em seis blocos narrativos e se apoia em textos, fotografias, mapas interativos e vídeos.

Hoje, no jornalismo digital, já parte-se do pressuposto de que essas distintas propostas narrativas devem ser concebidas com base em fluxos criativos de trabalho que incluam não apenas jornalistas, mas também especialistas em arquitetura da informação. Por esse ângulo, além do cuidado no que tange à organização das informações na tela e na forma como se processam as interações homem-interface, é necessário delinear a experiência total que o usuário possa vir a ter com a narrativa digital numa profusão de canais e nas suas inúmeras possibilidades de navegação (Bertocchi, 2016).

Para Scolari (2014), essas produções são como “espécies bastardas”, ou seja, meios híbridos que se apropriam ou emulam gramáticas e narrativas de diferentes meios. Assim, algumas dessas recentes produções acabam por estabelecer um espectador modelo, exigindo do “espectador comum” uma série de competências que são mais familiares aos nativos digitais. Isso porque essas obras estão comunicando para essa geração fortemente ligada aos ambientes digitais interativos, um público que adquiriu novas habilidades perceptivas e cognitivas resultantes da navegação na *web*, do uso de *softwares* e da familiaridade com os *videogames*. Esse “usuário modelo” deve ser capaz de assimilar “um produto textual cada vez mais atomizado, multitela, transmídia, carre-

gado de personagens que conduzem uma complexa trama de programas narrativos” (Scolari, 2014, p. 50). Fundamental, então, é perceber que os meios tradicionais estão começando a replicar e a se incorporar na dinâmica hipertextual que já está consolidada no acervo de competências dos jovens telespectadores.

Sob a mesma perspectiva, Manovich (2008) acredita que, no processo de transposição dos meios físicos e eletrônicos para o *software*, as técnicas anteriormente singulares de cada mídia passaram a ser reconsideradas em consequência de sua integração com um ambiente regulado pelos programas computacionais. No fluxo dessas transformações nascem novas profissões e plataformas, fomentando, inclusive, uma revisão do próprio conceito de mídia. Essa integração entre as mídias e o ambiente virtual (baseado em *software*) é denominada pelo autor de *remixibilidade profunda*. Para ele, no contexto atual, as técnicas, as metodologias de trabalho, os modos de representação e, por conseguinte, os conteúdos das mídias são “remixados”, o que leva à gênese de novas mídias híbridas e narrativas complexificadas.

Foi por volta do final dos anos 1980 que o termo *hibridismo* se popularizou, tornando-se uma das palavras-chave da sociedade contemporânea, de acordo com Santaella (2010). Após a expansão das redes mundiais de comunicação e da *web*, essa palavra dilatou-se significativamente para se referir tanto à convergência midiática quanto à mistura de linguagens na hipermídia - o encontro do hipertexto com a multimídia, definidor da linguagem que é particular das redes e em que texto, som, imagem, sinais e símbolos coexistem numa mesma afluência e complementam-se na criação de sentidos operacionalizados pela interação do usuário. Nos últimos anos, prossegue a autora, o uso deste vocábulo voltou a

se estender para designar também a interconexão dos espaços físicos de circulação com os espaços virtuais de informação a que os usuários de dispositivos móveis se conectam. Nesses “espaços híbridos”, não é preciso se separar, “sair” do espaço físico para adentrar outro ambiente, nesse caso, um ambiente digital. Tais espaços podem ser definidos como móveis, uma vez que são oportunizados e interligados pelas interfaces portáteis como os *smartphones*, por exemplo.

Com efeito, as narrativas seguem as estruturas e são influenciadas estética e tecnicamente pela época e contexto em que se encontram. Nesse sentido, no que tange às narrativas audiovisuais, elas oferecem uma configuração que manifesta, consequentemente, “a valoração sócio-técnica-discursiva deste tempo, e que está relacionada à contínua reconstrução, significação e hibridação própria do que se evidencia no contemporâneo” (Piccinin, 2016, pp. 27-28). Portanto, em meio à ampla variedade narrativa acessível e às possibilidades subsidiadas pela tecnologia, as narrativas audiovisuais se reconfiguram com o propósito de ratificar e intensificar o diálogo com este novo perfil de audiência, conforme se discute a seguir por meio da análise de *Eu sou Amazônia*.

3. Uma Espécie Bastarda no Ecossistema Midiático: Análise do Projeto *Eu sou Amazônia*

Eu sou Amazônia é um projeto lançado a partir de uma iniciativa da Google, em julho de 2017, com a exploração de uma das ferramentas da plataforma, o *Google Earth*. Trata-se de um produto transmidiático que aborda assuntos relacionados à Floresta Amazônica, permitindo descobrir através de mapas, textos, fotografias, imagens 360° e vídeos,

a importância de seus recursos naturais para o ecossistema global, bem como conhecer a história das comunidades que habitam essa região. O projeto permite também monitorar áreas desmatadas e localizar terras indígenas demarcadas no Brasil.

A proposta foi concebida pela comunidade *Paiteer-Surui* que, ao descobrir e utilizar a ferramenta de mapas do *Google*, propôs uma parceria com a empresa a fim de combater o desmatamento e mapear o estoque de carbono em suas terras. Ao longo de uma década, a *Google*, com auxílio do *Instituto Socioambiental* (ISA) - que produziu uma espécie de “atlas” das terras indígenas brasileiras -, desenvolveu a tecnologia necessária para mapear todas as áreas indígenas da Amazônia (Rossi, 2017).

Do ponto de vista do conteúdo, observa-se que os vídeos - nove foram codirigidos pelo cineasta Fernando Meirelles (*O2 Filmes*) e dois pelo próprio ISA - estão organizados em blocos temáticos para navegação livre em acordo com uma estruturação hipertextual. Não há começo, meio e fim. E o principal acesso ao projeto se dá por meio do canal *Google Brasil*, na plataforma de vídeos do *YouTube*. Ali, é possível conferir o *trailer* da iniciativa, comentar e visualizar o *hyperlink* que leva o usuário até a página do *Google Earth*, na qual está hospedado o conteúdo completo.

Após o carregamento da página, a primeira tela apresenta apenas o título do projeto e um botão *call to action* chamado *Descubra a sua conexão*. Clicando no botão, chega-se até a interface central de navegação com o mapa da região amazônica. No canto superior direito, em destaque, encontra-se o mesmo *trailer* encontrado no *YouTube* - esse material funciona também como uma introdução ao projeto -, enquanto no canto inferior direito estão dispostos os blocos temáticos. Cada

bloco aborda um tópico relacionado ao contexto da floresta amazônica como *Eu sou água*, *Eu sou mudança*, *Eu sou alimento*, dentre outros, de modo que o usuário vai “desbravando” territórios e conhecendo, por exemplo, a trilha do Yaripo, o parque indígena do Xingu e as áreas mais atingidas pela exploração ilegal da floresta.

Percebe-se que os conteúdos hipermediáticos são independentes entre si, mas formam um elo coeso com o eixo temático central, articulados hipertextualmente num conjunto. Os vídeos aprofundam as informações que o mapa orienta geograficamente e pequenos textos complementam e/ou resumem cada tópico abordado.

3.1 Estratégias de Análise

Para dar conta da análise do projeto, a partir da observação inicial da página da *web* na qual o conteúdo está disponível, elencaram-se quatro características resultantes de padrões de repetição da narrativa. Tendo por base as categorias estabelecidas por Canavilhas (2014), verificou-se a) interatividade; b) hipertextualidade; c) multimidialidade integrada; e d) contextualização. Entende-se que, mesmo sendo originalmente concebidas para a reflexão sobre conteúdos jornalísticos, essas categorias são oportunas também para o estudo de iniciativas como *Eu sou Amazônia*. Para análise, neste artigo, será priorizado o bloco temático *Eu sou água*¹.

3.1.1 Interatividade. No bloco temático *Eu sou água*, através de cinco estágios progressivos de navegação (imagem 1), desvela-se a

1. A opção por esse bloco se deu em razão da disposição dos elementos multimidiáticos, que sintetizam de modo eficaz a estrutura que é vista também nos demais blocos temáticos.

relevância da floresta para a geração das chuvas que atingem extensas porções territoriais da América do Sul.

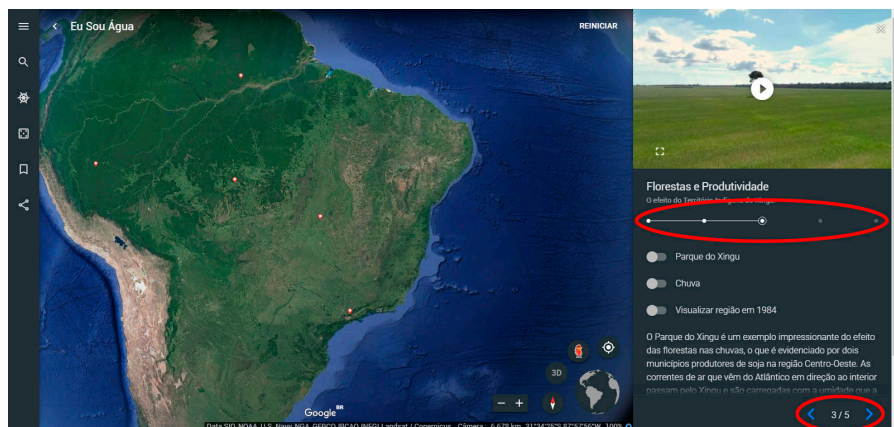


Imagem 1. Interface de “Eu sou Amazônia”. Em destaque, os elementos que ilustram cada estágio de navegação do bloco “Eu sou água”. (Eu sou Amazônia, 2017)

Logo abaixo da área destinada aos vídeos encontram-se botões de interação que, quando acionados, revelam mais informações no mapa. Alguns elaboram traçados que evidenciam certas áreas (a extensão do rio Amazonas, as ramificações da Bacia Hidrográfica Amazônica e a área total da Amazônia Panamericana, por exemplo) e outros geram marcadores no mapa, que ilustram quais são as áreas mais afetadas pelas chuvas. São fornecidas, ainda, opções que possibilitam o estabelecimento de comparativos, como por exemplo, como era a floresta da região centro-oeste da Amazônia na década de 1980 e o panorama atual, em decorrência do desmatamento. Desse modo, percebe-se que, para ser bem-sucedida, a narrativa depende da participação ativa do usuário através da navegação pelos conteúdos, ou seja, ele deve buscar informa-

ções e estabelecer conexões com conteúdos variados, conforme indica Jenkins (2008). Além disso, agora a audiência participa comentando (nesse caso a opção fica restrita à seção de comentários no *YouTube*) e compartilhando os conteúdos em suas próprias redes sociais. Em alguns segmentos textuais, há também *hiperlinks* para conteúdos externos ao projeto. Em um deles, por exemplo, o usuário é convidado a colaborar financeiramente com a *Conservação Internacional - Brasil*, entidade sem fins lucrativos que atua no combate ao desmatamento. Já o segundo direciona até uma página da *Google* que contém uma série de conteúdos complementares de cunho pedagógico, como textos com exercícios e sugestões de atividade em sala de aula. Nesse último caso, a transmidialidade pode ocorrer também caso, por exemplo, o educador utilize esse material pedagógico impresso conjuntamente com a plataforma *Google Earth* durante o processo de ensino.

3.1.2 Hipertextualidade. Em sua multiplicidade narrativa, verifica-se que cada estágio de navegação abriga um núcleo discursivo que se soma ao próximo por intermédio de uma estrutura hipertextual. Assim, o usuário primeiro toma conhecimento sobre a Bacia Hidrográfica Amazônica, responsável por jogar no ar um volume considerável de água para toda área centro sul da América Latina através do fenômeno dos “rios voadores” e entende o papel de cada planta nesse processo. A partir disso, conhece também o Parque do Xingu, o efeito da preservação dessa área para o ecossistema e assim por diante. O resultado da soma desses discursos evidencia um esforço em demonstrar que a realidade local da Amazônia impacta diretamente a sobrevivência do indivíduo a nível global, visto que as florestas influenciam os ciclos das

chuvas e, conseqüentemente, a produção de alimentos e as condições de sobrevivência em certas regiões.

Nesse sentido, os textos digitais (texto escrito, fotografias, mapa, vídeos, etc.) convergem para uma proposta de reflexão acerca do sentimento de conexão, pertencimento e mesmo identidade a partir da dialética local-global. Percebe-se que o conteúdo foi arquitetado com base em blocos e estágios de navegação pré-definidos - sugerindo um trajeto de navegação -, ao mesmo tempo em que possibilita também a fruição “aberta”, não linear, já que o usuário pode optar por não seguir aquele caminho pré-formatado, estabelecendo novas rotas de navegação de acordo com a sua hierarquia de interesses.

3.1.3 Multimedialidade integrada. No primeiro estágio, no canto superior direito, mantendo o mesmo *layout* da interface central, encontram-se vídeos com dois minutos de duração (eles podem ser consumidos fora do *Google Earth*, visto que também se encontram hospedados no *YouTube*). Esses mini-documentários mesclam depoimentos com imagens de apoio e narração *voice over*. Durante a exibição de parte desses conteúdos, o mapa de satélite vai modificando o seu posicionamento de modo automático através de movimentos de aproximação e afastamento (*zoom in/zoom out*), revelando detalhes que auxiliam no entendimento de cada assunto. O hibridismo, conforme Santaella (2010) - ou a remixabilidade, segundo e Manovich (2008) - se mostra nas diferentes mídias que ora se alternam, ora se unem na criação de sentidos alinhavados pela interação do usuário. É também o que Canavilhas (2014) e Renault (2014) entendem como multimedialidade, já que cada mídia parece ter sido utilizada de modo a refletir o que de melhor a sua linguagem

pode oferecer para o entendimento da narrativa. Assim, o mapa ilustra elementos geográficos de modo eficiente, enquanto os textos escritos e os vídeos contemplam as informações gerais.

Já as imagens em 360 graus atuam na tentativa de proporcionar imersão, em alguma medida. Isso acontece, por exemplo, no segundo estágio de navegação, quando a câmera do mapa se movimenta para dentro da floresta, revelando um ambiente em 360 graus. Com o auxílio do *mouse*, observa-se cada minúcia do cenário, com destaque para uma gigantesca árvore conhecida como Samaúma, uma das responsáveis por tirar água dos lençóis freáticos, lançando-a, posteriormente para a atmosfera. Nesse momento, observa-se também o hibridismo enquanto uma dinâmica entre espaços físicos de circulação e espaços virtuais de informação (Santaella, 2010). Isso porque a imagem em 360 graus “insere” o usuário na mata e indica uma tentativa de sedução pelo “real” por meio da construção de um simulacro.

Elemento-chave da narrativa de *Eu sou Amazônia*, o mapa de satélite adquire maior protagonismo no quarto estágio de navegação. Nesse segmento, quatro botões interativos estão disponíveis e servem para acionar a movimentação de câmera no mapa, permitindo visualizar distintas regiões desérticas do planeta situadas na mesma latitude, em contraponto ao quadrilátero “Cuiabá - São Paulo - Buenos Aires – Andes”, área que só não é desértica em função do fenômeno dos “rios voadores”, reafirmando, pela água, a ideia da interligação mundial do tema do meio ambiente, conforme a proposição/título do projeto. Assim, o primeiro botão elabora um traçado em torno do quadrilátero citado; o segundo faz a câmera se movimentar, mostrando o deserto de Kalahari na Namíbia; o terceiro e o quarto botões realizam a mesma operação para

que o usuário possa visualizar as regiões desérticas da Austrália e do Chile. Por fim, situados abaixo dos botões interativos, em cada estágio, pequenos textos compostos de um parágrafo, em média, resumem os principais dados do vídeo e/ou atuam contextualizando as informações gráficas geradas no mapa através dos botões de interação. Desse modo, percebe-se uma intrincada construção multimidiática que se mantém alicerçada por meio de uma “espécie bastarda” (Scolari, 2014), nesse caso a interface do *Google Earth*, que, atualmente, mais do que uma geotecnologia, vem se configurando com um meio de comunicação híbrido capaz de abrigar conteúdos que flertam com formatos jornalísticos como as reportagens multimídia e também com o formato empregado atualmente em determinados webdocumentários.

3.1.4 Contextualização. Através das pistas deixadas pelo subtítulo do projeto - *Uma experiência interativa entre você e a floresta* -, pela nomeação dos blocos temáticos e pelo botão *call to action* (*Descubra a sua conexão*), percebe-se um esforço no sentido de entregar uma narrativa capaz de “transportar” o usuário para a Amazônia, isto é, de estabelecer um sentido de proximidade e, a partir disso, conscientizá-lo para as questões socioambientais. Nesse aspecto, a escolha pela utilização da plataforma do *Google Earth* para abrigar essa extensa narrativa se mostrou eficaz, já que a ferramenta naturalmente oportuniza um diálogo sob a ótica da dicotomia local *versus* global. Centrada nas funcionalidades envolvendo o mapa de satélite, a ferramenta permite ao usuário obter facilmente tanto uma perspectiva macro (enfocando aspectos gerais sobre a floresta e seu impacto no planeta), como micro,

ou seja, investigando particularidades geográficas e socioculturais de variadas regiões.

A interface é intuitiva e o conteúdo se encontra bem distribuído, facilitando a navegação. Como investigado por Canavilhas (2014), a fluidez da audiência e a saturação midiática são alguns dos obstáculos que se apresentam aos realizadores, atualmente. Em *Eu sou Amazônia*, a aposta nessa plataforma pode ser encarada justamente como uma tentativa de seduzir a audiência. A opção pela narrativa transmídia se constitui como um esforço no sentido de entregar uma experiência mais densa e significativa, capaz de sensibilizar e gerar engajamento.

Considerações Finais

A premissa de que as narrativas tecem uma relação de forma e conteúdo em sintonia com o contexto sócio-técnico-discursivo se evidencia, na análise do objeto empírico, desde a seleção da temática do meio ambiente, que problematiza as relações globais e locais, passando pela fluidez como traço contemporâneo e as reconfigurações disso resultantes, bem como o impacto na inter-relação das narrativas com os usuários mediante as possibilidades tecnológicas. A descentralização e a inclinação à horizontalidade das relações vão resultar no encurtamento da distância emissor-receptor e na resignificação dos conceitos de local e global em razão, entre outros, da promoção da cumplicidade a partir possibilidades de interação e da noção de pertencimento.

Iniciativas como *Eu sou Amazônia*, assim, lançam luz sobre as possibilidades e desafios que envolvem a concepção e veiculação de novas “espécies”. Como visto, em função deste tensionamento prolífico entre

fronteiras midiáticas, agora, mais do que nunca, é necessário refletir sobre os agenciamentos que vem se descortinando e sobre os vínculos, conexões e conteúdos que daí emergem.

Referências

- Andrade, L. A. (2015). *Jogos digitais, cidade e (trans)mídia : a próxima fase* (1a ed.). Curitiba: Appris.
- Becker, B. (2014). Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. *E-Compós : Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 17(2), 1-16. Recuperado de www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/1072/768
- Bertocchi, D. (2016). *Dos dados aos formatos : A construção de narrativas no jornalismo digital* (1ª ed.). Curitiba: Appris.
- Branch, J. (2012). *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>
- Canavilhas, J. (2014). Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In D. Renó, C. Campalans, V. Gosciola & S. Ruiz (Eds.), *Periodismo transmedia : miradas múltiples*, Barcelona: Editorial UOC.
- Elleström, L. (2019). *Transmedial Narration : Narratives and Stories in Different Media*. Recuperado de <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-030-01294-6>

- Google Earth. (2017). *Eu sou Amazônia*. Version 9.2.63.0. 2017. Recuperado de <https://g.co/EuSouAmazonia>
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Lemos, A. & Lévy, P. (2010). *O futuro da internet : em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Manovich, L. (2008). *Software Studies Initiative*. Recuperado de http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf
- Piccinin, F. (2016). Estratégias narrativas no contemporâneo: o caso das séries televisivas. In D. A. Soster & F. Piccinin (Eds.), *Narrativas do ver, do ouvir e do pensar*. Santa Cruz do Sul: Catarse. Recuperado de editoracatarse.com.br/site/wp-content/uploads/2016/08/Narrativas_do_ver_do_ouvir_do_pensar_e-book.pdf
- Renault, L. (2014). *Webtelejornalismo* (1ª ed.). Rio de Janeiro: e-papers.
- Rossi, M. (2017, Julho 12). O Google Earth mapeia a Amazônia. *El País*. Recuperado de https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/11/tecnologia/1499793474_668721.html
- Santaella, L. (2010). *A ecologia pluralista da comunicação : conectividade, mobilidade ubiquidade*. São Paulo: Paulus.

Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, 77, 1-09. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2694422.pdf>

Scolari, C (2014b). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura Digital*, 1, 71-81. Recuperado de https://www.accioncultural.es/.../6Transmedia_CScolari.pdf

A Narrativa Transmídia no Telejornalismo Brasileiro – as Novas Possibilidades

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Esta pesquisa teve como objetivo investigar o processo de apropriação de estratégias da narrativa transmídia, que estão em curso no telejornalismo brasileiro. Estão recortados, como objetos empíricos de pesquisa, uma edição de cada um dos cinco principais telejornais exibidos em rede nacional no Brasil. O instrumental metodológico contou com acompanhamento, análise e observação de telejornais, com o Jornal Nacional (da TV Globo), o Jornal da Cultura (TV Cultura), Jornal da Band (TV Bandeirantes, Jornal da Record (TV Record) e Jornal SBT Brasil (SBT).

Esta pesquisa se torna necessária porque a narrativa transmídia, historicamente começou a ser identificada em produção relacionadas com entretenimento e a ficção, mas na atualidade já se pode observar, que apesar de as primeiras manifestações sobre transmídia publicadas sejam datadas de 1991, quando Marsha Kinder apresenta a pesquisa sobre intertextualidade transmídia, no Brasil esta temática se desenvolveu mais tardiamente. E no recorte específico do telejornalismo como objeto de estudo, as pesquisas são posteriores a este período. O primeiro contato com a temática foi em 2012, com a pesquisa de

Renó e Flores (2012) denominada “Periodismo Transmedia Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos”. Em 2013, ao buscar identificar o que poderia ser um novo modelo de telejornalismo baseado na narrativa transmídia começaram as reflexões conceituais e teóricas sobre o tema, por meio de projetos de pesquisas em graduação e pós-graduação. Foi identificado um processo de mudança até os dias atuais.

1. Uma Sociedade Midiatizada

A midiatização é um processo em curso na sociedade contemporânea e possui várias possibilidades de entendimento, definição e conceituação. Autores nacionais e internacionais já refletiram sobre o tema apresentando várias interpretações. A narrativa transmídia, como um fenômeno midiático, tecnológico e cultural está diretamente ligada com a mudança social em curso de sociedade midiatizada. Pode-se levantar a hipótese de que o processo social (midiatização) leva ao fenômeno (transmídia).

Hjarvard (2012) se refere à midiatização, como um novo quadro teórico para reconsiderar questões antigas, embora fundamentais, sobre o papel e a influência da mídia na cultura e na sociedade. Braga (2009) considera difícil datar o surgimento do termo. Para ele o que antecede essa expressão é a palavra “midiatizada” devido à possibilidade de vivermos em uma sociedade midiatizada ou midiática.

O foco em midiatização como objeto de estudo é bem recente, dos últimos dez, doze anos. A midiatização, ou processos midiáticos [...] abarca processos que acontecem mesmo quando não estamos diante da mídia. A midiatização não acontece só quando se está produzindo e se está recebendo informação (Braga, 2009, p. 1).

De acordo com Hjarvard (2012) a midiatização é um processo que vem ocorrendo na sociedade com a característica de *dupla face* (grifo do autor) no qual a mídia se transformou em uma *instituição semi-independente* (grifo do autor) à qual outras instituições têm que se adaptar. Concomitante a este processo, a mídia se *integrou às rotinas* (grifo do autor) de outras instituições, como política, família, trabalho e religião, visto que um número cada vez maior das atividades destes domínios institucionais é realizado através tanto dos meios de comunicação interativos quanto dos meios de comunicação de massa. Braga (2009) também entende a midiatização como um processo.

Temos processos sociais que já existiam sem a mídia e, portanto, as interações ocorriam fora de qualquer interferência midiática. Aos poucos, esses processos passam a ser midiatizados, perpassados pela mídia. [...] Os eventos passam a se organizar segundo o olhar midiático. [...] Do ponto de vista social geral, a partir daí percebo a midiatização como processo interacional de referência (Braga, 2009, p. 1).

Hjarvard (2012) analisou os vários significados que foram dados ao conceito de midiatização. De acordo com ele o conceito foi utilizado pela primeira vez pelo pesquisador sueco Kent Asp, numa aplicação ao impacto dos meios de comunicação na comunicação política e outros efeitos na política, “um sistema político é, em alto grau, influenciado pelas e ajustado às demandas dos meios de comunicação de massa em sua cobertura política” (Hjarvard, 2012, citado em ASP, 1986, p. 359). O autor se refere a influência que os meios de comunicação de massa exercem por meio da cobertura política, e apresenta como um dos exemplos o caso do candidato Collor, no Brasil, no final dos anos 1980. Antes

em 1978 o sociólogo norueguês Gudmund Hernes, sem usar o termo midiatização, apresentou de forma bem abrangente *sociedade sacudida pela mídia* (grifo do autor), para representar o impacto fundamental que a mídia teve sobre todas as instituições sociais e as relações entre elas.

O conceito de midiatização é utilizado para descrever a influência da mídia em áreas como a política, a ciência e a religião, etc. Além disso, ele também é relacionado a uma teoria mais abrangente sobre a modernidade, conforme o faz o sociólogo John B. Thompson (1990, 1995), que vê a midiatização como parte integral do desenvolvimento da sociedade.

Ele enxerga uma forte conexão entre a midiatização e suas consequências culturais e o surgimento de grandes organizações de mídia em níveis nacional e global. A produção e distribuição de produtos simbólicos por parte dessas corporações mudou os fluxos de comunicação na sociedade, tanto entre instituições quanto entre instituições e indivíduos (Hjarvard, 2012, p. 59).

E é sobre esta mudança de fluxo de comunicação entre instituições e indivíduos que esta pesquisa começa a fazer incursões empíricas, com o objetivo de verificar a possibilidade da existência de um novo telejornal com as características da narrativa transmídia, que já foram identificadas no jornalismo e que estão relacionadas com esse processo de midiatização efetivado na sociedade contemporânea.

2. Um Novo Paradigma Comunicacional da Mídia

O processo de mudança e reconfiguração da mídia iniciou-se, no final dos anos 1990, com o advento da internet, primeiro de maneira

sútil colocando os jornais impressos na internet como mais uma opção para leitor e depois avançando rapidamente e reconfigurando cada uma das outras mídias tradicionais como a revista, o rádio, e a televisão. Esse processo acabou criando novas possibilidades comunicacionais e impulsionando novos gêneros e formatos na mídia.

Neste cenário, Gosciola (2012) reflete sobre o contínuo e ininterrupto movimento de transformação da mídia,

uma ocorrência frequente nesse fluxo é que sempre que há uma obsolescência em termos tecnológicos entre os meios de comunicação, as narrativas começam a buscar novidades em novas tecnologias e vice-versa. Esse sincronismo ocorre graças a uma propriedade muito característica: cada novo meio de comunicação tem a possibilidade de integrar outros meios de comunicação que lhe antecederam (Gosciola, 2011).

É sobre um destes processos de transformação, que versa este estudo. O objeto de estudo centrou-se no telejornal, visto que já existem estudos sobre o jornalismo transmídia, enfocando o impresso e o online, e as suas novas configurações na internet em blogs e redes sociais, como o estudo de Renó e Flores (2012).

O ponto de partida foi a convergência midiática, que impulsionada pela internet, possibilitou a junção e convivência de várias mídias em colaboração. Jenkins (2009) foi um dos pioneiros a identificar este fenômeno,

refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam. (Jenkins, 2009, p. 29)

Jenkins (2009), apesar de se referir ao entretenimento, e tratar de uma nova tecnologia, também atenta para o comportamento das pessoas diante das novas possibilidades. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outro” (Jenkins; 2009, p. 30). O autor se refere também a um consumidor com mais liberdade de escolha e com a possibilidade de participação por meio da interatividade que a tecnologia proporciona.

A convergência provoca mudanças nas duas extremidades envolvidas no processo de comunicação – emissor e receptor, porque, “altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (Jenkins, 2009, p. 43). E o processo de transformação não para por aí, acontece também uma espécie de democratização e coloca a mídia em cheque no que tange a produção. “A convergência envolve uma transformação na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (Jenkins, 2009, p. 44). Não é mais possível manter um mesmo padrão de produção diante de um consumidor mais exigente e com mais possibilidades de escolha.

O autor também identificou uma visível migração do público das mídias tradicionais para as novas mídias, “cada vez que deslocam um espectador, digamos, da televisão para a internet, há o risco de ele não voltar mais” (Jenkins, 2009, p. 47). E isso faz com que a mídia de uma forma geral se reinvente e promova uma verdadeira revolução no seu *modus operandi*, alterando desde a forma até o conteúdo e, ainda, propicie mais liberdade e participação para o público.

Diante do cenário de convergência midiática se faz necessário uma série de mudanças a começar pela narrativa, que passa a ser pensada e construída em uma espécie de parceria com o público. “A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta a convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa das comunidades de conhecimento” (Jenkins, 2009, p. 49). Essa narrativa transmídia consiste em construir, “uma história desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (Jenkins, 2009, p. 138). Não é mais possível ter o telejornal exibido somente na hora da transmissão. Ele precisa ter desdobramentos, antecedentes e continuidade em outras mídias para manter a audiência. É nesse contexto que a narrativa transmídia pode ser incorporada pelo telejornalismo.

Para Fachine (2013a) existe certa imprecisão conceitual ao termo transmídia, no Brasil ao absorvermos a ideia inicial de Jenkins (2009), porque as mesmas estão apoiadas na experiência da indústria americana de entretenimento.

Em pouco tempo, no mercado e na academia, as expressões “transmídia” e “transmídiação” foram adquirindo tamanho grau de generalização que passaram a se confundir com as noções mais amplas de convergência de mídias ou cultura participativa, que são precondições para a emergência do fenômeno (Fachine, Gouveia, Almeida, Costa, & Estevão, 2013b, p. 22).

Fachine (2013a) propõe na busca por maior precisão conceitual, tratar transmídiação como uma ação estratégica da indústria da mídia.

Um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente de convergência. Por envolver uma cadeia multiplataforma, esse modelo de produção é adotado mais frequentemente por corporações que atuam em distintas mídias (Fechine et al., 2013b, p. 26).

Esta ação estratégica deu origem a uma narrativa transmídia, que começou a ser identificada no jornalismo, ou pelo menos é isso que Renó e Flores (2012), entre outros autores, observaram, e em parte esta pesquisa busca identificar. Para essa vertente específica dentro do jornalismo, que passamos a nomear de jornalismo transmídia porque, “é que se torna uma forma de linguagem jornalística proporcionando, ao mesmo tempo, a mídia diferente, com diferentes linguagens e narrativas de muitos meios diferentes visando usuários e tudo graças à interatividade da mensagem” (Renó & Flores, 2012, p. 16, tradução nossa). Diferente do jornalismo tradicional, o jornalismo transmídia não tem limites em termos de forma, conteúdo e meio de divulgação, “se adotam recursos audiovisuais, interativos e de mobilidade e a sua difusão a partir de distintos meios, como os blogs e as redes sociais” (Renó & Flores, 2012, p. 16, tradução nossa).

No jornalismo transmídia existe uma narrativa diferente porque permite aproveitar as possibilidades de comunicação presentes na sociedade pós-moderna, “onde mobilidade e liquidez estruturas, ou seja, a interatividade, assumir papéis importantes no campo da comunicação, a fim de envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem” (Renó & Flores, 2012, p. 16, tradução nossa).

Este jornalismo transmídia é um gênero ou formato, que tem bases muito similares ao jornalismo impresso, mas que se utiliza de outros formatos, com o diferencial da mobilidade e da participação do público. Para avançar um pouco e contribuir com a pesquisa sobre jornalismo transmídia, este estudo buscará identificar o que empiricamente estamos definindo como telejornalismo transmídia. Para tanto uma incursão em cinco diferentes telejornais ocorreu na semana de 21 a 25 de outubro de 2019, como sequência desta pesquisa.

3. O Telejornalismo no Brasil é Transmídia?

Primeiramente faremos uma breve apresentação dos cinco objetos empíricos desta pesquisa para contextualizar o cenário telejornalístico brasileiro e a justificativa para as escolhas. Para a escolha partiu-se dos objetos empíricos da pesquisa de audiência Kantar Ibope Media de Paineis Nacionais de Televisão (PNT), onde cada ponto equivale a cerca de 254 mil domicílios ligados. Tomando como base a pesquisa domiciliar encontramos em primeiro lugar o Jornal Nacional com 28,4%, em segundo SBT Brasil 7,3%, em terceiro Jornal da Record 5,5%, em quarto Jornal da Band com 2,6%. O Jornal da Cultura foi incluído devido ao potencial em termos de inovação em termos da narrativa transmídia (Kantar IBOPE Media, 2019) observado em pesquisas anteriores. Conforme o quadro 1 abaixo estão os telejornais e em ordem cronológica do dia em cada um foi observado e analisado.

A metodologia constituiu-se inicialmente de pesquisa bibliográfica, onde foram selecionados alguns autores para compor um quadro teórico conceitual em torno das discussões apresentadas nos tópicos anteriores.

Num segundo momento iniciou-se a observação das emissões pela TV e também virtual das amostras, com a realização de uma descrição de cada um dos telejornais e os conteúdos apresentados em cada edição. Depois se buscou identificar as plataformas constitutivas e complementares (TV, Portal e redes sociais digitais). Entendendo plataforma na concepção proposta por Pratten, (2001 como citado em Fechine et al.) “como a combinação de uma determinada mídia com certo tipo de tecnologia”. Por último realizou-se a análise dos conteúdos de cada emissora, e suas respectivas plataformas para identificar a caracterização ou não da hipótese do telejornalismo transmídia.

Quadro 1.

Telejornais escolhidos e respectivas datas

Telejornal	Emissora	Data
Jornal Nacional	TV Globo	21 de outubro
SBT Brasil	SBT	22 de outubro
Jornal da Record	TV Record	23 de outubro
Jornal da Band	TV Bandeirantes	24 de outubro
Jornal da Cultura	TV Cultura	25 de outubro

Elaborado pela autora com base na amostra empírica recortada

Tomando como base o que Jenkins (2009), Renó e Flores (2012) definiram como transmídia ou narrativa transmídia, iniciou a identificação das características de cada telejornal analisado. Os autores apresentaram algumas características para identificar o cenário transmidiático. Jenkins (2009) elenca a participação, múltiplas plataformas e textos diferentes. Renó e Flores (2012) propõe interatividade, distintos meios, distintas linguagens e Blogs e Redes Sociais. Como as características

relacionadas à transmídia que os autores apresentaram, são sinônimos e complementares, optou-se pela utilização as denominações de Renó e Flores (2012) porque as mesmas se referem especificamente ao jornalismo transmídia. A proposta de Jenkins (2009) também é útil e complementar em qualquer outro gênero da televisão, como também no jornalismo.

Quadro 2.

Características encontradas

Telejornal	Interatividade	Distintos meios	Distintas linguagens	Blogs/ Site/ Aplicativo	Redes Sociais
Jornal Nacional	Sim	Sim	Vídeo Foto Texto	Não/Sim/ Globo Play	Facebook, Twitter e Instagram
SBT Brasil	Sim	Sim	Vídeo Foto Texto	Não/Sim/ Não	Facebook, Twitter, YouTube e Instagram
Jornal da Record	Sim	Sim	Vídeo Foto Texto	Não/sim/ PlyPlus	Facebook, Twitter, YouTube e Instagram
Jornal da Band	Sim	Sim	Vídeo Foto Texto	Não/Sim/ Não	Facebook, Twitter, YouTube e Instagram
Jornal da Cultura	Sim	Sim	Vídeo Texto Foto	Não/Sim/ Não	Facebook, Twitter, YouTube e Instagram

Elaborado pela autora com base na análise e observação

No quadro 2 apresentamos o levantamento das características que se encontram presentes em cada um dos telejornais observados utilizando

sim, quando uma característica está presente e não, quando não está presente, e também nomeando os tópicos distintas linguagens e redes sociais digitais. Acrescentou-se ainda no quesito Blogs, proposto por Renó e Flores (2012) as possibilidades de site e aplicativo.

Durante o período de observação e análise, das possibilidades de informação (conforme quadro 2 acima) houve o acompanhamento da exibição do telejornal pela TV, a observação do site do telejornal e o portal de notícias, aplicativos, e redes sociais digitais foram acompanhados pela internet. A seguir far-se-á uma breve descrição do conteúdo encontrado e das principais características de cada plataforma.

O Jornal Nacional começa com a escalada, que no novo contexto de narrativa transmídia não é mais gravada, como foi durante muito tempo. Agora o “boa noite!” vem no início da mesma, e não no final como foi feito durante quase cinquenta anos. Este fato revela a busca pelo novo, moderno e ágil. Além da transmissão ao vivo pela televisão, o JN possui uma página do telejornal na internet, com todas as matérias disponíveis, sempre depois da exibição no site da emissora G1 (<https://g1.globo.com/jornal-nacional/>). O aplicativo Globo Play (<https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/>) permite que o conteúdo seja assistido ao vivo, mas está disponível apenas em algumas cidades como São Paulo e Rio de Janeiro. E também nas páginas nas redes sociais digitais Twitter (Jornal Nacional, s.d. a) e Facebook (Jornal Nacional, s.d. b), onde o conteúdo é disponibilizado após a exibição na TV. Duas das redes sociais digitais Facebook com 8.220.596 seguidores, e Twitter, com 5,5 milhões de seguidores, realizam algumas estratégias de antecipação porque publicam uma postagem antes do telejornal começar, com uma foto chamando para que o telespectador assista na

televisão, conforme a imagem 1. As chamadas diárias exibidas na TV também são disponibilizadas nas redes sociais digitais. A outra rede social digital Instagram com 2.862 seguidores está sendo utilizada apenas para algumas postagens relativas aos 50 anos do telejornal, com os jornalistas de todo o Brasil que estão se revezando na bancada do telejornal. O conteúdo total do telejornal é disponibilizado no aplicativo Globo Play somente após o término da exibição na televisão, e pode ser assistido por matéria ou na íntegra (dependendo da região também ao vivo). Nas redes sociais digitais Twitter e Facebook, a disponibilização das matérias é individualmente, sendo cada uma em uma postagem, com um texto de abertura. Além disso, um link para o G1 também está disponível. E o próprio site do G1 disponibiliza as matérias depois que acaba a transmissão pela televisão.



Imagem 1. Postagem em rede social digital. Recuperado de https://twitter.com/jornalnacional?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

O telejornal SBT Brasil apresenta a escalada tradicional, onde é possível observar que o apresentador está ao vivo após a mesma. A emissora tem um site (SBT Brasil, s.d. b), onde estão postadas individualmente, as últimas reportagens apresentadas no telejornal, por meio de um link do YouTube (SBT Jornalismo, 2019), na mesma página um texto introdutório, com as informações contidas no vídeo e fotos. Na rede social digital Facebook com 1.244.381 seguidores - existem postagens relativas às matérias exibidas no telejornal, com um link que leva para site, onde tem informações textuais, e como já mencionadas, no site existe outro link que leva para o YouTube. Existe uma circulação triangular das mesmas informações, com características diferenciais e específicas, como foto, vídeo e texto, sendo que uma complementa a outra. A rede social digital Twitter (SBT Brasil, s.d. a), com 6.008 seguidores está sem postagens desde 2017 (conforme imagem 2), sinalizando que o telejornal não faz uso da mesma.



Imagem 2. Recuperado de <https://twitter.com/jsbtbrasil>

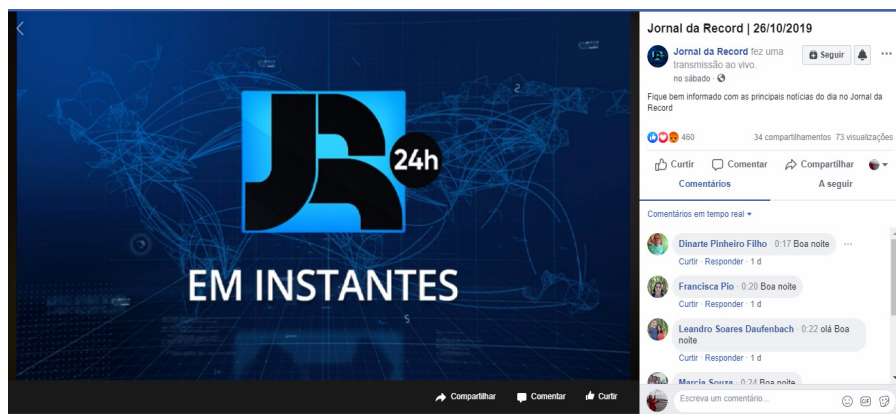


Imagem 3. Recuperado de <https://www.facebook.com/JornalDaRecord/videos/401101147496750/>

O Jornal da Record começa de forma tradicional com a escalada gravada. Perceptível porque conta dos efeitos visuais que intercalam o desfile das principais notícias do dia, e também porque ao término da mesma, tem um intervalo comercial, e no retorno os apresentadores sinalizam o ao vivo com o “boa noite!”. Este fato mostra que o telejornal mantém uma tradição. Além da transmissão ao vivo pela televisão, o JR faz a transmissão simultânea pelo Facebook e também pelo aplicativo *Play Plus* (PlayPlus.com). O telejornal possui uma página na internet, com todas as matérias disponíveis no R7 (<http://noticias.r7.com/>), e também páginas nas redes sociais digitais Twitter (Jornal da Record, s.d. a), YouTube (Jornal da Record, 2019), e Facebook (Jornal da Record, s.d. b) estes conteúdos ficam acessíveis na íntegra. As redes sociais digitais *Facebook* (conforme imagem 3), com 597.348 seguidores, e Twitter, com 263,6 mil seguidores realizam outras ações de divulgação e replicação de uma chamada convidando o telespectador a participar,

onde é disponibilizado diariamente o número do WhatsApp da emissora, “Envie sua sugestão pela hashtag #VcnoJR ou no nosso WhatsApp (11) 99898-7777” (Jornal da Record, s.d. a). No Instagram (portalr7, s.d.) - com 3,4 milhões de seguidores, não existe replicação do conteúdo jornalístico porque o mesmo é usado para ações de divulgação de todos os programas da emissora.

O Jornal da Band começa com uma escalada pré-gravada, e depois do intervalo comercial, o apresentador começa da forma tradicional com o “boa noite!”. O telejornal tem um site (Band Uol, s.d.), onde ficam disponíveis, por um curto período de tempo, as matérias avulsas da última edição do telejornal. As redes sociais digitais Facebook (Band Jornalismo, s.d.)- com 2.097.063 seguidores e Twitter (Band.com.br, s.d.)- com 565,2 mil seguidores, apresentam as matérias avulsas com um link para o site da emissora, com texto e mais informações sobre o assunto. Durante todo o dia são postadas notícias, com textos, fotos, informando que no horário do telejornal exibirá o vídeo da matéria. Existe uma espécie de triangulação das mesmas informações nas duas redes sociais digitais e o site da emissora, que é uma parceria com o portal de informações UOL. Apesar do Jornal da Band já ter exibido, durante algum tempo o telejornal em tempo real pelo Facebook, atualmente existe um aplicativo específico para este fim (App da Band - <https://www.band.uol.com.br/segundatela/>). A rede social digital YouTube (Band Jornalismo, 2019) é utilizada como repositório de telejornal na íntegra, em um canal específico para o telejornal.

O Jornal da Cultura começa com uma escalada tradicional e gravada, conforme observado anteriormente em outros telejornais. O foco do telejornal se divide entre duas características distintas – a participação

do público e o comentário e explicação das notícias, por meio de comentaristas em uma parte do telejornal. O telejornal faz a transmissão ao vivo na TV, no Facebook (TV Cultura, s.d. a) - com 371.379 seguidores e no YouTube (Jornalismo TV Cultura, 2019a) simultaneamente. Depois o conteúdo total é disponibilizado na página da TV Cultura (Cultura, 2018), no Twitter (TV Cultura, s.d. b) com 118,8 mil seguidores, por meio de um link do YouTube (Jornalismo TV Cultura, 2019a). Na rede social digital Instagram encontram-se postagem institucionais relativas a todos os programas da emissora, funcionando apenas como um elemento de marketing. As redes do Twitter e do Facebook também são utilizadas para incentivar o telespectador, com a utilização postagens com a hashtag “#JornaldaCultura está no ar! Mande suas perguntas e comentários pela hashstg e assista ao vivo na #tvcultura, no app #CulturaDigital ou no YouTube: goo.gl/uk5iic” (Jornalismo TV Cultura, 2019b), conforme imagem 4 abaixo:



Imagem 4. (Jornalismo TV Cultura, 2019b)

O Jornal da Cultura mantém na bancada, toda edição, dois comentaristas, que explicam e opinam sobre as matérias exibidas no telejornal, a partir do segundo bloco. O primeiro bloco é reservado para a exibição de algumas reportagens. A participação do público é marcada por meio dos comentários e questionamentos que são enviando, no decorrer do telejornal pelo Twitter. Estes comentários são exibidos no rodapé durante toda a edição, e no último bloco são selecionados alguns para serem mencionados pelos comentaristas. Outro diferencial inédito adotado pelo Jornal da Cultura é a utilização de acessibilidade, a emissora é a primeira na produção própria de acessibilidade, com 24 horas de *closed caption*, sendo 28 horas semanais de audiodescrição, e 11 horas de libras, “acreditamos que todo cidadão tem direito a educação, informação e cultura” (Cultura, 2019), conforme imagem 5 abaixo ilustra a tradução em libras.



Imagem 5. (Jornalismo TV Cultura, 2019a)

Diante dos telejornais observados podemos analisar comparando-os entre si, que existe a utilização das estratégias de expansão definidas por Fechine (2013a), onde encontramos as categorias conteúdos de extensão textual (com as subcategorias extensões narrativas e extensões diegéticas) são encontradas em todos os telejornais, à medida que eles utilizam redes sociais digitais e sites para replicar o material exibido na TV e também para antecipar o que será exibido na próxima edição, por meio das chamadas. Já as extensões narrativas (com extensões vivenciais e extensões de marca), foram identificadas especificamente na rede social Instagram, que vem sendo utilizada pelas emissoras como uma ferramenta de divulgação institucional.

Na categoria conteúdos de extensão textual apenas a primeira subcategoria se aplica – extensões narrativas. Os conteúdos de extensão textual são responsáveis por desdobramentos narrativos, “estendem o texto de referência (o programa narrativo principal ou de base)” (Fechine, 2013a, p. 44). A única referência encontrada, que pode ser caracterizada como uma estratégia de expansão foi a publicação dos sites das emissoras.

As estratégias transmídias observadas durante esta pesquisa encontram-se em fase de articulação, e refletem a crise de identidade que enfrenta a produção telejornalística, em algumas das emissoras observadas. A proposta de Fechine (2013a) que prevê uma articulação e sinergia entre mídia/plataforma caminha rapidamente, conforme foi observado durante a pesquisa, porque sinalizam um esforço de todas as emissoras e seus respectivos telejornais, em ir atrás do telespectador, por meio de redes sociais digitais, aplicativos e sites com conteúdo jornalístico, caracterizando o telejornalismo transmídia. Neste contexto televisão foi identificada como a “mídia regente”, pois o seu texto de

referência é repetido e desdobrado em outras plataformas, mas de forma parcial e integral.

Considerações Finais

Com este estudo foi possível considerar que o telejornalismo trans-mídia, mesmo que tomando como base os cinco telejornais nacionais estão em um processo de adequação, porque apesar da formalidade e do engessamento que está contido na produção dos telejornais, algumas experiências estão sendo implementadas por todos, como a utilização de transmissão simultânea pela TV e por aplicativo ou rede social digital.

Uma das características da convergência midiática é a forma de se relacionar, com os programas de televisão por meio da tecnologia. Fechine (2013a) ressalta as mudanças na forma desses participantes assistirem televisão, e também na forma ou formas diferenciadas de produção de conteúdos, “nesse cenário, as mudanças nos modos pelos quais o espectador se relaciona com a TV são, hoje, das mais diversas ordens” (Fechine, 2013a, p. 2).

Podemos considerar que, no atual contexto midiaticizado da sociedade contemporânea é fundamental a participação da audiência, como ocorre o Jornal da Cultura mais explicitamente e em outros, como o Jornal da Record *não tão explícito e declarado*. Torna-se fundamental a utilização das mídias sociais digitais, como canais de produção e divulgação de produtos e conteúdos e, ainda, uma maior liberdade para espectador acessar os conteúdos do programa. Reafirmando desta forma a transição do jornalismo televisivo para um telejornalismo transmídia,

onde a convergência, e a participação *são elementos fundamentais para a relação* dos produtores com o *público*.

A televisão é a mídia mais utilizada pelo brasileiro, já o telejornal tem o dado fundamental para continuar inovando e andando ao lado do espectador, porque cerca de 79% das pessoas assiste televisão para se informar, de acordo com a pesquisa de Mídia Brasileira de Mídia.

Os telejornais analisados representam um perfil editorial que compõe o cenário brasileiro telejornalístico. Apesar de o recorte ter levado em conta um exemplar de cada objeto empírico foi possível mapear os elementos que podem compor um ideal de telejornalismo transmidiático brasileiro. O primeiro telejornal analisado - o Jornal Nacional vem sempre na vanguarda, com os recursos tecnológicos e a qualificação dos profissionais, para este momento de mudanças e novas formulações e conceitos em definição, mas preserva o seu conteúdo de forma fechada, sem a utilização da rede social digital YouTube, que proporciona liberdade ao espectador. O segundo - o Jornal do SBT com uma linha menos arrojada, em termos de tecnologia utiliza as redes sociais digitais (de forma parcial) e o site de forma circular, com a repetição dos mesmos conteúdos e de certa forma, desarticulada com os anseios dos espectadores. O terceiro – o Jornal da Record busca inovar ao fazer a transmissão simultânea do sinal televisivo com a rede social digital e o aplicativo, como uma estratégia articulada de buscar o espectador pelo maior número de caminhos possível. Além disso, todo o material disponível em outras plataformas é disponibilizado de forma organizada na sequência em que foi exibido. O quarto telejornal – o Jornal da Band mesmo usando um site, um aplicativo e as redes sociais digitais para distribuição de conteúdo, de forma circular, acaba replicando os con-

teúdos e de forma desorganizada para o espectador que busca resgatar uma informação do telejornal. O quinto e ultimo - o Jornal da Cultura vem focando sua atividade na participação e no comentário e explicação das notícias, com benefícios aos telespectadores, que podem resgatar o conteúdo do jornal nas redes sociais digitais e ao longo da exibição podem participar enviando perguntas, elogios ou críticas pelo Twitter.

Referências

- Band Jornalismo. (2019, outubro 24). Jornal Da Band - 24/10/2019 [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PXBgNLHHwbl>
- Band Jornalismo [@bandjornalismo]. (s.d.) Timeline [Facebook page]. Recuperado de <https://www.facebook.com/bandjornalismo/>
- Band.com.br [@portaldaband] (s.d.) Tweets [Twitter page]. Recuperado de <https://twitter.com/portaldaband>
- Band Uol (s.d.). Jornal da Noite. Recuperado de <https://noticias.band.uol.com.br/jornaldanoite/videos/>
- Braga, J. L. (2009). Mídia-tização: A complexidade de um novo processo social. *Revista do Instituto Humanitas*, 9(289), 1-21. Recuperado de http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2477&secao=289
- Cultura. (2018, janeiro 25). Jornal Da Cultura - 25/01/2018. Recuperado de https://tvcultura.com.br/playlists/21_jornal-da-cultura-jornal-da-cultura_wjCryc0ZwV8.html

- Cultura. (2019, dezembro 10). Jornal Da Cultura - 10/12/2019. Recuperado de https://tvcultura.com.br/playlists/21_jornal-da-cultura-jornal-da-cultura.html
- Fechine, Y. (2013a). Televisão transmídia: Conceituações em torno de novas estratégias e práticas interacionais da TV. *Encontro Anual Da Compós*, 22. Salvador, BA.
- Fechine, Y., Gouveia, D., Almeida, C., Costa, M., & Estevão, F. (2013b). Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In M. I. V. Lopes (Org.), *Estratégias de Transmidiação na Ficção Televisiva Brasileira* (Coleção Teledramaturgia, pp. 19-59). Porto Alegre: Sulina.
- Feltrin, R. (2019). Ibope da TV: Em 2019, só Record e RedeTV crescem em audiência. *Uol*. Recuperado de <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2019/08/10/ibope-da-tv-em-2019-so-redetv-e-record-crescem-em-audiencia.htm>
- Gomes, T. & Kneipp, V. (2017). Os Princípios da Narrativa Transmídia no Jornalismo Aplicados aos Conteúdos do Jornal Nacional. *Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação*, 40. Curitiba, Natal: Intercom
- Gosciola, V. (2011). Narrativa transmídia: A presença de sistemas de narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação. *Quaestio: Revista de Estudos em Educação, Sorocaba*, 13(2), 117-126. Recuperado de <http://periodicos.uniso.br/ojs3/index.php/quaestio/article/view/692>

Hjarvard, S. (2012). Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, 5(2),53-91. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327/41182>

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

Jornal da Record. (2019, outubro 23). Assista à íntegra do Jornal da Record [YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=QhDFdcMMoQY>

Jornal da Record [@jornaldarecord] (s.d. a). Tweets [Twitter page]. Recuperado de <https://twitter.com/jornaldarecord>

Jornal da Record [@jornaldarecord] (s.d. b). Timeline [Facebook page]. Recuperado de <https://www.facebook.com/JornalDaRecord/>

Jornal Nacional [@jornalnacional]. (s.d. a). Tweets [Twitter page]. Recuperado de <https://twitter.com/jornalnacional>

Jornal Nacional [@jornalnacional]. (s.d. b). Timeline [Facebook page]. Recuperado de <https://www.facebook.com/JornalNacional/>

Jornalismo TV Cultura. (2019a, outubro 25). Jornal da Cultura - 25/10/2019 [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=A5qE5taMmIY>

Jornalismo TV Cultura [@jornal_cultura] (2019b, outubro 26). O #JornaldaCultura está no ar! Mande suas perguntas e comentários pela hashtag e assista ao vivo na @tvcultura, no app #CulturaDigital

SBT Brasil [@jsbtbrasil](s.d.a). Tweets [Twitter page]. Recuperado de <https://twitter.com/jsbtbrasil>

SBT Brasil. (s.d. b). *Apresentadores*. Recuperado de <https://www.sbt.com.br/jornalismo/sbt-brasil#apresentadores>

SBT Jornalismo. (2019, outubro 22). Marinha investiga possíveis responsáveis pelo vazamento de petróleo | SBT Brasil [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UXGKWRYwdvc>

TV Cultura [@tvcultura]. (s.d. a). Timeline [Facebook page]. Recuperado de <https://www.facebook.com/tvcultura>

TV Cultura (s.d. b). Tweets [Twitter page]. Recuperado de <https://twitter.com/tvcultura>

Filosofía del Periodismo Transmedia: Ideales, Lógica y Valores

Ana Serrano Tellería¹

Los medios se enfrentan a profundos desafíos que van desde el modelo de negocio, su estructura interna y la demanda de nuevas competencias, entre otros. En este sentido, se aprecia cómo la dinámica (lógica) de producción, los ideales y valores transmedia están en alza: autenticidad, credibilidad y transparencia; creatividad, innovación y originalidad; calidad y confianza; la relevancia de pertenecer a una comunidad / sociedad y participar, sentirse parte de una solución; establecer colaboraciones entre profesionales, proyectos y usuarios; desde temas hiperlocales, locales, alcances y perspectivas hasta temas globales; la experiencia de usuario; 360°, realidad aumentada-virtual-mixta, internet de las cosas, inteligencia artificial y Big Data; diseño de interfaz y arquitectura de la información; integración de los medios como un puzzle y alfabetización mediática. Por lo tanto, a pesar de carecer de una amplia variedad de

-
1. Este artículo pertenece a un proyecto nacional. IPs: Profesora contratada doctora Ana Serrano Tellería y Catedrático Javier Díaz Noci de la convocatoria R+D+i ‘Retos de la sociedad’, título del subproyecto (proyecto coordinado): “News, Networks and Users in the Hybrid Media System (Newsnet). Transformation of News and Media Industry in the Post-Industrial Era”. Referencia: RTI2018-095775-B-C43. Tres años: Abril 2019-Abril 2022. Ministerio español de Ciencia, Innovación y Universidades.

proyectos periodísticos transmedia completamente desarrollados, sus ideales, lógica y valores se han incorporado, seguido a varias escalas y niveles. En base a una revisión de la literatura, estudios de casos y entrevistas, se ofrece una guía sobre las principales habilidades, competencias y desafíos, así como de las estrategias y recursos involucrados en proyectos cros, multi y/o transmedia.

El Ecosistema Líquido

El periodismo se enfrenta a una amplia gama de desafíos en diversas dimensiones, grados y niveles que tanto académicos como profesionales de los medios han intentado superar, y continúan haciéndolo, desde diferentes ámbitos, enfoques y perspectivas. En este sentido, estamos de acuerdo con la descripción proporcionada por R. Klein (2019) cuando alertó sobre una preocupante “brecha que amenaza el futuro del periodismo” entre la vanguardia y la retaguardia. También estamos de acuerdo cuando argumentó que, lo que podemos apreciar con certeza, es “la certidumbre absoluta de que el periodismo en la forma en que lo conocemos no prosperará en el siglo XXI”. Teniendo en cuenta todas las investigaciones y evidencias profesionales hasta la fecha en que estamos escribiendo este trabajo, defendemos que, a excepción de los valores centrales del periodismo y la adaptación requerida del código ético y deontológico, la ecología de los medios ha experimentado profundos cambios.

En el momento actual en el que nos encontramos reflexionando y para resumir, el periodismo se enfrenta a una falta de credibilidad mientras se resalta el “periodismo de soluciones”; la necesidad de experimentar con

la riqueza estética de los diferentes medios, formas, formatos, géneros y lenguajes exige una reconsideración significativa sobre la relevancia del diseño de la interfaz, la interactividad y la usabilidad en estrecha relación con la semiótica, las estrategias narrativas y la experiencia del usuario. El ‘internet de las cosas’ amplifica la creciente variedad existente de posibilidades para captar la atención de la audiencia usuaria permitiendo y proporcionando capas de información, contenido y ritmos de consumo aún más diferentes que requieren analizar mejor, profundizar en cómo desarrollar la inteligencia artificial, la interacción persona máquina y la arquitectura de la información (Serrano Tellería², 2010a, 2016a, 2016b, 2016c, 2017a, 2017b, 2017c, 2017d, 2018).

La participación significativa de la audiencia usuaria, estar realmente involucrado en una comunidad y confiar en ella, nos devuelve a los valores centrales del periodismo (5 W y las razones por las que existe esta profesión), desde lo global a lo local e hiperlocal, o viceversa, la proximidad y la relevancia son las claves para fortalecer la comunidad en torno a los medios, de la sociedad y la relación entre ambos. El “periodismo inmediato” y el “periodismo lento” deben equilibrarse para combinarse eficazmente seleccionando entre todas las ecologías de medios posibles y entornos tecnológicos asequibles (desde la convergencia hasta el cross, multi y transmedia). En este proceso debemos tener en cuenta el aumento del audiovisual (audio, podcast, video, imágenes, voz; visualización de datos; 360°, realidad aumentada, mixta, virtual). La alfabetización mediática abarca a todos los agentes y participantes

2. Véase una selección de las referencias en la bibliografía que comprende la trayectoria en investigación entre 2010 y 2019 centrada en los dispositivos móviles, la ecología de los medios y el periodismo en internet.

en este proceso donde un enriquecedor potencial se manifiesta a través de la posible estrecha relación entre el medio y su comunidad, audiencia usuaria.

Se están implementando y probando diversas estrategias (medios heredados³, medios digitales⁴, alternativos⁵): micro (pagos), membresía, crowdsourcing, donaciones, boletines, etc. modelos alternativos y diversos de emprendimiento así como nuevas empresas con más o menos éxito, también fracaso.

Mientras tanto, los medios lidian con las estrategias de primera demanda para los dispositivos móviles (acceso, consumo y retención); los parámetros de los algoritmos en constante cambio de aplicaciones, plataformas y redes sociales que afectan directamente al acceso, consumo, distribución, retención, etc. de contenido; la mayor relevancia de la personalización en este acceso, consumo y retención, contenido y distribución de canales (aplicaciones móviles, podcasts, mensajes, boletines, etc.); las diferencias inherentes y sobresalientes entre las ecologías de transmisión, impresas, móviles, de radio, en línea y redes sociales, ambientes y entornos tecnológicos; la urgente necesidad de recuperar los valores centrales del periodismo como la autenticidad, la ética, la calidad, la credibilidad y la transparencia; la evolución del ciclo

-
3. *The New York Times*, *The Washington Post* or *The Guardian*, descritos como los principales ejemplos de éxito.
 4. *Thewire.in*, publicado por the Foundation for Independent Journalism (FIJ), una empresa india sin fines de lucro y fundada en 2015 por editores Siddharth Varadarajan, Sidharth Bhatia, y MK Venu, quien también financió inicialmente el sitio. The Independent and Public Spirited Media Foundation (IPSMF) dotó asimismo a *The Wire* con financiación.
 5. Algunas entidades tratando estos temas son *The Membership Puzzle* - *Sembramedia.org* – ejemplos internacionales *Thecorrespondent.com* - *QUARTZ* - *BuzzFeed* - *VICE.com* - *Playgroundmag.net* Españoles *Pikaramagazine.com* - *Elfaradio.com* – *Lamarea.com* – *InfoLibre.es* - *Eldiario.es* – *Publico.es*

de vida de las noticias⁶; la noción de “noticias como producto”; y el equilibrio entre el bloqueo de anuncios, publicidad y contenido nativo y patrocinado (Serrano Tellería⁷, 2016a, 2016b, 2016c, 2017a, 2017b, 2017c, 2017d, 2019a, prensa).

Todos ellos muestran un mapa de crisis y desafíos, oportunidades y potenciales que recuerdan, en su mayoría, las razones para apoyar los valores centrales del periodismo (Serrano Tellería 2010-2019⁸; informes de *Future Today Institute*, *Poynter Institute*; *Nieman Lab*, *Reuters Institute* (Future Today Institute, 2019), *WAN -IFRA*, *Global Editors Network*, *Society of News Design*, *Nielsen*, *Global Investigative Journalism Network*, etc.; Bradshaw, 2018; Eldridge II & Franklin, 2018; Franklin & Eldridge II, 2017).

Cros/multi/Transmedia

Conceptos sobre estrategias narrativas como crosmedia, multimedia y transmedia (Chadwick, 2013; Pavlick & McIntosh, 2013) ayudan a explicar las transformaciones en la dinámica de producción en la industria de los medios (Lee & Yong Jin, 2018). En estos procesos, el papel de la audiencia se ha incrementado a diferentes dimensiones y niveles

6. *News as Product – News Life Cycle*, Digital Methods Summer School 2019, Universidad de Ámsterdam. Propuesta de proyecto seleccionado, coordinado y presentado por Ana Serrano Tellería con la colaboración, tras su selección, de Zhao Jing y Rosa Arroyo. URL [<https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2019NewsAsProduct>].

Asimismo, forma parte del proyecto nacional anteriormente mencionado en el título de este artículo. Acceso 9.10.2019.

7. Véase una selección de las referencias en la bibliografía que comprende la trayectoria en investigación entre 2010 y 2019 centrada en los dispositivos móviles, la ecología de los medios y el periodismo en internet.

8. Idem nota 7.

(Anderson, 2011; Tosoni et al., 2017; Witschge, Anderson, Domingo, & Hermida, 2017).

Los consumidores se han convertido en productores, constituyendo un rol activo y desarrollando “su vida en los medios” – *Media Life* - (Deuze, 2012; Hepp & Krotz, 2014). A medida que se vuelven más alfabetizados y exigentes (Ouellette & Gray, 2017), surge una mayor demanda hacia los profesionales para que desarrollen medios eminentemente difundibles (Jenkins, Ford, & Green, 2013) y que, en general, encarnen los ideales de una creciente cultura participativa (Jenkins, Ito, & boyd, 2016).

Además de la adaptación a las oportunidades creativas de los géneros narrativos, también ejerce presión sobre los creadores de medios y los profesionales el adaptarse a las prácticas cambiantes de la audiencia usuaria, a los modelos comerciales tradicionales en declive (Bräuchler & Postill, 2010; Couldry, 2012; Deuze & Witschge, 2015 Hansen, 2012; Nerone, 2013; Wahl Jorgensen, 2009; Witschge, 2014), a un cambio hacia los procesos de producción digital (y móvil) en primera instancia, al papel dominante que juegan las redes sociales y las plataformas, a la influencia del análisis de datos en la predicción de las demandas de los consumidores; también, a las intrínsecas y relevantes diferencias entre las diversas ecologías mediáticas y entornos tecnológicos (Serrano Tellería, 2015, 2016, 2017). Por lo tanto, en términos de rasgos individuales esenciales, habilidades y mentalidades, el futuro del trabajo en las industrias de los medios se contempla en forma de profesionales que (solos o en colaboración) puedan monetizar el contenido de formas innovadoras (Skibinski, 2019), conectarse con sus públicos a través de nuevos formatos interactivos, aprovechar las oportunidades y responder

(dar forma) a su entorno (Serrano Tellería, 2016c, 2017a, 2017b, 2017d, 2019a, 2019b, 2019c, 2019d, prensa).

Asimismo, se observaron intrínsecas y relevantes diferencias entre las ecologías de los medios móviles y en línea, entre sus entornos y ambientes tecnológicos (Serrano Tellería, 2014, 2015a, 2015b, 2015c, 2016a, 2016b, 2016c, 2017a, 2017b, 2017c, 2017d, 2017e) donde el contenido y los datos se distribuyen, fluyen a varios niveles de interacción, ritmos (‘propagables’ vs. ‘virales’; Jenkins, Ford, & Green, 2013); capas (Ana Serrano Tellería, 2014); audiencias visibles e invisibles (Rheingold, 2002, 2012; boyd, 2014), dimensiones y grados (Brake, 2014; Doric, 2019; Hermida, 2014).

De este modo, las habilidades necesarias se describieron como: producir en múltiples plataformas, comprender la economía, construir su marca, *master match* (filtrar, organizar), limpiar y copiar (curar), aprender codificación básica, conocer a la audiencia y participar en las redes sociales (Albeanu, 2015; García, 2015; Gourarie, 2015; Harding, 2015; Kramer, 2015; E. Klein, 2015; Levin, 2015; Parker, 2015; Peer, 2015; Powers, 2015; Rajan, 2015; Stern, 2015; Sterns, 2015).

El creciente acceso a los medios de comunicación a través de dispositivos móviles y redes sociales señaló características críticas como la ‘Arquitectura de la intimidad’ (Turkle, 2011), ‘Divulgación’ (Marichal, 2012) o ‘Exposición’ (Serrano Tellería, 2014) diseñada para las redes sociales (‘*El deseo de más*’, Facebook - Grosser, 2014) y para la interfaz de usuario móvil (Serrano Tellería, 2014) en la que los perfiles de redes sociales son las herramientas para dar forma a las identidades (- *Dataism* - van Dijck, 2013, 2014) y las sociedades (- *Platform Society* - van Dijck, Poell, & de Waal, 2018); ‘Yo cuantificado’

(Walker Rettberg, 2014); ‘Yo algorítmico’ (Pasquale, 2015) y con la identidad digital, parte del contenido móvil y en línea (Serrano Tellería, 2015a, 2015b, 2015c, 2016a, 2016b). Por lo tanto, nuestras reflexiones académicas subrayan la necesidad urgente de promover un código ético sobre el diseño de la interfaz para proteger al usuario (Serrano Tellería, 2017c, 2017d, 2018).

En este sentido, los medios se describen como *artefactos*, *actividades* y *arreglos* (Deuze, 2012) y el comportamiento del usuario entre *acciones* y *posibilidades*, *animaciones* y *actuaciones* (Serrano Tellería, 2016a, 2016b).

Por lo tanto, profundizar en el diseño de la interfaz de medios que facilita la producción, el consumo y la gestión de datos y contenido es esencial para promover una experiencia de usuario significativa: un equilibrio entre *artefactos*, *actividades* y *arreglos*; *acciones*, *animaciones* y *actuaciones*.

En esta *comunicación líquida* (Serrano Tellería, 2015a, 2015c, 2016a, 2016b, 2016c, 2019a, 2019b, 2019c, prensa), la retroalimentación afectiva (cumplir con las posibilidades) y el compromiso (membresía, una contribución valiosa), así como el nivel de alfabetización mediática e inteligencia colectiva facilitada están estrechamente relacionados con el diseño de la interfaz que promueve para bien o para mal todos ellos (*artefactos*, *actividades* y *arreglos*; *acciones*, *posibilidades*, *animaciones* y *actuaciones*). El “apego emocional” hacia los dispositivos móviles también debe subrayarse (Serrano Tellería, 2014, 2015a, 2015b, 2015c, 2016a, 2016b, 2017c, 2017d, 2018).

De este modo, en el caso específico para la ecología de los medios móviles, debe tenerse en cuenta:

- Personalización.
- Emoción, diseño de interfaz, internet de las cosas.
- Arquitectura de la información, inteligencia artificial, interacción persona-máquina.
- *El ser humano como portal de comunicación* (Fidalgo, Serrano Tellería, Carvalheiro, Canavilhas, & Correia 2013).
- Acceso, usabilidad, inmediatez, confianza.
- Movilidad y ubicuidad.
- Pantallas pequeñas: más capas / diapositivas: arquitectura de la información, interacción persona-máquina.
- Manejo de más ritmos, inteligencia artificial, interacción persona-máquina.
- Esferas líquidas, constelaciones (Serrano Tellería, 2014, 2015a, 2015b, 2015c, 2016b).

Transmedia

La narración multimedia, crosmedia y transmedia⁹ son enfoques creativos para una industria de medios que está en proceso de concentración y convergencia. También es un reconocimiento al hecho de que para la mayoría de las personas, los medios se usan en concierto, es decir, las personas emplean múltiples medios a lo largo del día. A medida que los medios se vuelven cada vez más digitales, siempre en

-
9. The Guardian – “The New Populism”
National Geographic – “The Future of Food” - Herod’s Lost Tomb”
The New York Times – “Migration Crisis in EEUU”
“OPB Jazztown” – “OPB Unprepared” – “OPB Unprepared (2)” – “ OPB Aftershock”
“Las Sin Sombrero” – “Proyecto Quipu” – “Orgull de Baix”
“#Jetaparking” – “Monitor da Violência” – “Balas perdidas”
Samuel Granados: Long form Storytelling: Corriere Della Sera – “I Cento Giorni” & webdoc ; The Washington Post - “The Waypoint” ; “A New Age of Walls” ; “Working with Dark Light”
Miriam Hernanz, Rtve.es Lab – Rtve.es Playz. Transmedia: “Cuéntame Mujer: la respuesta al machismo del 88” | Lab #cuentamemujer ; “Cuadernos de Coimas” ; “Descenso a una mina clandestina” ; periodismo de datos “¿Qué ha votado España?”
Adolfo Antón Bravo, periodismo de datos
- Visualizar 2015, “Mapas del descontento”
 - TPD16,
 - ‘Mapa del poder femenino’
 - Visualizar16, Open Cities: “Gala”
 - TPD17, la España vacía: “Los colonos de la ‘España verde’ de Franco”,
 - y “Dime cuánto cobras, y te diré dónde vivir”
 - Visualizar’17, migraciones,” Población dirigida: los colonos de la España verde de Franco”
 -
- Echostories.com – Examples of multiplatform storytelling
‘Multimedia’ más que ‘Transmedia’: Nytimes.com – Snowfall; Cutthroat Capitalism o September 12th y Madrid de Powerful Robot Games (Gonzalo Frasca); National Geographic: Herod’s Lost Tomb, Panda, Titanic; Sudoku traveller: China, Rain Forests, Greencity, otros como JFK Reloaded, Highrise, Always in Season, Beyond 9/11, Bridge the Gulf, To Be Heard, Waterlife and Guernica: Pintura de Guerra, Proyecto Walsh, Malvinas³⁰, Caine’s Arcade, Kony 2012, Collapsus, World Without Oil, Urgent Evoke (Scolari, 2013).

línea y basados en pantalla, aumentan las oportunidades para que las historias viajen a través de los medios, para que los diferentes medios se interconecten y para que la interactividad sea parte de la experiencia de contar historias. Su dinamismo y proceso de producción se han incorporado y seguido en diferentes dimensiones, niveles y escalas a medida que artistas, periodistas y otros creadores de medios están comenzando a experimentar e incorporar diferentes medios -cross/multi/trans- en el contexto de las industrias convergentes y la digitalización (Serrano Tellería, 2019a).

La producción transmedia¹⁰ (concepto diferente a hipermedia, descripción global; crosmedia: una historia que atraviesa diferentes medios y multimedia: una historia que emplea diferentes medios) implica la creación de un mundo, un universo narrativo que utiliza los variados medios para las diferentes partes de la historia, cada una con sus propios objetivos. Significa que cada parte de la historia se desarrolla más empleando un medio específico y más adecuado para esa parte de la narración. Todas las partes de la historia pueden compartir un patrón común que unifica la creación de este universo narrativo y, en algunos casos, ciertas piezas de contenido pueden incluso repetirse en todas las partes. Cabe destacar la diferencia con hipermedia, empleado para

10. Half the Sky Movement – “Highrise”

Theguardian.com – Theguardian.com Documentaries – “Black Sheep”

The Panama Papers - The Marshall Project - The Coral Project

Medios heredados desarrollando iniciativas transmedia: Nytimes.com – The Washington Post - Reuters

Iniciativas holandesas desarrollando los valores, ideales y lógica transmedia:

Thecorrespondent.com – Submarine.nl – ACED - A-Lab – Dutch Creative Industries

Iniciativas holandesas desarrollando los valores, ideales y lógica transmedia:

Metromuster – Datadista - Newtral – Maldita.es - Pikaramagazine.com

Current.org – “Transmedia journalism expands storytelling for deeper impact”

describir conexiones completas (Serrano Tellería, 2019a, 2019b, 2019c, 2019d, prensa).

Transmedia difiere de multimedia o crosmedia en la creación de un mundo, un universo, donde la historia se construye como un puzle en el que cada parte es independiente y puede consumirse por sí sola. La audiencia usuaria desempeña un papel fundamental en esta construcción, ya que tiene que navegar por el mundo de la historia y, al hacerlo, puede participar en su creación. La producción de medios y, específicamente, la producción transmedia requieren de una reflexión profunda sobre la ecología y la semiótica de cada medio, así como sus interconexiones; en la economía de la atención, elegir el mejor medio para una historia, o para una parte del puzle general de la historia, exige ambos. Además, proponemos que transmedia debe entenderse como una filosofía compuesta por un conjunto de ideales y formada por una serie de valores centrales que se resumen en la siguiente lista (Serrano Tellería, 2019a, 2019b, 2019c, 2019d, prensa):

- Diferenciación, calidad, originalidad.
- La integración de los medios como un puzle.
- Adaptar y elegir los mejores medios, ecología de los medios y semiótica.
- Construir una comunidad: confiar.
- Apoyar a una comunidad: ayudar.
- Pertenecer a una comunidad: ayudar, sentirse parte de (sentido de colectividad).

- Diferentes ritmos de medios: capas/ diapositivas / etapas de información / contenido: arquitectura de la información, inteligencia artificial, interacción persona-máquina.
- Contextualización profunda: identidad propia, puzle.
- Sentirse parte de una comunidad: invertir, ser un miembro significativo.

A partir de la literatura y las entrevistas en curso, se puede deducir cómo este tipo de historias, ya sea que desplieguen modos de producción multimedia, crosmedia o plenamente transmedia, aún son raras, principalmente, por un alto grado de complejidad, la necesidad de diversas, costosas y, a menudo, un conjunto de habilidades y recursos difíciles de encontrar, así como una perspectiva tradicional de las empresas de medios establecidas hacia uno solo (como un periódico, revista, programa de televisión o radio, aplicación móvil o sitio web) (Serrano Tellería, 2019a). En el caso específico del periodismo transmedia en todo el mundo, también se puede apreciar la falta de una amplia variedad (Freeman, M & Rampazzo Gambarato, 2019; Irigaray & Lovato, 2015; Rampazzo Gambarato & Alazamora, 2018; Reno & Flores, 2018; Serrano Tellería, 2019a, 2019b, 2019c, 2019d, prensa). En este sentido, la filosofía: los ideales, valores, la lógica y la producción cros/multi/transmedia forman un campo emergente, un trabajo en progreso con un enorme potencial (Serrano Tellería, 2010a, 2016c, 2017a, 2017b, 2019a, 2019b, 2019c, 2019d, prensa).

Por lo tanto, cuando se persigue la filosofía transmedia: ideales, lógica y valores, expertos en el género de la academia y la industria

de todo el mundo ofrecieron algunas consideraciones clave (Serrano Tellería, 2019a):

1. Estudiar y comprender a la audiencia (tanto para la historia global como segmentada en los diferentes medios y plataformas);
2. Formar un equipo con talentos y habilidades realmente diversos, todos apasionados por la narración transmedia;
3. 3. Invertir en comprender las posibilidades únicas de cada medio utilizado en la experiencia transmedia;
4. Siempre probar todos los elementos de la historia con la idea general (1) del universo narrativo;
5. 5. Ser ambicioso con respecto al concepto general (el “corazón” del mundo, de la historia), pero comenzar con poco y construir el universo narrativo gradualmente, orgánicamente, así como seguir probando si (las partes de) la historia aún resuenan con la audiencia.

Por lo tanto, si bien podemos encontrar otras propuestas y estrategias para implementar proyectos transmedia de ficción y no ficción; es decir, pautas desde diferentes perspectivas en términos de cómo construir un proyecto completamente desarrollado (obviamente, la investigación llevada a cabo por Jenkins, Pratten, Gómez, Dena, etc.; Phillips, 2012; más recientemente una compilación de Freeman & Rampazzo Gambarato, 2019; y enfocado en periodismo: Rampazzo Gambarato, & Alazamora, 2018; Reno & Flores, 2018; Serrano Tellería 2019a, 2019b, 2019c, 2019d, prensa); como se indicó anteriormente, aquí el objetivo y el enfoque son describir cómo la filosofía: ideales, lógica y valores transmedia pueden aplicarse en el trabajo cotidiano, diario, de los medios.

En este sentido, los aspectos clave son la relevancia del diseño de la interfaz, la arquitectura de la información y la usabilidad en relación con la experiencia del usuario y de cómo simplificar la interacción continua y el crecimiento del contenido así como el compromiso de la audiencia. Otra clave es dedicar el tiempo requerido a reflexionar en profundidad sobre los mejores medios para crear y difundir el contenido. Al adaptar un enfoque de *'Design Thinking'* (Brandel, 2016) al campo, esta propuesta tiene como objetivo introducir una nueva forma de examinar el trabajo de los medios que haga posible capturar las características *afectivas, paradójicas y espontáneas* de las iniciativas emergentes (Witschge & Deuze, 2014), el reclamo de la creatividad (Witschge, Deuze, & Willemsen, 2019) y los diferentes ecosistemas, ambientes y entornos tecnológicos.

Con el objetivo de resumir las principales ideas explicadas, se ofrece una lista de aspectos y conceptos clave para comprender mejor por qué aplicar esta metodología. Se han llevado a cabo métodos similares en disciplinas relacionadas (Sharp & Macklin, 2019).

- Consideraciones *afectivas y racionales*.
- Los medios como (*Media Life*, Deuze): *artefactos, actividades y arreglos*.
- Comportamiento de la audiencia usuaria: entre *acciones y posibilidades, animaciones y representaciones*.
- Características *afectivas, paradójicas y espontáneas* de las iniciativas emergentes.
- Un proceso interactivo y continuo que primero escucha a su audiencia para verificar / probar el proyecto (objeto-objeti-

vos-funcionalidad) antes de publicar - verificación / prueba constante, en bucle –.

Referencias

- Albeanu, C. (2015). BBC Trending: When social media is your patch. *Journalism.co.uk*. Recuperado de <https://www.journalism.co.uk/news/bbc-trending-when-social-media-is-your-patch/s2/a566006/>
- Ana Serrano Tellería. (2014, diciembre 31). Jornalismo e Dispositivos Móveis 2014, Congresso Internacional. Universidade da Beira Interior, PT [YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=AT2flt8qjio>
- Anderson, C. W. (2011). Blowing up the Newsroom: Ethnography in an Age of Distributed Journalism. En D. Domingo & C. A. Paterson, (Eds.), *Making Online News* (pp. 151– 160). Peter Lang Publishing.
- boyd, D. (2014). *It's Complicated. The Social Lives of Networked Teens*. Yale New Haven and London: University Press.
- Bradshaw, P. (2018). *The Online Journalism Handbook. Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*. London & New York: Routledge.
- Brake, D. R. (2014). *Sharing our Lives Online. Risks and Exposure in Social Media*. Palgrave Macmillan.
- Bräuchler, B & Postill, J. (Ed.). (2010). *Theorizing Media and Practice*. Oxford and New York: Berghahn.

- Brandel, J. (2016). *Design Thinking and Journalism Go Together: Here's How*. Recuperado de <https://medium.com/we-are-hearken/design-thinking-and-journalism-go-together-here-s-how-e7d286c02b49>
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York, NY: Oxford University Press.
- Couldry, N. (2012). 2012. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Deuze, M & Witschge, T. (2015). Além do jornalismo. *Leituras do Jornalismo*, 2(4).
- Doric, M. (2019). Slow Journalism... the importance of explaining the news, not just breaking it. *whatsnewinpublishing.com*. Recuperado de <https://whatsnewinpublishing.com/slow-journalism-the-importance-of-explaining-the-news-not-just-breaking-it>
- Eldridge II, S. & Franklin, B (2018). *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies*. New York: Routledge.
- Fidalgo, A., Serrano Tellería, A., Carvalheiro, J. R., Canavilhas, J., & Correia, J. C. (2013). Human Being as a Communication Portal: The Construction of the Profile on Mobile Phones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/989_Covilha/23_Telleriaen.html

- Franklin, B. & Eldridge II, S. (2017). *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. New York: Routledge.
- Freeman, M. & Rampazzo Gambarato, R. (2019). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York: Routledge.
- Future Today Institute. (2019). 2019 Trend Report for Journalism, Media and Technology. Recuperado de <https://futuretodayinstitute.com/2019-journalism-media-tech-trends/>
- García, M. (2015). The rise of the mobile editor. *Poynter.org*. Recuperado de <http://www.poynter.org/2015/the-rise-of-the-mobile-editor/357713/>
- Gourarie, C. (2015). Structured journalism' offers readers a different kind of story experience. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de http://www.cjr.org/innovations/structured_journalism.php
- Grosser, B. (2014). What Do Metrics Want? How Quantification Prescribes Social Interaction on Facebook. *Computational Culture: A Journal of Software Studies*.
- Hansen, E. (2012). Aporias of Digital Journalism. *Journalism*, 14(5), 678–694.
- Harding, J. (2015). Mind the Gap: BBC news for increasingly disparate audiences. *bbc.co.uk* . Recuperado de <http://www.bbc.co.uk/blogs/collegeofjournalism/entries/a289ee0b-a236-407c-9bbe-05a361aa177f>

Hepp, A. & Krotz, F. (2014). *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*. Hampshire, UK: Palgrave Mcmillan.

Hermida, A. (2014). *Tell Everyone: Why We Share and Why it Matters*. Doubleday Canada.

Irigaray, F. & Lovato, A. (2015) (eds.). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York. New York University Press.

Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era*. Cambridge, UK & Malden, USA: Polity Press.

Klein, E. (2015). Is the media becoming a wire service?. *VoxMedia*. Recuperado de <http://www.vox.com/2015/7/22/9013911/is-the-media-becoming-a-wire-service>

Klein, R. (2019). The gap that threatens the future of journalism, *Eldiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/tribunaabierta/brecha-amenaza-futuro-periodismo_6_948465169.html

Kramer, M. (2015). A list of every hidden journalism-related social media group I could find. *Poynter.org*. Recuperado de <http://www.poynter.org/2015/a-list-of-every-hidden-journalism-related-social-media-group-i-could-find/362267/>

- Lee, M. & Yong Jin, D. (2018). *Understanding the Business of Global Media in the Digital Age*. New York: Routledge.
- Levin, P. (2015). 10 basics today's journalists need. *Knightblog*. Recuperado de <http://www.knightfoundation.org/blogs/knightblog/2015/7/31/10-basics-todays-journalists-need/>
- Marichal, J. (2012). *Facebook Democracy. The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*. Farnham, Surrey; Burlington, VT: Ashgate.
- Nerone, J. (2013). The Historical Roots of the Normative Model of Journalism. In: *Journalism*, 14(4), 446–458.
- Ouellette, L. & Gray, J. (2017). *Keywords for Media Studies*. New York: New York University Press.
- Parker, R. (2015). Dallas Morning News editor: 'We are all salespeople now'. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de http://www.cjr.org/united_states_project/dallas_morning_news_mike_wilson.php
- Pasquale, F. (2015). The Algorithmic Self. *The Hedgehog Review*, 17(1). Recuperado de http://www.iasc-culture.org/THR/THR_article_2015_Spring_Pasquale.php
- Pavlik, J. V. & McIntosh, S. (2013). *Converging Media. A New Introduction to Mass Communication*. New York: Oxford University Press.

- Peer, N. (2015). Grabbing insights from social data was the right move for this former news startup. *TechInAsia*. Recuperado de <https://www.techinasia.com/india-frrole-provides-insights-on-social-data>
- Phillips, A. (2012). *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling*. New York: McGraw-Hill.
- Powers, E. (2015). The Rise of the Engagement Editor and What It Means. *MediaShift*. Recuperado de <http://mediashift.org/2015/08/the-rise-of-the-engagement-editor-and-what-it-means/>
- Rajan, N. (2015). News Corp is a strategic investor, we are not looking at paper valuation or an exit. *The Indian Express*. Recuperado de <http://indianexpress.com/article/technology/tech-news-technology/news-corp-is-a-strategic-investor-we-am-not-looking-at-paper-valuation-or-an-exit/>
- Rampazzo Gambarato, R. & Alzamora, G. C. (2018). *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*. EEUU: IGI Global.
- Renó, D. & Flores, J. (2018). *Periodismo transmedia*. Aveiro: Ria Editorial.
- Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs. The Next Social Revolution. Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*. Cambridge, USA: Basic Books, Perseus Book Group.
- Rheingold, H. (2012). *Net smart. How to thrive online*. Cambridge: The MIT Press.

- Scolari, C. (2013) *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Bilbao, España: Deusto.
- Serrano Tellería, A. (2010a). *Diseño de nodos iniciales en cibermedios: Un estudio comparativo*. España: Universidad del País Vasco. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10810/12425>
- Serrano Tellería, A. (2010b). Una propuesta de análisis sintáctico-semántico para los nodos iniciales en cibermedio. *Prisma.com*, 12. Recuperado de <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/756>
- Serrano Tellería, A. (2012). Design ciberjornalístico: evolução, criterios e desafios/Online Journalism Design: Evolution, Criteria and Challenges (Portuguese and English). *Matrizes*, 5(2). doi: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p269-285>. Recuperado de <http://www.journals.usp.br/matrizes/article/view/38337/0>
- Serrano Tellería, A. (2013). Diseño de nodos iniciales en revistas online: una propuesta metodológica En G. Natansohn (2013), *Jornalismo de revista em redes digitais*. 111-140. Recuperado de <http://www.edufba.ufba.br/2013/06/jornalismo-de-revista-em-redes-digitais/>
- Serrano Tellería, A. (2014). Interface Design on Mobile Phones: The Delimitation of the Public and Private Spheres. En F. Paiva & C. Moura (Orgs.), *Designa: Interface* (pp. 87-108). Covilhã, Portugal: libros Labcom, Universidad de Beira Interior.
- Serrano Tellería, A (2015a). Emotion and Mobile Devices. En F. Paiva & C. Moura (Orgs.), *Designa: Interface* (pp. 177-184). Covilhã, Portugal: libros Labcom, Universidad de Beira Interior. Recuperado de <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/book/253>

- Serrano Tellería, A & Oliveira, M. (2015b). Liquid Spheres on Smartphones: The Personal Information Policies. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 9(1). doi: <http://dx.doi.org/10.3991/ijim.v9i1.4065>. Recuperado de <http://online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/4065>
- Serrano Tellería, A. (2015c). Liquid Spheres or Constellations: Reflections Towards Mobile Devices. En J. R. Carvalheiro, & A. Serrano Tellería (Eds.), *Mobile and Digital Communication: Approaches to Public and Private*. (pp. 173-198). Covilhã, Portugal: Labcom Books, University of Beira Interior.
- Serrano Tellería, A. (2016a). The Role of the Profile and the Digital Identity on the Mobile Content. En J. M. Aguado, C. Feijóo, & I. J. Martínez (Eds.), *Emerging Perspectives on the Mobile Content Evolution* (pp. 263-282). doi: [10.4018/978-1-4666-8838-4.ch014](https://www.igi-global.com/chapter/the-role-of-the-profile-and-the-digital-identity-on-the-mobile-content/138000) Recuperado de <https://www.igi-global.com/chapter/the-role-of-the-profile-and-the-digital-identity-on-the-mobile-content/138000>
- Serrano Tellería, A. (2016b). Liquid Communication in Mobile Devices: Affordances and Risks. En B. Baggio (Ed.), *Analyzing Digital Discourse and Human Behavior in Modern Virtual Environments* (pp. 196-219). Recuperado de <http://www.igi-global.com/chapter/liquid-communication-in-mobile-devices/145920>
- Serrano Tellería, A. (2016c). Transmedia Journalism: Exploring Genres and Interface Design. *Tripodos*, 38. Recuperado de http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/326
- Serrano Tellería, A. (2017a). Journalism, Transmedia and Design Thinking. *Estudos de Jornalismo*, 7. Recuperado de <http://www.revistaej.sopcom.pt/edicao/139>

- Serrano Tellería, A. (2017b). Transmedia Journalism within Mobile Devices. En J. Canavilhãs & C. Rodrigues (Org.), *Jornalismo móvel: linguagem, géneros e modelos de negócio* (pp. 547-582). Recuperado de <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/book/289>
- Serrano Tellería, A. (2017c). Innovations in Mobile Interface Design: Affordances and Risks. *PI, El Profesional de la Información*, 26(2). Recuperado de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/mar/19.html>
- Serrano Tellería, A. (Ed.) (2017d). *Between the Public and Private in Mobile Communication*. Routledge Studies in New Media and Cyberculture. Routledge: New York. <https://doi.org/10.4324/9781315399300> Recuperado de <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781315399294>
- Serrano Tellería, A. (2017e). A Starting Path for a Great Future. En A. Serrano Tellería (Ed.), *Between the Public and Private in Mobile Communication*. Routledge Studies in New Media and Cyberculture. Routledge: New York. <https://doi.org/10.4324/9781315399300> Recuperado de <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781315399294>
- Serrano Tellería, A. (2018). Users' Management of Mobile Devices and Privacy. *EPI, El Profesional de la Información*. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.11> Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2018.jul.11>
- Serrano Tellería, A. (2019a). Transmedia Production: Key Steps in Creating a Storyworld. En M. Deuze & M. Prenger (Eds.), *Making Media. Production, Practices and Professions*. Amsterdam: Amsterdam University Press Academic. Recuperado de <https://www.aup.nl/en/book/9789462988118/making-media>

Serrano Tellería, A. (2019b). Transmedia Production: Skills, Competences and Challenges. Artículo presentado en *Professional and Peripheral News Workers and the Shifting Importance of Platforms. Inaugural Symposium on Media, Professions and Society*. Volda, Norway. Recuperado de <https://www.hivolda.no/forsking/forskingssgrupper/symposium-media-professions-and-society>

Serrano Tellería, A. (2019c). Improving Creativity with *Design Thinking* on Cross, Multi or Transmedia Projects. Artículo presentado en *IAMCR 2019. International Association for Media & Communication Research. Communication, Technology and Human Dignity: Disputed Rights, Contested Truths*. Facultad de Comunicación, Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de <https://iamcr.org/madrid2019>

Serrano Tellería, A. (2019d). Why Transmedia? Raising Creativity and Imagination with *Design Thinking*. Artículo presentado en *Nordmedia 2019. Nordicom. Communication, Creativity and Imagination: Challenging the filed*. Universidad de Malmö, Malmö, Suecia. Recuperado de <https://www.delegia.com/app/netattm/attendee/page/81871>

Serrano Tellería, A (prensa). Journalism, Tansmedia and Design Thinking within Mobile Devices. En S. Peña & K. Meso (Eds.), *Active Audiences. Empowering Citizens' Discourse in Online Media*. McGraw Hill.

Sharp, J. & Macklin, C. (2019). *Iterate. Ten lessons in Design and Failure*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Stern, R. (2015). Futures Lab Update #118: Audience-Driven Journalism via Grasswire & Harken. *MediaShift*. Recuperado de <https://>

www.rjionline.org/stories/futures-lab-update-118-audience-driven-journalism-via-grasswire-and-hearken

Sterns, O. (2015). How New York Times Survives in a Social Media World. *Bloomberg.com*. Recuperado de <http://www.bloomberg.com/news/videos/2015-07-09/how-new-york-times-survives-in-a-social-media-world>

Skibinski, M. (2019). One subscriber or 48,000 pageviews: Why every journalist should know the unit economics of their content, *Niemanlab.org*. Recuperado de <https://www.niemanlab.org/2019/10/one-subscriber-or-48000-pageviews-why-every-journalist-should-know-the-unit-economics-of-their-content/>

Tosoni, S., Carpentier, N., Murru, M. F., Kilborn, R., Kramp, L., Kunelius, R., McNicholas, A., Olsson, T., & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2017). *Present Scenarios of Media Production and Engagement*. Bremen: Edition Lumière.

Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We expect More from Technology and Less From Each Other?* New York: Basic Books.

Van Dijck, J. (2013). You have one identity: performing the self on Facebook & LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35(2).

Van Dijck, J. (2014). Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data between Scientific Paradigm and Ideology. *Surveillance & Society*, 2(2), 197–208.

- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society*. UK: Oxford University Press.
- Walker Rettberg, J. (2014). *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Wahl Jorgensen, K. (2009). News Production, Ethnography, and Power: On the Challenges of Newsroom-centricity. En E. Bird (Ed), *The Anthropology of News and Journalism*, 21–35.
- Witschge, T. (2014). Funding the News: Budget Cuts, Reorganizations and Entrepreneurs in the Journalistic Field. Artículo presentado en la conferencia: *Rethinking Journalism II*, Universidad de Groningen.
- Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., & Hermida, A. (2017). *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: SAGE.
- Witschge, T. & Deuze, M. (2014). Passion, Politics and Play in Journalism Start-Ups. Artículo presentado en la conferencia: *Social Media and the Transformation of Public Space*, Universidad de Ámsterdam.
- Witschge, T., Deuze, M., & Willemsen, S. (2019). Creativity in (Digital) Journalism Studies: Broadening our Perspective on Journalism Practice. *Digital Journalism*, 7. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2019.1609373>

PARTE 3
LITERACIA TRANSMÍDIA

Escuela-Red, Interfax e Intertextual

Sergio Ricardo Quiroga

Esta propuesta intenta caracterizar a una escuela red, concebida como una interfaz en la idea amplia de este término que plantea Scolari (2008), las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación de Marta-Lazo (2015) y la idea de redarquía de Márquez (2008, 2011) y que además es un concepto que sirve para examinar y caracterizar a todas las organizaciones.

En el caso de una escuela-red, ésta incluye la tecnología educativa en el sistema educativo y va más allá de la escuela de paredes. Se trata de concebir una escuela-red, una escuela democrática que va de los medios analógicos como la tiza y el pizarrón a los entornos inmersivos, a los videojuegos, a las narrativas de la ficción cinematográfica y televisiva y la telefonía celular.

Una escuela concebida como una interfaz nos permite considerarla desde una perspectiva eco-evolutiva para entender sus relaciones, procesos y transformaciones. La escuela-red re-concibe la enseñanza con motores curriculares, producciones colectivas, intervenciones sociales y evaluaciones ecológicas. Con la utilización de las redes de aprendizaje (Learning Networks) como medios sociales en línea los usuarios comparten información y colaboran para crear conocimiento, entendiendo

que sin investigación no hay conocimiento y sin conocimiento no hay innovación.

Cháidez Nevárez (2019) ha destacado que una escuela burocrática tiene las relaciones establecidas, que por lo general son manipuladoras y siempre jerárquicas y como proceso define un modo determinado de considerar las relaciones sociales en términos de funciones institucionales, lo cual significa que los individuos estén aislados entre sí, sustituyendo la interacción espontánea por asociaciones formales.

Nevárez (2019) además, señala que la escuela democrática tiene estructuras de decisión que permiten y estimulan la participación significativa de todos sus miembros, con tres características: las personas deben constituir una comunidad en donde compartan y sean capaces de negociar las creencias y valores que las unen, la segunda el carácter de las relaciones entre los miembros no deben ser de carácter manipulador, y la última, es que las relaciones entre sus integrantes sean recíprocas y de ayuda mutua.

En un tiempo de proliferación de dispositivos tecnológicos que fueron y son concebidos de forma tal que resultan no solamente necesarios sino deseables por sus prestaciones objetivas, por las promesas que hacen, en el imaginario que construyen acerca de sus posibilidades y potencialidades y su valor estético. Dispositivos que por su usabilidad y su entorno amigable se convierten en algo valioso e imprescindible por sus aportaciones, volviendo a los seres humanos en dispositivo-dependientes, pues el dispositivo, como mediador entre la percepción de la realidad y la realidad, complejiza y amplía la experiencia expandiendo la natural capacidad de las personas de relacionarse con su entorno (Caminos, Ardini, & Cunha, 2018). Rainie y Wellman en su texto

Networked (2012) ofrecen una interesante y singular visión de cómo ha cambiado la sociabilidad en las últimas décadas debido no solo a la difusión de la Web como tal, sino también a la evolución de la conexión inalámbrica y al establecimiento de patrones de interacción innovadores en entornos digitales.

1. Escuela-Interfaz

Lakoff y Johnson (1991) plantean desde mucho antes de la aparición de Internet que las metáforas podrían encontrarse en casi todos los ámbitos de la vida cotidiana. Algunas que tienen una función instrumental, fueron descritas por Marshall McLuhan “el hombre se ha dedicado desde hace mucho tiempo a ampliar uno u otro de sus órganos sensoriales para extender el alcance de los órganos humanos” (McLuhan, 1997, p. 163). La metáfora permite “comprender una idea o un dominio conceptual en términos de otro...y son invisibles” (Scolari, 2018, p. 21).

Las personas interactúan con cada tecnología a través de las interfaces. Scolari (2004) plantea que el uso de un dispositivo interactivo no solo transforma a los sujetos que participan de la interacción, sino a también a distintas dimensiones del medio en el que actúa el sujeto. Según el autor, el impacto más importante de las tecnologías se encuentra afuera de las mismas, en las cuestiones del entorno que logran activar y transformar. La conversación resultó la metáfora de la interacción hombre-máquina, aun cuando el desarrollo de hardware solo permitía disponer de pequeñas pantallas monocromáticas que habilitaban una escritura escasa, y cada interface tiene implícito un “usuario imaginado” por los diseñadores (Spiegel, 2013). Marshall McLuhan señalaba que

“las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva” (McLuhan, 2009, p. 31).

La sucesiva aparición e integración de las tecnologías digitales en distintos ámbitos de la vida social y en especial en la educación con una rápida expansión mediante el acceso a los dispositivos y a la conectividad creciente, como a través de la expansión de contenidos digitales y aprendizaje electrónico, nos permite la posibilidad de considerar una escuela como una interfaz en una concepción amplia esbozada por Scolari (2018), análisis que sirve para el examen de todas las organizaciones.

La escuela que recupere, que encuentre y practique en aquel espacio conformado por las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación de Marta-Lazo (2015), la idea de redarquía de Márquez (2008, 2011) el concepto de interfaz de Scolari (2018) esta más cerca de ser una escuela-red. Scolari (2018) propone examinar las interfaces desde una perspectiva eco-evolutiva para entender sus relaciones, procesos y transformaciones y propone un modelo del cambio tecnológico que dialogue amigablemente con los modelos del cambio biológico pero que, al mismo tiempo, pueda ser aplicado a otras esferas.

La organización escolar es un espacio en donde confluyen tensiones y conflictos presentes en la sociedad, tecnologías, luchas por el poder y tratar de concebir y entender una escuela como una interfaz es una idea sugerente. La escuela así pensada está constituida por una red de actores humanos y tecnológicos que interactúan y mantienen diferentes tipos de relaciones entre sí. Los actores humanos pueden ser individuales o

institucionales pero las interfaces no viven aisladas ya que mantienen un permanente intercambio entre ellas (Scolari, 2008).

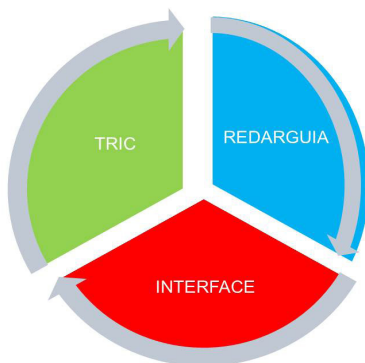


Diagrama 1. Escuela-Red. Elaboración del autor.

2. La Escuela Intertextual

Con el advenimiento de la revolución digital, la enseñanza que se basaba en el uso del lápiz, el papel, el pizarrón y los libros quedó rápidamente obsoleta. En el siglo XXI, con la expansión de la revolución digital a todos los ámbitos de la vida cotidiana, la educación sufre sensiblemente una progresiva transformación hacia procesos que abandonan el papel y el lápiz tradicional en favor de la pantalla táctil, la colaboración y el teclado.

Rueda Ortiz (2010) afirma que desde el campo de la informática, el hipertexto aparece como un dispositivo tecnológico, un software, que permite la interacción entre nodos de información de distinta índole: textuales, gráficos, videos, sonidos.

Las primeras manifestaciones sobre transmedia se registró en 1991 cuando Marsha Kinder publicó su investigación sobre intertextualidad transmedia y empezó a utilizar el término para caracterizar a formatos de entretenimiento, como los productos Nintendo y las Tortugas Ninja. Kinder usaba expresiones como *intertextualidad transmedia* o *super-sistema transmedia* para describir a una red que reunía y relacionaba distintos modos de producción de imágenes, diferentes generaciones de audiencias y subculturas. En el año 2003 un artículo de Henry Jenkins iniciaría el camino de la popularización del término *transmedia* como técnica para explicar historias desde múltiples ángulos, de múltiples formas y a través de distintos medios,

Jenking (2008) describió al transmedia como el uso coordinado de contar historias mediante múltiples plataformas, de manera tal que ellas ofrecieran a los usuarios una nueva perspectiva más convincente sobre los personajes. Se puede definir transmedia como “una historia narrativa -mundo narrativo-, tan grande, que no cabe en una sola plataforma y se expande, necesita expandirse, por distintas plataformas y formatos -ambos autorreferenciales-, construyendo una narrativa envolvente, inmersiva, integradora y participativa” (Jenkins, 2008, p. 33). En su libro “Convergence Culture” Jenkins nombre y difunde el término “transmedia storytelling”.

El transmedia obligó a un abordaje y análisis no sólo narrativo, sino también antropológico (Scolari, 2008) ya que en este fenómeno los usuarios (antes audiencias) asumen un papel fundamental para la expansión transmedia, actualizando la propuesta hecha por Kinder (1991) que habló de supersistemas comerciales de intertextualidad transmedia.

Galán Ugartemendía, (2012) describe las características de la narrativa transmedia o la transmedialidad como un sistema narrativo complejo, dinámico y abierto, multifactorial y multivariable, una fórmula narrativa de las distintas revisiones de la modernidad, una narrativa conectada, colaborativa e inmersiva que redefine la relación sujeto-objeto y na narrativa surgida a principios del siglo XXI a raíz de la convergencia mediática que conlleva la modificación de las fórmulas productivas y organizativas de la sociedad.

En *Networked: The New Social Operating System* los autores Lee Rainie y Barry Wellman (2012) examinaron la aplicación de teorías de redes a diferentes niveles de experiencia social, concluyendo en que la red digital es el sistema operativo de la sociedad contemporánea. En el texto se señala que los seres humanos organizados por redes conforman un nuevo sistema operativo social. Los autores afirman que se han sucedido tres revoluciones: el auge de las redes sociales, la consolidación de Internet, la conectividad siempre activa de los dispositivos móviles (cada vez más pequeños) que han contribuido a dar forma a un nuevo orden social “*un sistema operativo*” que combina posibilidades técnicas y prácticas cotidianas. Las redes sociales existen desde siempre pero se incrementaron exponencialmente a partir del desarrollo de las tecnologías de transporte y de comunicación como Internet, una tecnología *social disruptiva* (Rainie & Wellman, 2012, p. 59)

Si la sociedad antes, se organizaba a partir de pequeños grupos hasta llegar complejas jerarquías administrativas, ahora vivimos en la era de los individuos interconectados. A pesar de que tradicionalmente las personas han pensado que están organizadas en grupos, en realidad la gente se organiza en redes. Somos individuos en red. Vivimos seg-

mentados en diferentes redes sociales que se superponen y nos brindan una base para otorgarle un sentido a nuestra vida. Este “sistema operativo” ofrece nuevas formas de solucionar los problemas y satisfacer las necesidades sociales (Rainie & Wellman, 2012), ya que Internet es una tecnología *social disruptiva* (Rainie & Wellman, 2012, p. 59) que aceleró la interconexión entre individuos. La comunicación móvil agregó el componente que faltaba: la ubicuidad en el acceso a la red y la difusión de los dispositivos móviles está contribuyendo a cerrar una porción de la brecha digital (Rainie & Wellman, 2012, p. 87).

3. TRIC

El “Factor Relacional” contenido en las TRIC_ (Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación) en Gabelas, Marta-Lazo y Aranda (2012) simboliza la interacción, co-creación, reflexión y, en definitiva, el humanismo digital que debería impregnar el proceso comunicativo en red. Frente a nuevas perspectivas que profundizan la comprensión de las TRIC, en el campo de la educación convivimos con *escuelas ambiguas* (Quiroga & Baldi, 2016) y burocráticas, caracterizadas como aquellas que conviven entre la estructura tradicional, *encerradas* entre paredes y aquellas que intentan incursionar en el nuevo paradigma de las redes, a promueven la apertura y la innovación pero que necesitan ser rediseñadas hacia una nueva escuela-interfaz (Scolari, 2018).

El proceso que unió a la computadora personal a la red digital fue históricamente veloz y global en términos territoriales (Rainie & Wellman, 2012, p. 59). Aunque las diferentes subculturas que conver-

gieron en el origen de Internet impidieron la fragmentación de la red acelerando los procesos de digitalización.

4. Digitalización

La digitalización puede ser caracterizada como “un proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario” (Scolari, 2008, p. 80). Sin digitalización no habría hipertexto, ni interacción señala Scolari (2018) y describe que las nuevas formas de comunicación se diferencian de las tradicionales en cuanto a:

- Transformación tecnológica (digitalización)
- Configuración muchos a muchos (reticularidad)
- Estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad)
- Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad)
- Participación activa de los usuarios (interactividad) (Scolari, 2008, p. 78).

La digitalización, la reticularidad, la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la cultura colaborativa, y el individualismo en red resultan hoy característicos de nuestras sociedades.

5. TRIC

El desarrollo persistente de las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación (TRIC) y las nuevas características de nuestras sociedades, ha posibilitado la creación de nuevos escenarios de aprendizaje, en donde es posible obtener información rápidamente,

transformarla en conocimiento y disponible para ser compartida. Las TRIC sirven como medios para el empoderamiento ciudadano, a través de la apropiación personal, el intercambio de mensajes y el fortalecimiento colectivo, con una dimensión comunitaria, sensible al desarrollo de las competencias para la vida (Marta-Lazo & Gabelas, 2016), a pesar de la figura del “individualismo en red” un concepto central propuesto por Wellman en los últimos años.

La progresiva y lenta introducción de las tecnologías en el contexto educativo en Argentina se ha enfrentado con un escaso y pobre uso, la poca utilización de las computadoras e internet como apoyo de los aprendizajes, por un lado, y una redefinición de las funciones docentes y del proceso de enseñanza-aprendizaje por otro. Estos fenómenos afectan a la organización de la escuela y a sus recursos, a la dinámica del aula, al rol de los estudiantes en clase, a la innovación en las metodologías didácticas, etc. La innovación en las escuelas como en otros ámbitos solo será posible si a través de la investigación se produce primero conocimiento, necesario para encarar procesos de innovación.

El docente ha sido y es un actor irremplazable en el desarrollo de una educación de calidad que tenga como horizontes una vida mejor y la capacitación de unos pocos miles de docentes por año en nuevas tecnologías, no ha podido generar en el contexto argentino, una masa crítica que provoque una verdadera transformación educativa, que se promovía con las iniciativas gubernamentales (Quiroga, 2014). En las escuelas Argentina, el Programa Conectar la Igualdad implemento entre los años 2010-2015, distintas acciones como la distribución de miles de computadoras en las escuelas secundarias, capacitación docente (Especialización en Educación y TIC) y algunas de las provincias argentinas

acompañaron este esfuerzo con la entrega de ordenadores en la escuela primaria (Quiroga, 2014). Por otro lado, las dificultades de la integración de las nuevas tecnologías en la educación fueron limitantes para su uso en los escenarios educativos. Las escuelas y quienes las conducían no tuvieron a la altura de la ambiciosa apuesta de los estados provinciales y nacional y como la mayoría de las propuestas de innovación educativa suelen morir en el aula. Por otro lado, los salarios docentes en Argentina dependen de cada provincia y existe demasiada disparidad entre ellos.

Como destaca Spiegel (2013), un estudioso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la escuela, el acceso físico masivo a los teclados y pantallas en la escuela fue en primer lugar, una preocupación prioritaria del mercado de productos informáticos. Los docentes argentinos con diversos niveles salariales en Argentina y una capacitación ambigua, desarticulada y desactualizada, recibieron de las TIC un discurso fragmentado, opaco y contradictorio (Spiegel, 2013) que generó sensaciones de incomodidad, desconcierto y debilidad. Por un lado, las leyes de educación nacional y provinciales destacan la importancia y la obligatoriedad de las TIC en la enseñanza, y por otro lado, no existían diseños curriculares para ésta área.

Las transformaciones radicales que la escuela argentina debe generar deberían suceder con la práctica de una renovada conversación social a través de procesos democráticos entre todos los actores y en donde surjan consensos que apunten a concepciones de educación ampliada, calidad de diálogos y comunicación, promoción de una educación de mayor calidad y generación de oportunidades de cambio de mejora de la vida de las personas. Los cambios que deben generarse respetando las distintas miradas, las reflexiones y las propuestas deben tener como

foco la mejora de los salarios docentes, la capacitación permanente, y la utilización progresiva de las tecnologías exponenciales y disruptivas. Para ello, es necesario contar con liderazgos directivos que opten por la flexibilidad, la transversalidad y la redarquía escolar (Cabrera).

6. El Factor Relacional

El “Factor Relacional” concepto de Marta-Lazo y Gabelas (2016) han creado, constituye un eje transversal que conecta los usos, consumos e interacciones de los participantes en la Sociedad Red. La tecnología en sí misma no es nada, ya que tiene que estar al servicio del hombre y de la mujer, debe ser usada y esa idea es llamado “humanismo digital”.

Marta Lazo señala que la educomunicación ha permitido crear puentes para aprovechar el potencial del Factor Relacional de la comunicación en la educación y las posibilidades y recursos educativos en el ámbito de la comunicación, ya que permite el desarrollo de las competencias digitales ampliando las interacciones entre el sujeto y la pantalla. El “Factor Relacional” contenido en las TRIC (Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación) (Gabelas, Marta-Lazo, & Aranda, 2012) simboliza la interacción, (co)creación, reflexión y, en definitiva, humanismo digital que debe impregnar el proceso educomunicativo en Red.

La redarquía aparece como un modelo organizativo emergente característico de las nuevas redes abiertas de colaboración y está basado en las interacciones que diversos agentes (actores?) mantienen entre sí cuando comparten su creatividad, talento y conocimiento de forma abierta y transparente, en relaciones de igual a igual.

Por otro lado, la redarquía es un modelo organizativo superior y transformador opuesto al tradicional modelo organizativo jerárquico y vertical en donde las decisiones fluyen desde arriba hacia abajo. La idea de redarquía fue definida por primera vez por José Cabrera (blog) y constituye un nuevo orden que funciona de abajo hacia arriba y en donde los análisis, las decisiones, las propuestas y las soluciones emergen como construcción poderosa de la inteligencia colectiva. En Latinoamérica, el concepto de redarquía fue introducido y desarrollado por Marcelo Márquez en sus trabajos: *Liderazgo, gestión de equipos y redarquia* (2011) y *Gestión del Talento, el desafío de administrar la esencia* (2009). La redarquía aparece como una estructura natural de las nuevas organizaciones en red, entendiendo y facilitando la innovación.

La integración de las tecnologías digitales en diferentes ámbitos de la vida social mediante el acceso a los dispositivos cada vez más pequeños con gran conectividad junto con la expansión de contenidos digitales y aprendizaje electrónico y la idea amplia de interfaz de Carlos Scolari nos hace considerar la idea de una escuela-red. Una escuela alejada de los cánones burocráticos y el encierro. Se trata de una organización abierta, de una escuela-red concebida como una interfaz.

Scolari ha destacado que un medio de comunicación resulta en una interfaz entre el ciudadano y la noticia, era una interfaz informativa de la Revolución Industrial y la sociedad industrial. Hoy vamos hacia a una sociedad post-industrial donde todas las interfaces diseñadas durante la sociedad industrial, los partidos políticos, los sindicatos, las escuelas, son todas instituciones que crujen hoy, y que necesitan ser rediseñadas (Scolari, 2008).

La metodología para analizar interfaces propuesta por Scolari (2018), entiende a la “interfaz” como una red de actores humanos y tecnológicos que mantienen relaciones y evolucionan. En el camino de análisis de una interfaz, Scolari sugiere empezar los diferentes elementos que componen un conjunto. Si la interfaz es una red de actores humanos y tecnológicos que interactúan y mantienen diferentes tipos de relaciones se debe comenzar con esos actores.

El plan que propone Scolari (2019) para el análisis de una organización como interfaz es el siguiente:

- 1) la identificación en actores tecnológicos y humanos, individuales o institucionales de una interfaz,
- 2) identificación de las relaciones que los unen y posteriormente los procesos, esas secuencias de operaciones o eventos que se despliegan a lo largo del tiempo.



Diagrama 2. Actores y Relaciones. Elaboración sobre la base de las ideas de Carlos Scolari (2019)

7. Conexiones

¿Es posible además conectar las ideas de lo que se llama “Factor Relacional” de Marta-Lazo contenidas en las TRIC_(Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación), de interfaz de Scolari (2018) con el concepto de redarquía de Cabrera?

La interfaz siempre estuvo con nosotros señala Scolari, es una red de humanos que interactúan entre sí, y que puede ser desde una organización social (la escuela por ejemplo) hasta una simple herramienta. Scolari (2008) ha llevado a una concepción amplia del concepto de interfaz pensado como una pequeña red de actores humanos tecnológicos que interactúan, y bajo esa perspectiva podemos pensar: la escuela como una interfaz, y a la educación es una interfaz.

Las escuelas redárquicas, las escuelas consideradas como una interfaz, aquellas que despliegan sus recursos organizacionales pueden avanzar en la inclusión de nuevos aprendizajes, la utilización de nuevas tecnologías y colocar una progresiva atención en las temáticas sobre drones, robótica, realidad virtual, blockchain, neurociencia, big data, planificación urbana y en las experiencias y el conocimiento del mundo emprendedor.

Los directivos creativos y los profesores transformadores deberían pensar en una escuela-interfaz, una organización que sea rica en interacciones e interconexiones entre los distintos actores (humanos individuales e institucionales y tecnológicos) y más en red. Las tecnologías de la información y la relación (TRIC), la idea de redarquía de Cabrera y la concepción de interfaz posibilitan pensar en la existencia de una escuela-red.

El valor de la tecnología se entiende a partir del uso que le brindan los estudiantes a ella y todo proyecto basado en la integración de las TIC en la escuela, debe resolver de qué forma se aplican las nuevas tecnologías en el aula (planificación) y cómo se produce el cambio en la metodología didáctica. La introducción de las TIC en la escuela comienza con la planificación e implica cambios en la organización. Estas transformaciones pueden ser profundas y van desde la organización hasta la agrupación de los estudiantes. Una cuestión estratégica para establecer y formular es los interrogantes presentes ¿la disposición de las aulas facilita el aprendizaje a través de las TIC? ¿Los docentes están preparados? ¿La organización de los estudiantes es la más adecuada? ¿Los recursos disponibles son los más apropiados?

Por un lado, los docentes deben ser capaces de manejar de forma adecuada y pedagógica las TIC y combinar las metodologías tradicionales con formas innovadoras de enseñanza. Suele acontecer que las iniciativas de implementación de las tecnologías en el aula fracasan, en parte, debido cuatro posibles dificultades 1) la falta de conversación y diálogo entre los actores escolares, 2) el uso de lenguajes diferentes entre docentes y estudiantes 3) la falta de cultura tecnológica de directivos y docentes y 4) la falta de adaptación de los contenidos digitales a las necesidades del docente. La formación en TIC y en otros aspectos de los profesores debe posibilitarles a los educadores la posibilidad de adquirir las habilidades y las competencias que hoy se necesitan para lograr una educación transformadora, para aprovechar al máximo las posibilidades de la tecnología en el contexto educativo, para fomentar la necesidad de crear o conocer nuevas metodologías didácticas e introducirlas y probarlas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Innovar con las TIC significa adoptar nuevas metodologías didácticas que promuevan y favorezcan el aprendizaje colaborativo y una forma de enseñar centrada en los estudiantes. Las TIC y las redes sociales ofrecen variados instrumentos colaborativos, que facilitan al docente y al estudiante la interacción educativa. Se trata de resolver de qué forma se aplican las nuevas tecnologías en el aula (planificación), cómo se dirige hacia la formación y actualización de los profesores y cómo se produce el cambio en la metodología didáctica. La integración de las nuevas tecnologías en cada día más visible, no sólo a través del uso de nuevos aparatos sino por la proliferación de contenidos que son accesibles a través de ordenadores, teléfonos móviles, etc.



Diagrama 3. Interfaz-TRIC-Redarquía. Elaboración del autor.

Es posible plantear una conexión entre los conceptos de “Factor Relacional” de Marta-Lazo contenidas en las TRIC (Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación), el concepto de redarquía de Cabrera desarrollado por Márquez (2009-2011). Precisamente, la

ampliación de la idea de interfaz de Carlos Scolari conversa con esquemas de transformación biológica y puede ser utilizada en otras esferas.

Como destaca Marta-Lazo la hibridación de roles ha convertido Internet en una fuente multidialógica, en la que los mensajes constituyen un gran caudal de uno a otros y de otros a unos. El “Factor Relacional” (Marta-Lazo & Gabelas, 2016) se transforma en el eje transversal que conecta los usos, consumos e interacciones de los participantes en la Sociedad Red.

La escuela necesita ser rediseñada y en ese camino, el análisis desde una concepción amplia de Scolari de las interfaces, aporta una perspectiva eco-evolutiva que permite comprender sus relaciones, procesos y transformaciones. Una escuela-red es sensible a las transformaciones y a las interconexiones entre actores diversos, personas que se organizan en red en los términos de Rainie y Wellman (2012). Una escuela capaz de ser concebida y estudiada como una organización inteligente, como una interfaz, como un modelo del cambio tecnológico que dialoga con los modelos del cambio biológico. Una escuela que sea una red en una sociedad en red. En este camino, la idea de redarguía, el aporte de las TRIC y la concepción de interfaz facilitan la comprensión de una escuela-red, una organización-red.

Referencias

- Caminos, A., Ardini, C., & Cunha, R. (2019). La Interfaz, el Lugar de Articulación de Territorios Transmediales. En T. Burgos & R. Cunha (Orgs.), *Interfaces Contemporâneas no Ecossistema Midiático* (1a ed.). Aveiro: Ria Editorial. Recuperado de www.riaeditorial.com

Cháidez Nevárez, B. (2019). Teoría Crítica. El análisis de su enfoque en la teoría crítica. En A. Barraza Macías(Coord.), *Educación, Investigación Acción y Teoría Crítica*. Durango: Universidad Pedagógica de Durango. Recuperado de <http://www.upd.edu.mx/PDF/Libros/TeoriaCritica.pdf>

Galán Ugartemendía, J. (2012). La transmedialidad, una nueva gramática para el sujeto complejo. *Revista Digital: Lecciones*. Recuperado de http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=71

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture, La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comuniación*. Barcelona, Paidós.

Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television and video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.

Márquez, M. (2009). *Gestión del talento humano*. Editorial de la Neuquén: Universidad Nacional del Comahue Neuquén.

Márquez, M. (2011). *Liderazgo, gestión de equipos y redarquía*. Neuquén: Ediciones la Herradura Neuquén.

Marta-Lazo, C. & Gabelas Barroso, J. A. (2016). *Comunicación Digital. Un modelo basado en el Factor Relacional*. Barcelona: UOC Press.

McLuhan, M. (1964/2009). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Ibérica.

Quiroga, S. (2012). *Tecnologías, comunicación y aprendizaje. El aprendizaje en la era digital*. Berlín: Editorial Académica Española.

Quiroga, S. R. (2014). Educación digital e hibridez escolar en Argentina. *Revista Contextos de Educación*, 14(17). Recuperado de <http://www.hum.unrc.edu.ar/publicaciones/contextos/>

Quiroga, S. (2016). Nuevas Narrativas y Transmedia: la actividad de las audiencias. *Revista Question*, 1(51), 284-301. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3376/2857>

Quiroga, S. (2019). Relacionamento, Tecnologias, Sinergias e Interface na Educação. En A. Versuti, C. Escudero, C. Mier, C. M. A Assis (Orgs.) *Meios e Transformação Social* (1a ed., pp. 109-121). Aveiro: Ria Editorial. Recuperado de www.riaeditorial.com

Quiroga, S. & Baldi López, G. (2016). Educación y narrativas: la imagen en movimiento. In D. Renó, M. Américo, A. Magnoni, & F. Irigaray (Orgs.), *O Audiovisual Contemporâneo: Mercado, Educação e Novas Telas*. Rosario UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Rainie, L. & Wellman, B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*, Cambridge, MA: MIT Press.

Rueda Ortiz, R. (2010). Formación, hipertexto y ambientes de aprendizaje. *Revista Educación y Pedagogía*, (14 y 15). Recuperado de <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/revistaeyp/article/view/5587>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona. Gedisa.

Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona. Gedisa.

Scolari, C. (2019). ¿Cómo analizar una interfaz?. *Hipermediaciones*. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2019/01/26/como-analizar-una-interfaz/>

Spiegel, A. (2013). *Ni tan genios ni tan idiotas. Tecnologías: que enseñar a las nuevas generaciones (que no sepan)*. (1ra ed.). Rosario: Homo Sapiens.

Mundos Literarios Transmediados a través de la Promoción de la Lectura en la Era Digital

Cecilia Frontera

1. Introducción

1.1 Planteo del Problema

En la actualidad, la información se nos presenta de diversas formas: en contextos digitales, imágenes, texto y video. Esta diversidad proviene de la disrupción producida por el auge de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el ámbito educativo, generando experiencias de alfabetización (en sus múltiples variantes) en los alumnos mediante la innovación y el requerimiento de un nuevo enfoque del proceso de la enseñanza y el aprendizaje de diversas áreas, entre ellas, la literatura. Es por ello, que los agentes involucrados en la presente investigación son los 30 alumnos de 5to año “A” de la E.E.S N° 15 “María C. Cournou”, quienes leerán la primera parte de una saga literaria perteneciente a un Proyecto Transmedia (Odio el Rosa: *Historia de Sara e Historia de Dani*), en vista de las carencias que poseen en cuanto a ciertos sistemas de significación académica (comunicacional, interactivo, etc.).

Para encuadrar la investigación dentro de un marco teórico, es preciso vincular el concepto de la Narrativa Transmedia con temáticas significativas como: plataformas múltiples, multimodalidad, multialfabetización (Kress, Cope, y Kalantzis), interactividad, figura del prosumidor (Castells, Lévy) y el constructivismo en educación (Piaget, Vigotsky, Ausubel, Brunner), las cuales conllevan a la elaboración de la siguiente hipótesis de análisis: La aplicación de la Narrativa Transmedia en la enseñanza de la Ciencia Ficción, ¿tenderá a promover experiencias de multialfabetización en los estudiantes de 5to año “A” del Nivel Secundario de la E.E.S N° 15 “María C. Cournou”?, dado que el fenómeno de la Narrativa Transmedia se encuentra en pleno desarrollo y son incipientes las investigaciones sobre el tema. Como todo proceso de investigación, tanto los procedimientos llevados a cabo como los resultados obtenidos, son difundidos en la comunidad educativa, para que aquellos docentes interesados en optimizar su práctica profesional implementando proyectos como éste, puedan lograrlo.

2. Datos Específicos y Contextos de la Investigación

La presente investigación se plantea como un estudio de tipo cualitativo, en el cual se realizarán entrevistas semi-estructuradas a los estudiantes del ciclo lectivo. Se complementará dicha indagación con la metodología cuantitativa mediante encuestas a los agentes mencionados anteriormente.

Contemplando los objetivos a alcanzar, los métodos de recolección de datos y triangulación de los mismos se efectuarán a través de observaciones, entrevistas semi-estructuradas y relevamiento documental.

La población de la indagación a realizar está conformada por los alumnos de la E.E.S N° 15 “María Cristina Cournou”, la unidad de análisis está compuesta por los 30 estudiantes de 17 años de edad, de 5° año “A” del Turno Tarde del establecimiento mencionado y el muestreo seleccionado es el sesgado (o intencional), basado en las dificultades percibidas mencionadas con anterioridad.

3. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

- Evaluar la aplicación de la Narrativa Transmedia en la enseñanza de la Ciencia Ficción en 5to año del Nivel Secundario.

Objetivos Específicos

- Releva las características principales de un Proyecto Transmedia implementado en una propuesta áulica para propiciar el papel de prosumidores y la multialfabetización en los estudiantes.
- Determinar la incidencia de la aplicación de la saga literaria Odio el Rosa (parte I) en el aprendizaje de la Ciencia Ficción y los sistemas de significación académica (comunicacional, interactivo, icónico, etc.) de los alumnos.
- Analizar el modo en que la inclusión de la Narrativa Transmedia en el ámbito educativo favorece el desarrollo integral de los estudiantes.

En base a la finalidad del proyecto, se realizaron diversas tareas grupales e individuales, antes, durante y luego de la lectura de las novelas. En primer lugar se llevó a cabo la presentación de la saga literaria y

de la *Historia de Sara*, prosiguiendo con las siguientes actividades de pre-lectura:

En grupos de 5 estudiantes se inició el debate acerca de las siguientes cuestiones:

- Definición de Narrativa Transmedia (aproximación al término a través de los conocimientos previos o por inferencia).
- Indicios del título del relato (posibles temáticas, personajes y conflictos a tratar).
- Caracterización de la portada del libro (diseño y redacción), deducción de su relación con el nombre de la saga y reflexión del elemento adicional que posee (carta anexada al final).
- Contextualización espacio- temporal del relato: imaginación de la forma de vida en el año 2055, narración descriptiva y diseño artístico de viviendas, medios de transporte, colegios, problemas sociales, inventos y artilugios futuristas de la época.

Una vez finalizadas estas actividades de debate y argumentación, cada grupo creó un mapa conceptual con las ideas más significativas aportadas por cada equipo, preparándose de este modo para vivenciar la aventura transmedia dentro del aula. El recorrido de la experiencia comenzó con la lectura del libro en voz alta (rotación por grupos), donde los alumnos fueron develando los misterios que la historia presentaba a través de diversas páginas web: www.odioelrosa.com, www.sweet-pinkfashion.com, www.arteyfuturo.com, www.blogdelynda.com, www.secretfiles-top.com, en las que ellos debían realizar sus aportes para poder concatenar los acontecimientos y personajes que iban surgiendo. A medida que los estudiantes fueron adentrándose en el universo

transmedia, se trabajaron diversos ejes en cuanto a la alfabetización en sus múltiples variantes:

- Lectura en papel (libro) y discontinua en internet (transmedia) a través de dispositivos móviles y netbooks.
- Escritura en blogs de la saga literaria
- Creación colectiva de un universo de ciencia ficción
- Actividades de gramática, comprensión lectora y vocabulario
- Actividades de creación e interpretación artística (mural, dibujos, cuadros, etc.)
- Debate y argumentación (grupal e individual) de diferentes posturas con respecto a diversas temáticas.
- Investigación de herramientas de búsqueda y lectura crítica en Internet.

El alumnado manifestó que el mundo de Odio el Rosa sustenta la creación de distintas historias enlazadas entre sí en las que ellos fueron, en gran medida, los diseñadores de éstas. Prosiguiendo con la continuidad de misterios que planteó la *Historia de Sara*, los estudiantes se prepararon para comenzar con la lectura de la *Historia de Dani*, en la que se presentaron los siguientes componentes transmedia: el elemento adicional que acompaña el libro (cuatro cartas de rol), las siguientes páginas web: www.blogdanidark.com, www.kineteam.com, www.secretsfiles.com, y se continuaron llevando a cabo actividades similares a las trabajadas con anterioridad. La lectura fue considerada una experiencia personal y psicológica que cobró sentido cuando les permitió a los lectores comprender el mundo en el que vivían y encontrar

un lugar dentro de él. Por eso, compartir esta experiencia fue una forma de volverla memorable, llenándola de significado. Dentro de la implementación del proyecto, es presentada de manera orgánica mediante las diversas actividades de comunicación, con el fin de proporcionarle a los estudiantes la posibilidad de descubrir el placer de la lectura por la lectura y la interiorización de la idea de que ser lector es una forma de estar en el mundo, afrontando cada situación con empatía, sentido crítico y creatividad. Este enfoque propone relacionar la lectura de las novelas con los intereses, motivaciones y preocupaciones de los alumnos, así como con sus principales actividades de ocio.

Para ello, se convierte esta práctica contextualizada en un lugar de encuentro, de acercamiento y relación de los jóvenes con sus pares, ya sea dentro del aula o a través de internet y las redes sociales, garantizando un entorno seguro y respetuoso para que estas interacciones resulten constructivas.

En el caso de los juegos dramáticos, éstos son propuestos para trabajar la inteligencia emocional, la adquisición y consolidación de nuevas competencias sociales y ciudadanas, y la autonomía personal en los estudiantes. En el marco de la animación a la lectura, dichos juegos le brindan a la docente una herramienta de gran valor formativo para ayudar a los alumnos a integrar la experiencia lectora en sus paradigmas emocionales y psicológicos, favoreciendo al mismo tiempo, la identificación de los jóvenes lectores con los protagonistas de las historias que están leyendo. De este modo, ellos siguen siendo partícipes del vasto universo literario que les permite ir incorporando amplios conocimientos en torno a múltiples disciplinas.

4. El Papel del Constructivismo en el Proceso de la Enseñanza y el Aprendizaje

La propuesta implementada fue desarrollada cimentando sus bases en el modelo constructivista, un movimiento pedagógico que concibe el aprendizaje como el resultado de un proceso de construcción personal - colectiva de los nuevos conocimientos y actitudes, a partir de los ya existentes (inclusores relevantes) y en cooperación con los compañeros y el facilitador (docente).

De los principales referentes de este modelo (Lev Vigotsky, David Ausubel, Jean Piaget & Jerome Bruner, John Dewey & Howard Gardner) se tomaron los siguientes aportes:

- **Aprendizaje Significativo:** El docente ofrece experiencias interesantes y significativas que permiten el desarrollo cognitivo de los estudiantes, donde éstos le atribuyen un sentido y/o significado a los contenidos nuevos cuando los relacionan con sus conocimientos previos, adaptándose a sus etapas de desarrollo y procesos de enseñanza y aprendizaje.
- **Zona de Desarrollo Próximo:** Cada estudiante adquiere progresivamente autonomía en la resolución de diversos problemas, sin tener la necesidad de recurrir sistemáticamente a la guía del docente u otros compañeros. En este aspecto, es primordial, la contribución de la cultura, la interacción social y el entorno de cada individuo.
- **Metodología Activa:** Los estudiantes realizan actividades y acciones que surgen de su propio interés, necesidad o curiosidad. El docente propicia este interés a través de situaciones de aprendizaje estimulantes.
- **Aprendizaje por descubrimiento:** El educador trabaja junto a los estudiantes diversas maneras de resolver el mismo problema, les brinda diferentes métodos para descubrirlas.

- **Aprendizaje centrado en el estudiante:** Los alumnos son los protagonistas y responsables de su aprendizaje, ya que intervienen en éste todas sus capacidades, emociones, sentimientos, habilidades y motivaciones.
- **Aprendizaje cooperativo, dinámico y comunicativo:** En la enseñanza se desarrolla un conjunto de actividades que favorecen la interacción de cada estudiante con el medio, con sus pares y con el docente, privilegiando dinámicas que son individuales, en pares y en equipos, implicando un proceso de reflexión permanente y de toma de conciencia sobre cómo se aprende (metacognición).
- **La Dialogicidad:** Toda acción educativa debe fomentar la investigación, la reflexión y la acción por parte de los estudiantes a través de la palabra, para lograr que la educación sea liberadora. Una educación de preguntas es apta para estimular la capacidad humana de asombrarse, responder a su asombro y resolver sus verdaderos problemas esenciales, existenciales y de propio conocimiento.
- **Inteligencias Múltiples:** La enseñanza se adapta a los diversos tipos de inteligencias que forman parte de cada estudiante, donde algunas de ellas se encuentran más desarrolladas que otras.

En este proceso, los estudiantes aprenden haciendo (en su experiencia de comprender el mundo, interactuando y explorando saberes y lo que quieren hacer de su vida) y también compartiendo, ya que cooperan en todo tipo de experiencia individual y colectiva, donde descubren un nuevo mundo a través del diálogo, la motivación, la mediación, la creatividad, la expresión (en todos sus aspectos) y la orientación a través de la experimentación y reflexión.

5. La Multialfabetización: un Efecto Positivo de la Aplicación de la Narrativa Transmedia y el Constructivismo Dentro del Aula

El concepto de *multialfabetización* fue utilizado por primera vez a raíz de la publicación del manifiesto *Una pedagogía de las multialfabetizaciones: Diseñando futuros sociales* (1996), llevada a cabo por el New London Group, que tiene como finalidad la redefinición del concepto de alfabetización, ya que parte de la premisa que sostiene que a inicios del siglo XXI se presenta un mundo globalizado y culturalmente muy diverso, en el cual la aparición de un nuevo orden comunicativo, en el que conviven nuevas formas de comunicación, hace necesaria la adquisición de nuevas competencias.

Dos autores del New London Group han trabajado específicamente el término de *multialfabetización*: Bill Cope y Mary Kalantzis (1996). Estos autores la definen como una aproximación a la alfabetización centrada en el uso del lenguaje según las distintas situaciones sociales y culturales y la multimodalidad de las comunicaciones, especialmente en el contexto de los nuevos medios existentes hoy en día.

El trabajo planteado por estos especialistas, identifica dos ejes a los cuales la multialfabetización da respuesta, en oposición a la alfabetización tradicional:

- La multiplicidad de canales y medios de comunicación, así como la variedad de formatos de texto.
- El incremento de situaciones de diversidad cultural y lingüística en un mundo globalizado en el cual las culturas se interrelacionan.

El primer eje plantea la necesidad de los individuos de poder acceder a un mundo en el que el lenguaje se encuentra en constante cambio y en el cual la decodificación, el análisis y la crítica, así como la producción de textos multimodales conllevan necesariamente nuevas competencias, ya que como sostiene Manuel Castells (1996) : “La cultura es un sistema de comunicación y nuestra sociedad está cada vez más organizada en torno a la producción, distribución y manipulación de símbolos” (p. 29).

Por esta razón es que la expresión cultural pasa a ser pauta alrededor de un hipertexto electrónico y global caleidoscópico. Las manifestaciones creativas y de comunicación humana se enlazan alrededor de Internet y los multimedia. La flexibilidad de dichos medios facilita la absorción de una gran variedad de expresiones y la distribución de mensajes al gusto de la persona que lo recibe. (Castells, 2003, p. 16)

Por ello, dicha multimodalidad implica la adquisición de habilidades relativas al lenguaje escrito, oral, visual, auditivo, táctil, gestual y espacial. Kress y Van Leeuwen (1996, 2001) afirman que la comunicación es inevitablemente multimodal, ya que se relaciona con el diseño deliberado de la creación de significado (*meaning making*): se le otorga forma a un significado mediante los recursos disponibles para los usuarios, quienes son activos y no sólo reproducen significados, sino que también los crean. De este modo, validan tanto al lenguaje en tanto sistema semiótico, como a todos aquellos sistemas que ofrecen recursos para la creación de sentido.

Llevar a cabo un paradigma multimodal implica considerar a la comunicación como un paisaje semiótico complejo, en el cual el lenguaje toma un estatus diferente en los diversos contextos. Los estudios

de la multimodalidad proponen un nuevo lenguaje para la descripción semiótica que incluye los siguientes conceptos, según Kress, Jewitt, Ogborn, & Tsatsarelis (2001):

- Medio: Corresponde a la sustancia material que es moldeada a través del tiempo por una cultura. Es el recurso o materia prima a partir de la que se crea significado (luz, sonido, espacio, etc.)
- Modo: Hace referencia a los sistemas o recursos para crear significado, trabajos por la cultura en formas específicas, organizadas socialmente y regulares de presentación. Cada sistema de creación de significados provee diferentes potencialidades comunicativas (habla, escritura, gestos, etc.)
- Materialidad: Es una característica central de cada medio. Cada modo se moldea alrededor de las limitaciones y potencialidades de la materialidad de su/s medio/s.
- Orquestación semiótica: Corresponde al diseño de una configuración semiótica compuesta por uno o varios modos de significar. Es el tejido o entrelazamiento de modos desde el cual emerge el significado multimodal.

Cada modo en un texto multimodal sólo tiene un significado parcial. Este rol asignado a cada sistema semiótico empleado para representar y comunicar se denomina *affordance*. Esta perspectiva posibilita la presencia de recursos que poseen elementos variables y multimodales disponibles en nuestra cultura para crear significado en ámbitos como la literatura, el arte, la música, etc., capaces de ser llevado a la práctica de diversos modos concretos, ya que un significado puede ser expresado a través de cada uno de los recursos semióticos mencionados anteriormente.

El segundo eje plantea la necesidad de centrarse en contextos específicos, en los cuales las diferencias culturales suponen diversas representaciones visuales, así como distintas formas de interpretación, vinculando la alfabetización a los contextos culturales en los cuales los individuos se desenvuelven, utilizando patrones de significado distintos según el propio contexto . Es por esta razón, que dicho eje exige la conectividad global, ya que:

Todas las tecnologías tienden a crear un nuevo ambiente humano [...] Las tecnologías no son simplemente inertes contenedores de seres humanos: son procesos activos que remoldean igualmente los seres y las otras tecnologías [...] Cuando una sociedad inventa o adopta una tecnología que da predominio o nueva importancia a uno de sus sentidos, la relación de los sentidos entre ellos se transforma. El hombre se transforma. (McLuhan, 1985, p. 303)

El concepto de multialfabetización se relaciona con la Pedagogía de las Multialfabetizaciones, que se puede vincular teóricamente a un aprendizaje basado en el constructivismo social. Esta relación se basa en:

- Vinculación del conocimiento al contexto
- Participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje
- Consideración de los conocimientos previos
- Aprendizaje como producto de la experiencia
- Aprendizaje basado en la colaboración

Asimismo, estas concepciones pueden relacionarse con la definición de Paulo Freire y Donaldo Macedo (1989) de *alfabetización emanci-*

padora, en la que la alfabetización se convierte en una construcción significativa, en el sentido de que se la concibe como un conjunto de prácticas que pueden ser utilizadas tanto para habilitar como para inhabilitar a las personas, así como la alfabetización no se entiende sólo como una capacidad técnica que se debe adquirir, sino como el cimiento necesario de una actividad cultural que tienda a la libertad. Las multialfabetizaciones incluyen también términos como la alfabetización digital y la ciudadanía digital.

6. Resultados

Inicialmente, el grupo de estudiantes de 5to año presentaba un déficit importante con respecto a los diversos sistemas de significación académica, detectado en una evaluación diagnóstica que abordaba contenidos y conocimientos que se estimaba tenían incorporados de años anteriores:

- Expresión oral (lectura fluida en voz alta, vocabulario, comprensión lectora, etc.)
- Expresión escrita (respuestas acorde al año escolar y sus respectivas fundamentaciones, expresiones coherentes y cohesivas, vocabulario, normativa, etc.)
- Interactividad (manejo de la tecnología)
- Iconicidad (capacidad de relacionar el lenguaje literario con otros lenguajes artísticos, emitir juicios valorativos, etc.)

Con la introducción y el trabajo de la *Historia de Sara*, los estudiantes logran ir atenuando sus falencias en cuanto a los sistemas de significación académica, ya que se aborda en cada caso las dificultades

particulares que se presentan a lo largo del proceso de aprendizaje, a través de la mediación de la docente y el trabajo colaborativo entre pares, sumado a la investigación individual/grupal y el ensayo - error.

La *Historia de Dani* fue la culminación de la implementación del proyecto transmedia, en la cual los estudiantes terminan su cursada con seguridad, mayor cantidad de conocimientos en diversas áreas y con un índice muy bajo en cuanto al déficit inicial detectado.

Los resultados obtenidos fueron muy positivos y enriquecedores, ya que los referentes audiovisuales trabajados a partir de la multialfabetización en la saga literaria seleccionada, cumplieron un rol esencial para mitigar las carencias iniciales que el alumnado poseía con respecto a los diversos sistemas de significación académica (http://padlet.com/cecilitafrontera/OdioelRosa_5ArVis).

7. Discusión/Conclusiones

Actualmente, el cambio de paradigma (proveniente de la cultura de la convergencia), presenta la multialfabetización y la multimodalidad como dos ejes de vital importancia para la formación integral de los alumnos, ya que los referentes audiovisuales de la cultura son esenciales para comprender la visión del mundo en el que vivimos. En este aspecto, el papel de la Narrativa Transmedia en la enseñanza de la Ciencia Ficción ocupa un lugar privilegiado, ya que a través de la saga literaria *Odio el Rosa*, muestra diversas historias contadas mediante múltiples soportes, exigiendo a los estudiantes el requerimiento de distintas habilidades y competencias (que se fueron optimizando a lo largo de la cursada, mitigando las carencias que poseían inicialmente con respecto a los

diversos sistemas de significación académica) para darle sentido a la orquestación semiótica que presentan los mundos narrativos propuestos y, al docente, la implementación de diversas estrategias y recursos didácticos desarrollados dentro de un modelo pedagógico constructivista, a través de los cuales se propicie un proceso de enseñanza y aprendizaje eficiente, dinámico, interactivo y motivador.

De este modo, la escuela se convierte en un ámbito apropiado para re significar el uso de la tecnología, donde el educador aporta el conocimiento y la experiencia desde su área específica del saber, en tanto que los estudiantes contribuyen con su habilidad técnica en el manejo de la tecnología (ya que han descubierto los espacios que les brinda la virtualidad) y poseen una predisposición notable en el procesamiento de la información y en el modo de encontrar respuestas. En este marco de fuerte tecnologización contemporánea, la pedagogía del siglo XXI deberá contemplar las transformaciones de la sociedad actual, donde la escuela, los docentes y los estudiantes aprendan colaborativamente, siendo parte de un vínculo intrínseco, sin jerarquías, mediante el diálogo, la interacción y la construcción de entornos de aprendizaje personalizados, críticos, reflexivos e integrales, instruyendo a la nueva generación de jóvenes para el futuro que se aproxima, a través de una formación y experiencia enriquecedoras continuas.

8. Futuras Líneas de Investigación

Este trabajo de investigación, pone un piso en el análisis de la implementación de la Narrativa Transmedia dentro de la enseñanza

de la Literatura, pero no existe techo alguno que limite a futuras investigaciones.

Se considera acotado el trabajo de campo realizado hasta aquí, por lo que es necesario seguir indagando las vastas posibilidades que ofrece la Narrativa Transmedia como fenómeno en auge en el proceso de la enseñanza y el aprendizaje, por ello, es preciso contar con una tarea de observación y análisis constante.

Las líneas futuras de investigación pueden centrarse en tres ejes:

- Indagación sobre la aplicación de la Narrativa Transmedia en diversos espacios curriculares y desarrollo de métodos específicos para su uso didáctico como apoyo a los docentes.
- Capacitación docente vinculada a la temática en cuestión para que pueda ser implementada eficazmente mediante diversas propuestas áulicas acorde a las necesidades de los estudiantes.
- Investigación en otros niveles de la educación, por ej.: en la Educación Superior, carreras de nivel terciario y universitario.

Al ser un campo fértil de exploración y otorgándole continuidad a la investigación de la saga literaria Odio el Rosa, otra posible línea de desarrollo e indagación consistiría en proseguir con la lectura de la segunda y tercera parte del relato (*Historia de Lynda e Historia de Dark/ Historia de Alan e Historia de Julia*) para que los estudiantes logren comprender integralmente el universo narrativo propuesto, además de adquirir otras destrezas y habilidades relacionadas con la realidad aumentada y la gamificación, ambas presentes en las historias relatadas, empleadas como el complemento y la culminación de la orquestación

semiòtica desenvolupada per los autors de esta obra interactiva, multimodal y multialfabetizadora.

Referencias

- Alonso, A. & Pelegrín, J. (2014). *Odio el Rosa: Historia de Sara*. Barcelona: Oxford University Press.
- Alonso, A. & Pelegrín, J. (2014). *Odio el Rosa: Historia de Dani*. Barcelona: Oxford University Press.
- Ausubel, D. (2002). *Adquisición y retención del conocimiento: Una perspectiva cognitiva*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bruner, J. (1988). *Desarrollo cognitivo y educación*. Madrid: Ediciones Morata.
- Castells, M. (1996). *La era de la información. Vol. 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2003). La interacció entre les tecnologies de la informació i la comunicació i la societat xarxa: un procés de canvi històric. *Revista Coneixement i Societat*, 1(2), 8-21.
- Dewey, J. (1995). *Democracia y educación*. Madrid: Ediciones Morata.
- Freire, P. & Macedo. D. (1989). *Alfabetización. Lectura de la palabra y lectura de la realidad*. Barcelona: Paidós.

- Gardner, H. (1995). *Inteligencias múltiples: la teoría en la práctica*. Barcelona: Paidós.
- Kress, G., Jewitt, C., Ogborn, J., & Tsatsarelis, C. (2001). *Multimodal Teaching and Learning: The rhetoric of the Science Classroom*. London: Continuum.
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. New York: Routledge.
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Londres: Arnold.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. París: La Découverte (Essais).
- McLuhan, M. (1985). *La Galaxia Gutenberg*. Barcelona: Edit. Planeta [1962].
- Piaget, J. (1947). *La psicología de la inteligencia*. Barcelona: Crítica.
- The New London Group. (1996). A pedagogy of Multiliteracies: designing social futures. *Harvard Educational Review*, 66.
- Vigotsky, L. (1998). *Pensamiento y lenguaje*. México: Ediciones Quinto Sol.

Formação Docente Continuada e uma Proposição Metodológica para Práticas da Transmediação

Andrea Cristina Versuti
Cláudia Vieira Barboza Sumikawa
Valtemir dos Santos Rodrigues

A mediação tecnológica da formação continuada docente é reconhecida como essencial na contemporaneidade. (Mendes, Filho, & Gimenes, 2015). No contexto escolar, para que o professor possa potencializar o uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC)¹ e explorá-las em suas atividades pedagógicas, é necessário que ele esteja preparado para usar, operar e explorar os diferentes dispositivos disponíveis.

Prado & Lobo da Costa (2016) apresentam a perspectiva de que a integração dos recursos tecnológicos aos conteúdos da formação de professores requer um processo ativo de construção e reconstrução dos conhecimentos e, para tanto, é essencial a vivência de práticas que levem a apropriação pedagógica das tecnologias durante o período formativo. Assim sendo, professores e gestores participantes das formações de-

1. As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) dizem respeito a um conjunto de mídias diferenciando-se pela presença das tecnologias digitais.

vem estar motivados e preparados para usar e explorar as tecnologias disponíveis no contexto escolar.

Nossa perspectiva epistemológica de trabalho traz o conceito de uso da Tecnologia como Linguagem e a metodologia escolhida primou pelo uso dos dispositivos, considerando que a ideia de Dispositivo ancora-se em Agamben (2015, p. 39) e pode ser definido como: “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”.

O contexto desta pesquisa foram os Centros de Referência em Tecnologia Educacional (CRTE) vinculados às Unidades de Educação Básica (UniEB) de cada Coordenação Regional de Ensino (CRE) de cada Região Administrativa (RA) do Distrito Federal, que ofertam cursos com o objetivo de preparar os docentes, gestores e demais profissionais da educação para o uso pedagógico das tecnologias.

O presente texto tem a finalidade de apresentar a experiência de um curso piloto ofertado pelos CRTE durante o primeiro semestre de 2019 nas cidades de Taguatinga, Planaltina e Samambaia. Este curso de formação continuada propôs a transmediação de conteúdos em diferentes dispositivos como uma proposta metodológica da transmediação para auxiliar e promover a aprendizagem dos alunos. Foram selecionados para isso o *Bitmoji*² (<https://www.bitmoji.com>), o *Toondoo*³ (<http://www.toondoo.com>).

-
2. Aplicativo que permite criar um avatar com as características físicas e estéticas do usuário.
 3. O *Toondoo* é uma ferramenta gratuita que oferece recursos para a criação de histórias em quadrinhos, tiras ou *cartoons* personalizados.

toondoo.com), Kahoot⁴ (<https://getkahoot.com/>) e Openshot⁵ (<https://www.openshot.org>).

Referencial Teórico

As relações sociais mudaram nos últimos anos. Com isso, a maneira como interagimos com os outros, estudamos, trabalhamos e nos comunicamos passa por transformações frequentemente impulsionadas pela presença das diferentes tecnologias em nossas atividades diárias. Para Kenski (2017), a escola tem a tarefa de preparar os alunos para integrar a sociedade e dela fazer parte não apenas como consumidor e reprodutor informação e conhecimento, mas como um sujeito ativo que questiona e propõe mudanças no meio em que está inserido.

Em um mundo em constante mudança, a educação escolar tem de ser mais do que uma mera assimilação científica de saberes, muito mais do que preparar consumidores ou treinar pessoas para a utilização das tecnologias de informação e comunicação. (Kenski, 2017, p. 64)

Partindo desse pressuposto, os profissionais da educação precisam estar dispostos a desenvolver práticas didáticas e pedagógicas que contribuam para que a informação acessada e consumida pelos sujeitos possa efetivamente tornar-se aprendizagem e que a tecnologia deixe de ser apenas um meio para a diversão ou a instrumentalização das práticas em sala de aula e se torne um caminho para a construção de novos conhecimentos e aprendizados.

-
4. O Kahoot é uma ferramenta tecnológica interativa que incorpora elementos utilizados no *design* dos jogos para engajar os usuários na aprendizagem.
 5. O OpenShotVideoEdit é um editor de vídeo estável, livre.

Michel Serres (2013) nos apresenta alguns conceitos teóricos para pensar a nova geração. Eles são os Polegarzinhos e Polegarzinhas⁶. Crianças e jovens que “habitam o virtual” e que por meio de um celular (*smartphone*) acessam diferentes informações, conhecimentos, lugares, pessoas e entretenimentos. Esses sujeitos também frequentam as escolas, mas muitas delas representam uma situação distante da realidade ou das possibilidades de acesso e interação com o conhecimento que um celular pode proporcionar.

É diante desse cenário e desses sujeitos que os professores repensam seu papel enquanto agentes nesse processo de formação e de transformação social para promover a reflexão sobre suas práticas, buscando alternativas para estar em consonância com a cultura digital. Nesse contexto, o aluno pode ser, e muitas vezes é, protagonista da própria aprendizagem. Com isso, as tecnologias acessíveis aos alunos dentro e fora da escola podem oferecer a professores e alunos meios e alternativas que possam contribuir e enriquecer o seu processo de aprendizagem.

Podemos perceber nas salas de aulas e corredores das escolas que muitos alunos e professores fazem usos de diferentes dispositivos, equipamentos, linguagens e mídias. O celular é o principal meio para esses acessos. Segundo dados do relatório Cetic.br (2017), 93% dos alunos e 53% dos professores das escolas públicas do país acessam a internet pelo celular.

Frente a esses elementos, apenas 53% dos docentes usaram o celular para atividades escolares. A pesquisa ainda nos revela que desse montante, os professores utilizaram seus celulares para alguma atividade

6. Expressão utilizada para dar nome à nova geração de adolescentes e jovens que com grande habilidade utilizam os polegares para digitar mensagens de texto.

pedagógica com seus alunos conforme nos apresenta a figura 1, logo abaixo.

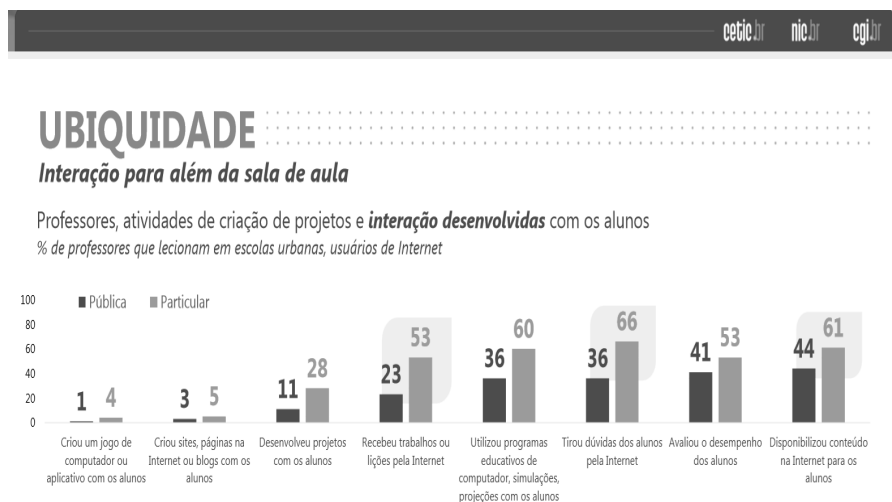


Figura 1. Dados de interação. Recuperado de <https://cetic.br/pesquisa/kids-online/analises>

Diante dos dados apresentados acima, podemos inferir que as atividades pedagógicas não são exclusivas do espaço físico e cronológico da escola. Elas estão presentes também no virtual que possibilita acesso em qualquer lugar e hora permitindo a troca de informação, orientação e conhecimento entre professores e alunos.

Assim, um dos principais desafios do tempo presente é como preparar os professores para construir novos percursos de ensino e aprendizagem pautados em metodologias que possam auxiliar e ressignificar suas práticas amparadas e permeadas pelos diferentes dispositivos considerando os alunos como produtores de conhecimento e de novos percursos formativos, ampliando seu repertório cultural crítico e reflexivo.

Com o objetivo de discutir alguns elementos da sociedade atual, consideramos a convergência midiática como uma mudança nos paradigmas nas relações sociais, culturais e de consumo propõe outra relação e interação com as tecnologias. Para Jenkins (2009, p. 27), convergência é:

fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à co-operação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. [...] consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais [...]

A convergência estabelece um novo jeito de integrar e interagir com diferentes conteúdos disponíveis nas várias plataformas de mídias para que os professores possam usar e explorar com seus alunos de modo a agregar conhecimento contribuindo para uma aprendizagem alinhada com esse tempo tecnológico em que estamos envolvidos.

Moran (2015, p. 14) afirma que “estamos caminhando para uma nova fase de convergência e integração das mídias: tudo começa a integrar-se com tudo, a falar com tudo e com todos”.

Assim, entendemos que a convergência é um processo que permite a fluidez entre as mídias e linguagens possibilitando acesso a diferentes informações e conteúdos que podem colaborar para a estruturação de uma aprendizagem que rompe com a barreira definida para cada mídia e passa a complementar umas com as outras favorecendo que os sujeitos busquem mais conhecimento em múltiplas fontes.

A convergência permite que a escola apresente, proponha, oportunize e incentive diferentes caminhos para uma aprendizagem permeada pela

participação, colaboração, engajamento e interação entre os sujeitos como elementos basilares nessa relação de construção do conhecimento.

Portanto, é nesse contexto da cultura da convergência que está situada a Narrativa Transmídia (NT). É uma prática que as grandes empresas de cinema, televisão e entretenimento encontraram para expandir suas narrativas, explorando o potencial das diferentes mídias extraindo o que há de melhor em cada uma das linguagens exploradas. É uma prática de continuidade, expansão e desdobramento das histórias elaboradas para diferentes plataformas de mídias independentes, mas que se complementam na construção do universo narrado permitindo aos fãs uma experiência com mais conteúdo, informação e elementos acerca da narrativa apresentada.

A essa modalidade de criação, expansão e divulgação das histórias, Gosciola e Versuti (2012, p. 39) destacam a Narrativa Transmídia (NT) como:

um processo de criação, colaboração e distribuição de conteúdo, entendido como uma história expandida, dividida em partes e distribuída em diversas plataformas midiáticas. Ou ainda, como uma história que é iniciada em determinada mídia, utilizando suas características e sua linguagem específica para explorar suas potencialidades ao máximo e que apresenta também possibilidades de expansão narrativa em diferentes mídias.

Diante disso, é possível usar e explorar elementos característicos das criações e construções narrativas que as histórias proporcionam, como o engajamento em situações educacionais. A transmidiação é possível a partir de uma prática de tradução ou travessia entre diferentes sistemas sógnicos, e relaciona-se à capacidade de construção de metáforas, por

meio da aplicação função poética; segundo as características dos signos. A transmidiação traz em si, formas de representação e associações com diferentes matrizes (sonora, visual e verbal) da linguagem e do pensamento (Santaella, 2005) e amplia as oportunidades para os sujeitos desenvolverem uma forma de pensamento gerador/gerativo e reflexivo, construindo conexões entre as diferentes linguagens.

A transmidiação pode também ser concebida uma tática (Certeau, 2009) para auxiliar professores e alunos no processo de ensino-aprendizagem ao propor novos percursos para a expansão do conteúdo didático apresentado em sala de aula. Para este autor, tática se configura como:

[...] a ação calculada que é determinada pela ausência de um próprio. Então nenhuma delimitação de fora lhe fornece a condição de autonomia. A tática não tem meios por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como organiza a lei de uma força estranha. Não tem meios para se manter em si mesma [...] a tática é o movimento “dentro do campo da visão do inimigo” [...] (2009, p. 94).

Para Gosciola e Versuti (2012) a transmidiação é o fenômeno da transição de um conteúdo por diversas mídias explorando o engajamento característico das histórias. Enfim, é o processo que permite a transferência e expansão de uma narrativa para diferentes mídias, sendo elas tecnológicas ou não.

Acreditamos que o professor pode valer-se da transmidiação e propô-la como uma metodologia para ensinar seus conteúdos didáticos alinhando com as linguagens tecnológicas que os alunos gostam e têm acesso. Desse modo, podem promover um engajamento, um envolvimento que motiva e promove a aprendizagem.

Com o intuito de viabilizar aos docentes novos contextos gerativos, para além de aulas expositivas com o uso do projetor de slides, nós propusemos um curso de formação continuada para apresentar e explorar diferentes dispositivos tecnológicos em contextos escolares, e assim, fomentar a expansão de conteúdos para a construção de aprendizagens pautadas na transmediação de conteúdos em diferentes dispositivos (aos quais os alunos, em sua maioria, já têm acesso).

Essa formação propõe aos professores mecanismos de exploração da criatividade dos alunos em diferentes plataformas midiáticas. Por meio das mídias, eles podem elaborar e construir diferentes narrativas sobre os assuntos, transmediar os conteúdos e os temas abordados em sala de aula. O intuito é que os alunos possam criar, expandir e até mesmo traçar o melhor caminho que melhor se ajusta à proposta de construir narrativas e ressignificar os conteúdos apresentados em sala.

Metodologia do Curso

O curso Uso das Ferramentas Digitais para Otimização das Atividades Pedagógicas (UFDOAP) foi pensado a partir da apropriação teórica dos conceitos de convergência digital e de multiletramentos⁷ dentro de uma perspectiva no campo da educação. Desse modo, a proposta de formação continuada de professores da Secretaria de Educação do Distrito Federal (SEDF) para o uso das TDICs em suas atividades pedagógicas se baseou em três princípios básicos:

7. Entendemos como multiletramentos a existência de uma multiplicidade de linguagens nos textos (impressos, digitais, em mídias audiovisuais) que circulam na diversidade cultural. Esses textos são interativos, colaborativos, híbridos em linguagens, mídias e culturas.

- 1) preparar professores para as práticas e usos das TDIC em suas práticas pedagógicas;
- 2) ofertar um curso novo aos professores que fazem formações frequentemente no CRTE e que já realizaram as formações disponíveis até o momento e,
- 3) apresentar os dispositivos selecionados que são explorados pelos alunos e que agregar e contribuir para a aprendizagem.

A proposição do curso, feita por uma formadora do CRTE de Taquatinga, se pautou na metodologia da transmidiação que tem como pressuposto os princípios de engajamento, criatividade e colaboração. Embora o curso tenha um nome que nos remete à uma lógica instrumental da tecnologia, esse não é o nosso foco. A proposta é aproximar os docentes dos dispositivos tecnológicos e suas linguagens para que possam, a partir dessa apropriação, trabalhar a transposição e criação de conteúdos, a elaboração de textos ou narrativas baseadas nos exercícios de transmidiação, além de contribuir para a construção de um processo de ensino menos centrado no professor.

Para que os professores possam pensar a criação de narrativas em diferentes linguagens, a proposição do curso é trabalhar com eles a produção de vídeos, histórias em quadrinhos, tirinhas, imagens, jogos, *quiz* e avatares - por meio de determinados dispositivos selecionados: *Bitmoji*, *Toondoo*, *Kahoot* e *Openshot*. Entendemos que eles podem favorecer a aproximação dos professores com as novas linguagens e assim, estes possam inseri-las em suas práticas pedagógicas de acordo sua necessidade.

Os dispositivos foram escolhidos a partir de critérios que pudessem atender às diferentes características dos equipamentos a que professores

têm acesso em suas escolas e ou no seu acervo pessoal. Também foram pré-requisitos para essa escolha a possibilidade de serem instalados e usados em computadores, *notebook*, *tablet* e *smartphones*.

Para o desenvolvimento da proposta do curso também se pensou nos itens:

- disponibilidade de laboratórios de informática nas escolas;
- uso de *software* livre nos computadores - *Linux* Educacional a partir da versão 5.0;
- gratuidade dos aplicativos, sites e *softwares*;
- acesso a internet;
- compatibilidade de uso entre os *softwares*;
- possibilidade de uso dos dispositivos *off-line*;
- ludicidade;
- facilidade na instalação e manuseio dos aplicativos e *softwares*.

A partir desses critérios e da escolha dos dispositivos o curso foi planejado de forma híbrida com dez aulas presenciais e atividades de Educação à Distância (EAD). A carga horária total é de 90h/a, das quais 30 são presenciais e 60 *online*, com orientação no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) do *Google* - Sala de aula.

Nos encontros presenciais foram promovidas atividades práticas com a finalidade de aproximar os docentes das diferentes linguagens tanto por meio de aplicativos, dispositivos móveis quanto por programas de computadores para que possam pensar possíveis aplicações pedagógicas.

Já o ambiente *online* é utilizado para a disponibilização dos materiais didáticos e de apoio, hospedagem dos trabalhos produzidos, fórum de discussões, além da publicação das atividades *online* e avisos.

A estruturação do curso contou com a participação dos formadores dos CRTes de Taguatinga, Planaltina e Samambaia, que ofertaram turmas. A partir das contribuições dadas a formação (realizada entre os meses de março a maio de 2019) foi estruturada da seguinte forma, tal como ilustra a tabela 1:

Tabela 1.
Distribuição dos conteúdos nas aulas.

Aula	Conteúdo	Aplicativo	Potencialidade	Justificativa
01	Apresentação da proposta do curso	----	Conhecer a proposta do curso	Esclarecer e tirar dúvidas sobre o desenvolvimento do curso.
02	Apresentação, criação, configuração e exploração de HQ e Avatar	 	Permite criar avatar e usar no site para elaborar HQ	gratuito; lúdico; fácil manuseio; pode ser instalado em qualquer <i>smatphone</i> ; site pode acessar da internet.
03	HQ - apresentação e exploração do site www.toondo.com e dos aplicativos	  	Permite criar e editar HQ <i>online</i> . Pode divulgar em outras plataformas (blog, site, email...)	site gratuito e <i>online</i> ; permite fazer download das histórias; permite adicionar arquivos criados no <i>Bitmojie</i> Boomerang

04	Openshot 1 - apresentação, exploração e elaboração de vídeo		Permite a elaboração e edição de vídeos para usar em outras plataformas	<i>software</i> livre; gratuito; não requer conhecimentos técnicos para instalação e exploração; pode inserir diferentes mídias; pode ser instalado nos laboratórios das escolas que têm computador com Linux ou Mint
05	<i>Openshot 2</i> - exploração e elaboração de vídeo autoral			
06	<i>Kahoot 1</i> - apresentação, exploração e elaboração de jogos tipo <i>Quiz</i>		Permite criar jogos, inserir imagens e vídeos elaborados em outras plataformas.	gratuito, pode ser usado no <i>smartphone</i> e no computador; lúdico; dinâmico;
07	<i>Kahoot 2</i> - exploração e elaboração de jogos autoral			
08	<i>Google</i> Apresentação - apresentação, exploração e elaboração de slides		Google Apresentação - permite criar apresentações dinâmica e jogos	gratuito; <i>online</i> ; permite armazenamento em nuvem; criar apresentações dinâmicas; pode acessar por diferentes dispositivos

09	Apresentação dos projetos elaborados pelos cursistas			socialização dos projetos elaborados; oportunidade de fazer contribuições para melhorar o projetos do colega; incentivar e explorar o uso de diferentes dispositivos; expansão de conteúdos por meio de diferentes plataformas e dispositivos.
10	Apresentação dos projetos elaborados pelos cursistas e avaliação do curso	    	Permite que professores elaborem, apliquem e socializem projetos que permitem a utilização dos dispositivos apresentados no curso para a transmidiação de conteúdos	

Elaboração dos autores

A formação foi ofertada para quatro turmas totalizando 43 profissionais inscritos, entre professores, gestores e profissionais da educação. Um dos objetivos foi propiciar aos docentes a familiarização com os dispositivos, para que posteriormente fazer experimentações em sala de aula e que ao final do curso elaborar um projeto-aula contemplando um ou mais dispositivos, entre aqueles apresentados.

Aplicação do Curso

No primeiro encontro os cursistas recebem orientações gerais acerca de conceitos como: convergência, narrativas digitais, transmídia e exercícios de transmidiação. Além disso, são orientados a explorarem os materiais didáticos sobre o assunto disponíveis na plataforma *online*

a exemplo de vídeos, artigos e publicações científicas. O *Google Sala de Aula* foi a plataforma web escolhida para as atividades.

Quanto aos dois encontros seguintes os cursistas trabalham com os avatares a partir do aplicativo *Bitmoji*. Inicialmente são orientados por monitores a instalarem o aplicativo no aparelho celular e explorar suas funcionalidades. Em um segundo momento produzem um avatar com características pessoais e elaboram uma ideia de aplicação pedagógica. Depois de criado, o aplicativo disponibiliza dezenas de *emojis* variados, cada um com uma característica diferente.

Segundo dados divulgados pelas empresas *Apple* e *Google* no final de 2018, o *Bitmoji* está entre os mais populares entre os consumidores. O aplicativo aparece na sexta posição do ranking seguido por *Youtube*, *Instagram*, *Snapchat*, *Messenger* e *Facebook*, porém em 2017 despontou como o mais baixado pelos usuários em seus dispositivos móveis (Alves, 2018).

Para trabalhar a produção das histórias em quadrinhos foi selecionado o *Toondoo*, *software* livre e gratuito. Ele se apresenta em inglês, mas pode ser traduzido para o português ao utilizar o navegador *Chrome*. Sua utilização requer acesso à internet e cadastro com *login*, senha e endereço de email. O recurso apresenta modelos de personagens e cenários já prontos, permitindo também a criação de novos elementos.

Depois de criada, a história em quadrinhos pode ser mantida na conta *online* do *Toondoo* ou salva no computador. Na plataforma é possível trabalhar com composição de imagens diversas, incluindo os avatares criados no *Bitmoji*, e de linguagem auxiliando, portanto, no desenvolvimento do letramento digital do aluno.

[...] para produzir os quadrinhos, o aluno precisa pôr em prática ações relacionadas ao uso das ferramentas do site e elaborar seu texto com a utilização da linguagem dos quadrinhos, o que necessita de conhecer os elementos que a compõe, saber articulá-los para a produção de sentidos (Ferreira, 2018, p. 38).

A aproximação dos docentes da linguagem das histórias em quadrinhos por meio da formação vai ao encontro do que já está previsto na legislação que regulamentam as bases da educação no país. A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) diz que “construir o sentido de histórias em quadrinhos e tirinhas, relacionando imagens e palavras e interpretando recursos gráficos (tipos de balões, de letras, onomatopéias)” é fundamental no processo educativo (Ministério da Educação, 2016, p. 93).

O uso de quadrinhos também é estimulado pelos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs). A indicação é para que nas bibliotecas estejam à disposição dos alunos textos dos mais variados gêneros (livros de contos, romances, jornais, quadrinhos, entre outros). O PCN lista ainda a HQ como um gênero adequado para o trabalho com a linguagem escrita (Corsini, 2014, p. 1).

Além das HQs a formação docente propõe trabalhar com edição de vídeos. Nesse sentido, o *OpenShot* foi escolhido como dispositivo para realização desta atividade. O *software* é um editor de vídeo de código aberto, disponível em *Linux*, *Mac* e *Windows* e que permite criar vídeos, filmes e animações a partir de uma interface com vários recursos.

A ideia do curso ao propor esse dispositivo é a de que os docentes também possam trabalhar com várias linguagens simultaneamente, tais como; áudio, imagem e texto direcionando a produção para o uso

pedagógico. Tais recursos são familiares aos jovens em suas práticas do dia a dia especialmente quanto ao uso dos dispositivos tecnológicos e redes sociais. O passo inicial dos cursistas é se cadastrar no site, conhecer suas ferramentas e posteriormente elaborar um vídeo de até um minuto e compartilhar na sala web.

Acerca da utilização do vídeo com recurso pedagógico Silva (2014, p. 68) cita que alguns professores realizam, em suas escolas, com os alunos, pequenos documentários de curta duração e vídeos de ficção sobre a sua região, mostrando a importância de seu espaço na comunidade permitindo com isso que ela reflita sobre sua vida e o seu mundo. “Com o vídeo digital sendo por celular, máquinas fotográficas e *tablets*, sua produção chega à escola via alunos que desejam experimentar essa linguagem audiovisual possibilitada pela tecnologia” (Silva, 2014, p. 68).

Outro recurso explorado no curso é a realização de *quiz* por meio do aplicativo *Kahoot*, projetado para sondagens e avaliação da aprendizagem. Ele é uma plataforma de aprendizagem interativa baseada em jogos, usada como tecnologia educacional em escolas e outras instituições educacionais se apresentando como possibilidade de diversão o aplicativo se apresenta como possibilidade para estimular o desafio, a curiosidade e o envolvimento dos usuários em experiências que impactem positivamente sua performance.

O *Kahoot* contribui para a gamificação na sala de aula, justamente por possibilitar a utilização dos principais elementos de games, como o estabelecimento de regras claras (tempo determinado para cada questão), *feedbacks* imediatos, pontuação por acerto, competição entre alunos/equipes, além de proporcionar prazer e diversão durante o processo de

ensino e aprendizagem do discente (Silva, Oliveira, Andrade, Sales, & Alves, 2018, p. 789).

O dispositivo, criado em 2013, é gratuito e possui características de um jogo digital, com regras e atribuições de pontuação para os alunos que responderem as perguntas de forma correta e rápida. Para utilizá-lo é necessário realizar um cadastro com o registro do nome, *email* e senha. O aplicativo oferece quatro possibilidades de utilização:

- *Quiz*: para criar perguntas de múltipla escolha, com temporizador em cada uma das perguntas e pontuação em cada uma das respostas;
- *Jumble*: conjunto de perguntas de ordenamento, onde os alunos devem acertar a ordem correta em cada uma das perguntas elaboradas pelo professor;
- *Discussion*: para realização de debates e perguntas abertas; e
- *Survey*: para realização de perguntas com temporizador, sem a atribuição de pontuação nas respostas dadas pelos alunos.

O *quiz* é o mais utilizado por conta da pontuação contabilizada a partir dos acertos e do tempo gasto para responder as questões. A vertente *Quiz* potencializa aulas animadas e competitivas, fomentando aprendizagens significativas nos alunos, por meio da utilização da vertente jogo e da competição oferecido pelo dispositivo, dentro de um contexto educativo (Guimarães, 2015, p. 204).

A maneira mais usual de realizar a atividade utilizando o *Kahoot* é a projeção das questões por meio de um *datashow* para que os estudantes possam simultaneamente responder no celular, no *tablet* ou mesmo nos computadores da escola. Os jogos criados na plataforma podem ser jogados em duplas ou em grupos.

Em decorrência do curso piloto algumas mudanças foram incorporadas à proposta de formação ofertada no semestre seguinte. Entre as alterações está a incorporação de atividades relacionadas à produção de GIFs e *Slides Online*. A nova proposta é fundamentar melhor de maneira prática e teórica a ideia de transposição de conteúdos e expansão das narrativas por meio dos dispositivos tecnológicos, sempre ajustando este processo às necessidades dos docentes. Por essa razão, novos dispositivos poderão ser incluídos ou retirados, de acordo com as demandas.

Considerações Finais

A partir da análise dos portfólios apresentados pelos cursistas e da observação participante do curso, é possível inferir que esta proposta de formação se mostra inovadora por possibilitar a utilização de diferentes dispositivos em contextos de sala de aula com os alunos contemplando a transmediação de conteúdos nas atividades elaboradas e desenvolvidas. Percebe-se também que ele oportuniza o envolvimento nas atividades propostas, a interação e a troca de experiências e o aumento do repertório cultural.

Durante as apresentações de seus projetos, os professores sinalizaram vários caminhos possíveis para o trabalho com os dispositivos. Dentre as questões e possibilidades levantadas estão o trabalho com produção e interpretação de texto, revisão de conteúdos, trabalhos cooperativos, avaliações diagnósticas, estímulo à criatividade, adaptação dos conteúdos às necessidades dos estudantes, descentralização do conhecimento da figura do professor e a realização de ações pedagógicas interdisciplinares.

Um pensamento comum entre os participantes da formação é a necessidade de incorporação do uso das TDIC em sala de aula e a inovação das práticas pedagógicas junto aos alunos nascidos e criados em meio às tecnologias. Além disso, sinalizaram que o contato com os dispositivos os auxiliou a pensar práticas pedagógicas que estimulem os estudantes a se engajarem mais nas atividades escolares e a se verem contemplados dentro do processo de aprendizagem uma vez que fora da escola suas rotinas são pautadas pelos usos das tecnologias.

Outra questão percebida é o desejo de alguns dos docentes em trabalhar a favor desta inclusão tecnológica nas práticas de ensino. Vários cursistas já haviam feito outras formações no próprio CRTE, motivados por uma demanda real que existe na comunidade escolar, porém encontraram dificuldade de implementação por conta da falta de estrutura tecnológica. Nem todas as escolas têm laboratórios funcionando adequadamente bem como internet à disposição e a saída encontrada para isso foi a realização de atividades em casa com auxílio dos pais e de seus respectivos dispositivos eletrônicos ou mesmo a utilização dos equipamentos e internet do professor para a realização das atividades em sala de aula.

Os professores cursistas também atuaram como multiplicadores. Boa parte deles disseminaram as possibilidades de práticas pedagógicas usando a metodologia da transmediação em suas escolas. Nas propostas apresentadas várias envolviam outros docentes e outras disciplinas, foram realizados *quiz* entre mais de uma turma, além disso aplicaram *Quiz* para a equipe pedagógica da escola.

Durante toda a formação houve uma contextualização provocada pelo formador durante as aulas presenciais e proposta no AVA como

atividade. Ele questionava a turma sobre a possibilidade ou não de aplicação desses dispositivos em seus contextos de sala de aula. Muitas vezes apresentava exemplos de possibilidades de uso. Assim, se promovia um diálogo na aula de modo que os professores pudessem refletir, de acordo com sua realidade escolar e de sala de aula e com isso, a turma contribuía para vislumbrar a aplicação dos dispositivos em seus contextos.

Todos os cursistas apresentaram projetos que foram elaborados e aplicados com os alunos e ou com seus pares. Foram muitas socializações e nos relatos e exemplificações apresentados pelos cursistas foi possível observar que os seus alunos gostaram quando da aplicação e das inferências tecnológicas promovidas pelos professores em sala. Além disso, foi sinalizado que estas exemplificações contribuíram para que a proposta da metodologia da transmidiação fosse desenvolvida e aplicada com intencionalidade pedagógica para a expansão do conteúdo curricular e a promoção da aprendizagem.

O aspecto negativo a ser mencionado tanto durante a formação dos professores quanto durante a aplicação em sala com os alunos, diz respeito às questões de infraestrutura dos laboratórios e das escolas. A pouca ou nenhuma disponibilidade de equipamentos a que alunos e professores tinham levado a usar o seu pessoal. A internet estava sempre com velocidade lento dificultando o desempenho de algumas atividades e com isso o formador tinha que tentar outras táticas para desenvolver seu planejamento.

Outro ponto a acrescentar nesta avaliação dos cursistas foi a falta de incentivo por meio de políticas públicas para a formação continuada e de alguns profissionais que ainda consideram os cursos formativos

como um aumento de atividades para serem desenvolvidas em sala de aula e não como ponto positivo e agregador que possa contribuir tanto para o aprimoramento de suas tarefas diárias como para contribuir na própria aprendizagem dos alunos.

Este ponto corrobora os achados de Prado e Lobo da Costa (2016) ao defenderem que a integração dos recursos tecnológicos aos conteúdos da formação requer um processo ativo de construção e reconstrução dos conhecimentos pelos professores a partir da vivência de práticas que levem à apropriação pedagógica das tecnologias durante a formação. Nesse sentido, a demanda pela implementação de iniciativas de formação docente a longo prazo, devem contemplar ciclos de aplicação na prática. Desse modo, propostas de formação continuada como a que foi aplicada e relatada neste texto, podem contribuir sobremaneira para a melhoria das formações continuadas e para a ação dos professores em suas práticas pedagógicas, pois eles aprendem, aplicam e constroem juntos com seus alunos num contexto de colaboração.

Referências

Agamben, G. (2015). *O amigo & o que é um dispositivo*. Chapecó: Argos.

Alves, S. (2018, dezembro 4). Os melhores e mais baixados apps de 2018 para Android e iOS. Recuperado de <https://www.b9.com.br/100623/os-melhores-apps-de-2018-para-android-e-ios/>

Certeau, M. (2009). *A invenção do cotidiano*. (16a ed., E. F. Alves, Trad.). Petrópolis, RJ: Vozes.

- CGI.Br/NIC.Br. (2018). TIC Domicílios. Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. São Paulo: CETIC. Recuperado de https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf
- Corsini, R. (2014). Gibis na Alfabetização. *Revista Educação*. Recuperado de <https://www.revistaeducacao.com.br/gibis-na-alfabetizacao/>
- Ferreira, D. B. (2018). *A multimodalidade nas aulas de língua portuguesa do nono ano: leitura de produção de tirinhas no site Toondoo* (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira.
- Gosciola, V. & Versuti, A. (2012). Narrativa Transmídia e sua Potencialidade Na Educação Aberta. In A. Okada (Ed.), *Open Educational Resources and Social Networks: Co-Learning And Professional Development*. London: Scholio Educational Research & Publishing. Recuperado de http://Oer.Kmi.Open.Ac.Uk/?Page_Id=428
- Guimarães, D. (2015). Kahoot: quizzes, debates e sondagens. In A. A. A. Carvalho (Coord.), *Apps para dispositivos móveis: manual para professores, formadores e bibliotecários*. Brasília: Ministério da Educação, Direção-Geral da Educação.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Kenski, V. M. (2017). *Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação* (8a ed.). Campinas, SP: Papyrus.

- Moran, J. M. (2015). Ensino e aprendizagem inovadores com apoio de tecnologias. In J. M. Moran, M. T. Masseto, & M. A. Behrens (Orgs.), *Novas tecnologias e mediação pedagógica* (21a ed.). Campinas, SP: Papirus.
- Mendes, A. C., Filho, D. A. M., & Gimenes, I. M. de S. (2015). Quem tem mais interesse pelo uso da informática na educação? os professores mais jovens ou os mais velhos? – um estudo correlacional. *Brazilian Journal of Computers In Education*, 23(2).
- Ministério da Educação. (2006). Orientações Curriculares para o Ensino Médio: linguagens, códigos e suas tecnologias. Brasília, DF: MEC.
- Ministério da Educação. (2016). Base Nacional Comum Curricular. Brasília - Educação É A Base. Recuperado de http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf
- Portaria nº 363, de 24 de agosto de 2017. Dispõe sobre organização e funcionamento dos centros de referência em tecnologia educacional, no âmbito da rede pública de ensino do distrito federal, e dá outras providências. Diário oficial do Distrito Federal: Brasília, DF. Recuperado de http://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma/ef27a03fe9254e848a0cf368d1ce7cb3/Portaria_363_24_08_2017.html
- Prado, M. E. B. B. & Lobo da Costa, N. M. (2016). O papel da atividade de programação no processo de construção de conhecimentos para a docência. *Revista e-Curriculum*, 14(3), 898–918.
- Santaella, L. (2005). *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal: aplicações na hipermídia*. São Paulo: Iluminuras e FAPESP.

Serres, M. (2013). Polegarzinha (J. Bastos, Trad.). Rio De Janeiro: Bertrand Brasil.

Silva, J. P. (2014). *A produção de vídeo estudantil na prática docente: uma forma de ensinar* (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

Silva, J., Oliveira, R., Andrade, M., Sales, G., & Alves, F. (2018). Tecnologias digitais e metodologias ativas na escola: o contributo do Kahoot para gamificar a sala de aula. *Revista Thema*, 15(2).

PARTE 4

NOVOS TERRITÓRIOS TRANSMIDIÁTICOS

Design Transmídia: especificidades e Potencialidades

André Luiz Sens

A popularidade de mundos narrativos multimidiáticos como Star Wars, Mickey Mouse, Harry Potter sinalizam um fenômeno tratado por Kinder (1991) como “supersistemas comerciais de intertextualidade transmídia”, aos quais compreendem histórias que transcendem os limites de uma única plataforma, estabelecendo conexões com outros textos em diferentes meios, sejam estes desenvolvidos pelas instituições responsáveis pela autoria, como também os coproduzidos pelo público, através da decodificação, remixagem, compartilhamento e criação de conteúdos.

O conceito de transmídia, a partir de então e especialmente após a aderência da expressão “*transmedia storytelling*” desenvolvida por Jenkins (2001, 2003, 2006, 2009), passa a designar produtos, práticas e processos envolvendo histórias que são expandidas através de variadas plataformas midiáticas, seja através de ações estratégicas de mercado, ou espontaneamente por parte dos consumidores. Compreendem desde os ARGs (jogos de realidade alternada), como “The Beast” (2001), até os complexos sistemas de franquia, como “Matrix” (1999).

Essa transmidialidade, no entanto, apresenta domínios que transcendem questões estritamente técnicas ou textuais. Envolve também o papel expressivo do design, ao tratar de diferentes e complexas instâncias interfaciais, com seus diversos atores, plataformas e mercados. Da mesma forma que é possível perceber que essa atuação é, de certa maneira, reconfigurada, a partir da redefinição de alguns paradigmas conceituais amplamente arraigados, tais como a onipresença da visibilidade, a relação hierárquica de produção e consumo e a existência de resultados definitivamente acabados.

Diante dessas questões, parece relevante investigar como a ideia de um design transmídia está sendo construída, não apenas para a definição dos limites de seus domínios, mas também na valorização de suas potencialidades. Esse texto visa, portanto, analisar, de maneira exploratória, a proposição de modelos ou *frameworks* de análise e/ou criação de design em projetos transmídia, de modo a identificar abordagens e critérios específicos.

Do Design ao Design Transmídia

Concepção, projeto, configuração, esquema, construção, plano, propósito... Como verbo ou substantivo, o termo de origem inglesa “*design*” apontam, de modo geral, a ideia de uma formalização da concepção intelectual (Flusser, 2007), seja relacionado ao processo conceutivo ou ao fruto desse processo. Ao tratar do design de um livro, por exemplo, é possível que se esteja considerando tanto a forma do livro em si (aspectos comunicacionais e estéticos), como a maneira sobre como o artefato editorial foi concebido (considerações metodológicas,

mercadológicas e técnicas). Há ainda um terceiro viés que o compreende como o resultado da soma de ambos os conceitos, conforme apresentado perspicazmente por Saffer (2006) na expressão “*design is to design a design to produce a design*”.

Entretanto, é possível detectar dentro de cada uma dessas abordagens preocupações em arregimentar propriedades que não resultem a uma banalização em torno da visualidade, cosmetividade, superficialidade e efemeridade que o termo passou a assumir ao longo dos anos (Heskett, 2008; Bonsiepe, 2011). Isto é, sob essa lógica, nem todos os processos e/ou produtos de design, mesmo envolvendo algum domínio mental, são, ou deveriam ser, considerados como integrantes ao campo do design.

Dentro da perspectiva procedimental do design, esse esforço em torno dessa distinção é perceptível desde a introdução do termo designer no contexto da industrialização a partir do século 17, a fim de destacar a separação dos processos de criação intelectual dos meramente operacionais. O design estaria, portanto, associado à ação ou ao ofício de dar forma material, projetar modelos e/ou planificar esboços a partir de conceitos e de acordo com as limitações impostas pela mecanização e serialização da produção (Cardoso, 2008).

Contudo, em função da modificação das dinâmicas industriais e mercadológicas, essa especificação do design no cenário do processo produtivo se tornou insuficiente para tratar de algumas questões emergentes, tais como a customização e a individualização dos artefatos, a acessibilidade dos usuários aos processos produtivos e a ênfase sobre a experiência de uso e consumo de serviços. Dessa forma, outros critérios passaram a ser incorporados dentro do discurso do design,

relacionadas a experimentação, flexibilidade, minúcia, adaptação e ética, além evidentemente da significação e estética (Latour, 2014). A própria ideia do “*design thinking*”, popularizada por Brown (2009) e Cross (2011), reforça essa distinção mais sofisticada dos processos de design, ao abordar a existência de uma forma de pensar própria do designer, mais abduativa, empática e sistemática, que o distingue de outros tipos de projetista.

Essa distinção conceitual do design também se manifesta no viés associado ao resultado projetual. O critério de um produto considerado de design não perpassa mais por sua capacidade de serialização e reprodutibilidade, mas na maneira como eles se apresentam e se relacionam com o usuário ou com o consumidor final. Em outras palavras, o design, segundo Tschimmel (2010) se estabelece como uma “configuração de interface”. Somado a isso, há uma compreensão de que essas conformações devem atender a resolução de problemas (Löbach, 2001) e produzir qualidades funcionais e experienciais aos artefatos que resultem em benefícios aos *stakeholders* envolvidos (Shim, 2016).

Considerando qualquer uma de suas dimensões conceituais, não restam dúvidas sobre a participação do design em um projeto transmídia, tanto no processo de concepção, como nos seus resultados. Afinal, é possível perceber nesses sistemas diversas oportunidades e estratégias mercadológicas, comunicacionais e estéticas de atuação sobre os conteúdos narrativos de modo a atender a diferentes mídias e públicos.

Por outro lado, a transmidialidade apresenta algumas particularidades que revisitam e redefinem algumas dessas características do design, ao borrar os limites entre a produção e o consumo, bem como entre o processo (*storytelling*) e o produto (narrativa). Nem a atribuída

perspectiva majoritariamente visual (Heskett, 1985) se sustenta em virtude da necessidade de um enfoque multimodal (Norman, 2010) aos complexos arranjos presentes em mundos narrativos multimidiáticos.

Em função desses aspectos, é plausível o desenvolvimento da ideia de um design transmídia, aprofundando inclusive abordagens iniciadas por autores como Norman (2010) e Laurel (2013), que demonstre não só a pertinência do design nas práticas e processos de transmidiação, como o contrário.

Dessa maneira, é possível aplicar a definição de Cardoso (2013) sobre o design como as instâncias de interface que atuam na fluidez de sistemas, especialmente em cenários de alta complexidade. Soma-se a isso ao discurso de Gambarato (2012), que considera as narrativas transmídia como supersistemas complexos, formados por sistemas (histórias, plataformas, experiências) e subsistemas (personagens, cenários, tempos, gêneros, no sistema das histórias). E que envolvem também, conforme também sinalizado pela autora, adaptações ao meio ambiente (assim como qualquer sistema), formado pela comunidade de pessoas que compartilham interesses comuns relacionados a determinado mundo narrativo. Um cenário que não só torna imprevisível o desenvolvimento das histórias, mas que ainda permite estabelecer uma longevidade dessas estruturas narrativas ao longo do tempo.

Assim, o conceito de design transmídia poderia se relacionar justamente a essas instâncias interfaciais que permitem uma integração fluida entre os vários sistemas que compõem o mundo narrativo multimidiático, ou contribuem para os processos associados a sua interpretação, construção ou manutenção.

Algumas Abordagens em Design Transmídia

Dentre as abordagens que reforçam essa definição está o *framework* de Stackelberg (2011), ao propor um “plano passo-a-passo universal” dividido em 4 níveis de tarefas de design (figura 1): (a) nível de projeto transmídia, (b) nível de mundo narrativo, nível de história e (c) nível de cena ou sequência. Com exceção das pertencentes ao nível de projeto transmídia, as demais tarefas são subdivididas em três tipos de design: (a) design narrativo, que trata do design dos elementos da história; (b) design de interação, que se concentra na interação física e navegação dos usuários nas interfaces; E (c) design do engajamento do usuário, que explora os aspectos relacionados ao envolvimento e a participação dos usuários na narrativa.



Figura 1. Tarefas de design, de Stackelberg (2011)

Essas perspectivas de design transmídia propostas por Stackelberg (2011) se mostram significativas ao salientar as diferentes abordagens de atuação sobre as interfaces dos sistemas e subsistemas de um projeto transmidiático.

Entretanto, um dos pontos delicados de seu *framework* é a inclusão do design narrativo dentre esses papéis, que envolve, em seu entendimento, a criação textual a partir de princípios associados a narratologia e ao *storytelling* (arcos, arquétipos, jornada do herói e outros.). Porém, o desenvolvimento do conteúdo não costuma ser contemplado no escopo do design, que concentra-se geralmente apenas na sua configuração estético-formal. Ao considerar, por exemplo, o design de uma publicação impressa ou uma interface web, dificilmente atribuímos a figura do designer a responsabilidade pela criação dos relatos textuais neles contidos, mas na aparência, organização e editoração desses textos. Ademais, existem instâncias em uma narrativa transmídia, principalmente no cenário digital, que sequer há o conteúdo textual. Apenas espaços, lacunas ou formulários, estes sim usualmente de responsabilidade do design, destinados justamente a fomentar a contribuição do público.

Essa visão, tanto de organização, a partir de estruturas ou mapas visuais de fluxo de navegação, como na criação dos elementos da história em si (tempos, espaços e personagens) também é compartilhada por Gambarato (2013) e explícito em sua proposta de critérios para o design de projetos transmídia, definidos em: (a) Premissa e propósito: objetivos, motivos e especificidades do projeto; (b) Narrativa: descrição dos processos, participantes, estados, eventos, ações, tempos, espaços e referências dêiticas; (c) Construção de mundo: desenvolvimento das propriedades do mundo narrativo (ficcional, real ou híbrido) e seus possíveis desdobramentos ou expansões; (d) Personagens: caracterização e consistência entre as expansões; (e) Extensões: especificações das possibilidades de expansão do mundo e suas inter-relações; (f) Plataforma midiática e Gêneros: indicação das mídias e linguagens; (g) Audiência

e Mercado: análise de público-alvo e modelo de negócio; (h) Engajamento: possibilidades e perspectivas de interação ou contribuição das audiências; (i) Estrutura: arranjos dos elementos constitutivos através de mapas; e (j) Estética: definição dos estilos e componentes visuais e sonoros.

Sua abordagem sobre o design, contudo, se concentra no viés processual, pois considera a utilização de suas diretrizes dentro dos procedimentos metodológicos do *design thinking*, isto é, na ideação, construção e execução de narrativas transmídia. Entretanto, seus critérios perpassam também por pontos que contemplam questões associadas ao design como produto ou interface, tais como estética e engajamento.

Com componentes similares aos abordados por Stackelberg (2011) e Gambarato (2015), Cíncia (2015), em seu “*framework* de design transmídia”, propõe diretrizes que contribuam para análise, desenvolvimento e gestão de sistemas narrativos multimidiáticos. Estruturado de forma infográfica (figura 2), contempla os seguintes elementos: mundo narrativo, conteúdo, mídia, engajamento e contexto. O mundo narrativo é definido como o “coração” do projeto. Caracteriza-se como um modelo dinâmico e expansível e considera como critérios de análise: a definição do tipo de mundo (real, ficcional ou híbrido), dos espaços temporais e geográficos da narrativa, da linguagem utilizada, das regras administrativas e das possibilidades estruturais de expansão. Conteúdo, mídia e engajamento são os elementos que “envolvem” o mundo narrativo. O conteúdo se refere aos componentes da narrativa: história, cenários, personagens, estilo, tom, eventos, etc. Em mídia, são definidas as estruturas transmidiáticas (*portmanteau*, franquia e complexa) e os canais de comunicação utilizados, incluindo suas características,

funções, dispositivos, linguagens e estratégias. O engajamento trata da participação do público que contribui para a expansão da narrativa. E, por fim, o contexto, que “engloba” os demais componentes, está relacionado a definição dos objetivos, estratégias e profissionais envolvidos.

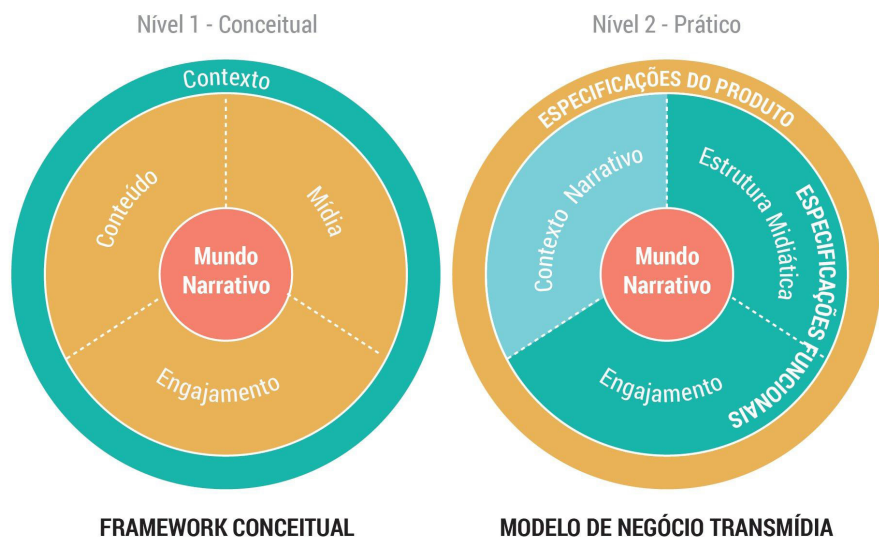


Figura 2. Framework de design transmídia, de Ciancia (2015)

Contudo, sua proposta avança para além de um *framework* conceitual, que é adaptado para um modelo de negócio transmídia. O design transmídia é posicionado, portanto, também como um produto mercadológico, em que os aspectos de mídia (redesignado como “estrutura midiática”) e engajamento caracterizam as “especificações funcionais” e contemplam: objetivo do projeto, público-alvo, estratégias, seleção das mídias, estrutura midiática do projeto, *entry-points*, modalidades de interação, tipo de desafios, *call-to-actions*, etc. O conteúdo é adaptado

para “contexto narrativo” e compreende a definição dos itens: linha narrativa principal, ponto da trama, direção de arte, etc. Já o contexto fundamenta as “especificações de produto” que referem-se a: estratégias de construção de audiência, gerenciamento das comunidades, modelo de negócio, orçamento, equipe, tempo de produção, comunicação, etc.

Neste modelo de negócio, inclusive, fica mais explícita uma distinção do contexto narrativo das especificações funcionais, sugerindo a ideia de que a responsabilidade do design estaria associada a análise dos componentes narrativos existentes e a definição dos aspectos interfaciais correspondentes.

Nesse sentido que avança Sens (2017) no *framework* conceitual de seu “sistema TRADE” (figura 3), ao entender que a participação do design transmídia concentra-se nos aspectos de formalização ou articulação comunicacional, estética e mercadológica, associados às práticas de transmidiação, envolvendo tanto a parte procedimental e analítica, quanto os resultados.

Contempla, portanto, a configuração multissensorial das interfaces entre os sistemas que compõem um mundo narrativo multimidiático, bem como a análise dos elementos viabilizadores a essas interações. Considera-se assim as seguintes abordagens: (a) Industrial e mercadológica: elementos responsáveis pela viabilização e sustentabilidade técnica e econômica das interações de consumo e produção de um projeto transmídia (objetivos, atores, recursos e plataformas) ; (b) Informacional e comunicacional: configurações de interface que contribuem para a qualidade informacional e comunicacional das conexões e mensagens que constituem o mundo narrativo, principalmente no que se refere à eficiência da navegação dos atores entre os espaços midiáticos (localiza-

ção, consistência, conexão e responsividade); (c) Estética e experiencial: oportunidades e mecanismos estéticos e multissensoriais presentes na interface que definem possibilidades experienciais relacionadas à construção e percepção de um mundo narrativo (participação, engajamento, imersão e mapeamento).

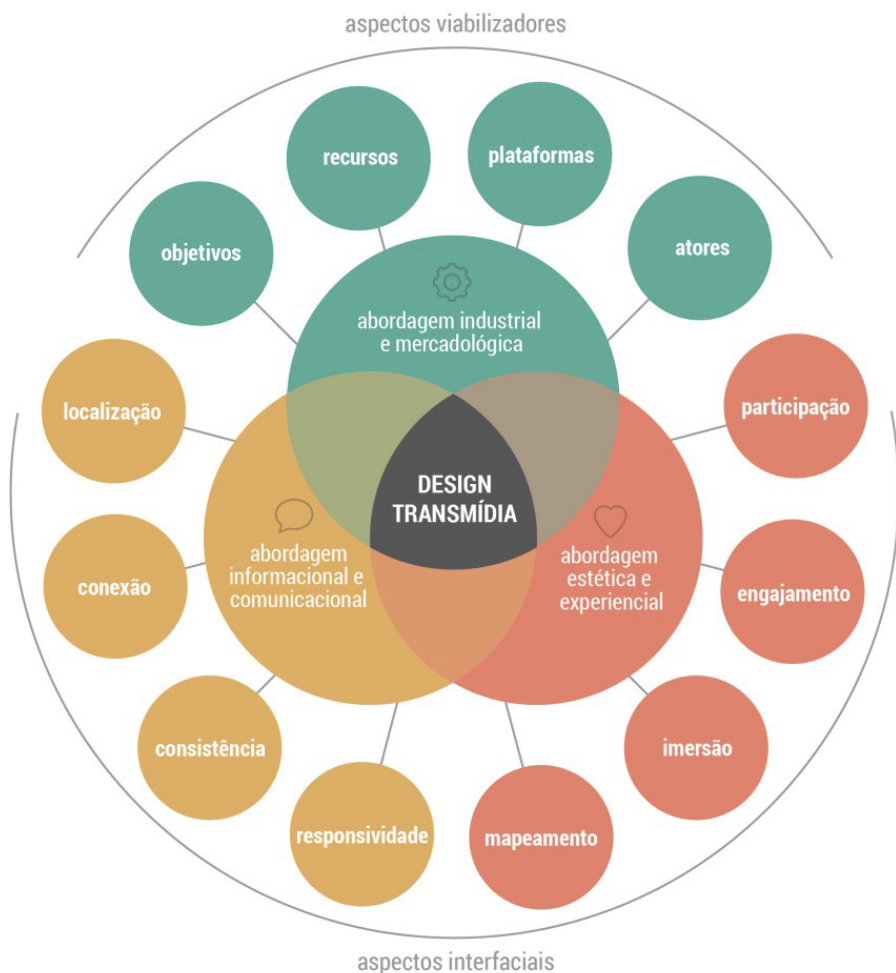


Figura 3. Framework conceitual do sistema TRADE, de Sens (2017)

Considerações Finais

Conforme verificado nas proposições desses autores, é possível identificar diversos componentes em comum, o que favorece uma arregimentação do domínio do design transmídia, especialmente no que tange as instâncias interfaciais associadas a gestão, função e experiência dos processos e produtos de um mundo narrativo.

Contudo, um dos principais desafios que emergem nessa associação do design com a transmidialidade é o seu envolvimento na construção do objeto narrativo. A criação de um roteiro cinematográfico, de um romance literário ou de uma notícia jornalística dificilmente está relacionada ao trabalho de um designer, mas a outros profissionais e/ou atores sociais que lidam com o processo de concepção e contação de histórias.

É possível pontuar, porém, que essa condição não invalida a possibilidade da contribuição narrativa do design, não só na criação de novos textos, considerando a condição borrada na hierarquia das relações de consumo e produção deste cenário, como também na forma como as histórias são articuladas de modo a gerar novos significados e, portanto, agregar outras camadas narrativas. Uma evidência está em como a fotografia, a montagem e a sonoplastia de um filme influenciam no modo como seu roteiro é explorado e apresentado.

De todo modo, cabe salientar que não se trata apenas de sistemas narrativos engendrados por roteiristas e arquitetados por designers *a priori*, mas organismos dinâmicos em expansão contínua e manutenção constante por parte dos atores envolvidos. Nesse contexto que reside um dos principais papéis do design transmídia, que é de oportunizar e estimular a entrada de novos agentes e conteúdos a esses universos

multimidiáticos, ao mesmo tempo gerenciar e, a medida do possível, organizar, facilitar ou otimizar as interações desenvolvidas a partir da emergência de novos componentes.

Referências

- Bonsiepe, G. (2011). *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Edgard Blucher.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: Harper Business.
- Cardoso, R. (2008). *Um introdução a história do Design* (3rd ed.). São Paulo: Edgard Blucher.
- Cardoso, R. (2013). *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify.
- Ciancia, M. (2015). *Transmedia Design Framework: Un approccio design-oriented alla Transmedia Practice* (Dottorato di Ricerca In Design). Politecnico di Milano, Itália.
- Cross, N. (2011). *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. Londres: Bloomsbury Academic.
- Flusser, V. (2007). *O mundo codificado*. São Paulo: Cosacnaify.
- Gambarato, R. R. (2012). Signs, Systems and Complexity of Transmedia Storytelling. *Estudos em Comunicação*, 69-83.

- Gambarato, R. R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. *Baltic Screen Media Review* 2013, 81-100.
- Heskett, J. (1985). *Industrial Design (World of Art)*. Nova York: Oxford University Press.
- Heskett, J. (2005). *Design: A Very Short Introduction*. Nova York: Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2001). *Convergence? I Diverge*. Recuperado de <https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge>
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia storytelling: moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. Recuperado de <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. Nova Iorque: New York University.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Califórnia: University Of California Press,.

- Latour, B. (2014). Um Prometeu cauteloso?: alguns passos rumo a uma filosofia do design (com especial atenção a Peter Sloterdijk). *Agitprop: revista brasileira de design*, 6(58), 1-21.
- Laurel, B. (2013). *Computers as theatre*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Co.
- Löbach, B. (2001). *Design Industrial: bases para a configuração de produtos industriais*. São Paulo: Blucher.
- Norman, D. A. (2010). The Transmedia Design Challenge: Technology that is Pleasurable and Satisfying. *Interactions - Tangible Interaction = Form + Computing*, 17(1), 12-15.
- Saffer, D. (2006). *Designing for Interaction: Creating Smart Applications and Clever Devices (Voices That Matter)*. Berkeley: New Riders.
- Sens, A. L. (2017). *Design transmídia: um sistema para análise e criação das interfaces de mundos narrativos multimidiáticos* (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, SC, Brasil. Recuperado de <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/187564>
- Shim, S. (2016). *What Is ID?* Recuperado de <http://www.idsa.org/events/what-id>
- Tchimmel, K. C. (2010). *Sapiens e Demens no pensamento criativo do design* (Tese de Doutorado). Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro.

Stackelberg, P. (2011). *Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media (School Of Information Design And Technology)*. Institute Of Technology, State University Of New York.

Oficios Creativos: Narrativa Transmedia y Antropología Visual

Mariana Xochiquétzal Rivera García

La Antropología Visual en la Era Digital y Transmedia

En este artículo nos enfocaremos por un lado en comprender las narrativas transmedia y su relación con el trabajo antropológico, y por el otro, compartir el proceso de creación de una narrativa transmedia en el marco de una investigación en antropología visual sobre oficios urbanos en la Ciudad de México.

En este texto, más que dar respuestas, se proponen una serie de preguntas sobre las cuales estimular una futura reflexión en torno a la implementación de nuevas tecnologías y formas narrativas para el estudio antropológico.

El sendero que propongo para este viaje de investigación, implica un andar creativo que al mismo tiempo que sugiere la reflexión teórica, implica un tratamiento etnográfico y una metodología participativa que este proyecto transmedia requiere de mí como investigadora, pues tengo la intuición de que aquello que llamamos creatividad, es sin duda un hilo generador de estímulos que interconectan sentidos, significados, experiencias, conocimientos y habilidades, que tienen la capacidad de

transformar nuestras motivaciones y formas de comprender y habitar el mundo.

El análisis de la historia de la antropología visual, nos lleva a reflexionar sobre el giro en las preguntas antropológicas y por supuesto a cuestionarnos de qué forma la tecnología influye en los modos en que hacemos etnografía y hasta qué punto determina las formas de relacionamiento y acercamiento al mundo social. Además de que también nos hace pensar en cómo se construye y difunde el conocimiento a partir de la innovación tecnológica.

Cuando la disciplina antropológica integra por primera vez la cámara fotográfica en la práctica etnográfica a finales del siglo XIX, pretendía en un primer momento separar el arte (disciplina asociada a la subjetividad), de la ciencia (disciplina asociada a la objetividad), sin embargo, pronto se dieron cuenta los antropólogos, que esta división no tenía fundamento y que la una no podía escapar a la otra, así que lejos de renegar de estas posibilidades, rápidamente la imagen y la etnografía se fueron considerando también dentro del campo del arte y esto a su vez amplió los horizontes de acción y reflexión de lo que ahora conocemos como antropología visual (Piault, 2002).

De esta forma, la reflexión en torno a la imagen se torna un paradigma antropológico en tanto que cuestiona la objetividad que se pretendía obtener a través de la captura fotográfica, la cual argumentaba una representación “objetiva” de la realidad, sin embargo y afortunadamente, la imagen dio pie a interesantes cuestionamientos en torno a la representación, la autoridad etnográfica, las relaciones de poder y dominación. Por esta razón, la antropología visual como disciplina se volvió importante no sólo por la producción de imágenes sino por la

serie de relaciones nuevas que se establecían con los sujetos a partir del uso de la imagen para representar sociedades, así como el desarrollo y comprensión de un lenguaje distinto para poder comunicar de manera visual. En su momento Margaret Mead formuló acertadamente la encrucijada: “La antropología visual en una disciplina de palabras” (Hocking, 1975).

Acerca del primado de la palabra sobre cualquier otro registro etnográfico, son muchas las escrituras que se han establecido. Y al parecer no podemos liberarnos de ellas -las palabras- para dar cuenta de los prejuicios, malos entendidos y equívocos que han rodeado a la antropología visual. Pero tal vez se trate de los equívocos que circulan en ese espacio ambiguo de la imagen y la palabra. (Guigou, 2001, p. 123).

Este planteamiento sigue siendo vigente en la antropología contemporánea, pero ahora desde la era digital, el internet y los nuevos medios que nos hacen reformular las preguntas antropológicas, no sólo en torno a la imagen, sino a una serie de recursos tecnológicos que cada vez se hacen más apremiante conocer y ponerlos al servicio del conocimiento antropológico, sin que con esto se desechen todas las posibilidades de relación entre el *on y off line* de las relaciones humanas.

Sin embargo, no todo es romanticismo en las relaciones digitales con las sociales, y estas a su vez con las “científicas”, ha sido un proceso con distintos matices y panoramas que ha planteado cada momento histórico de acuerdo al desarrollo tecnológico.

Las posibilidades que el internet ha dado a la antropología son infinitas, tanto, que apenas podemos ver un poco de su alcance y repercusión en el ámbito social y cultural.

La relación que el investigador establece ya no es exclusivamente con los sujetos de la sociedad que estudia, sino también con un “usuario” que va a interactuar con el contenido de una investigación. Esta parte que se refiere a la interacción, puede ser concebida como una suerte de antropología colaborativa, aunque ésta sea de forma virtual.

Si bien las narrativas transmedia suceden más allá de lo tecnológico o digital y se relacionan con otro tipo de plataformas y relatos que no necesariamente tienen una base hipertextual, para este artículo nos centraremos en conocer la potencialidad de la narrativa transmedia en su relación con el internet como su principal medio de creación y difusión, pero dejamos claro que lo transmedia no se reduce exclusivamente a este ámbito, sino en la combinación de lenguajes y relatos, contenidos y plataformas con los que el consumidor interactúa análoga o digitalmente.

¿Qué es entonces una narrativa transmedia? El concepto (transmedia storytelling) fue acuñado por el investigador estadounidense Henry Jenkins en un artículo publicado en el 2003 por la revista *Technology Review*, (Scolari, 2014), quien lo define como un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas y donde el usuario interactúa con el universo narrativo, creando su propia experiencia.

Para el caso que se expone en este trabajo, entendemos el término transmedia como el paso que se da en las nuevas formas de comunicación digital en el que el documental tradicional evoluciona hacia el llamado documental interactivo que es un tipo de relato o narrativa de base hipertextual donde el consumidor (antes observador o espectador) tiene ahora la posibilidad de navegar en una red de textos, fotos, videos, ilustraciones, registros de audio, entre otros, para interactuar con los

contenidos. En otras palabras, es una forma de contar historias alrededor de un mismo universo narrativo, donde el contenido puede atravesar diversas plataformas interconectadas.

Esto representa para la antropología, una forma de socializar los productos de una investigación, da la posibilidad de combinar formatos de forma creativa y dinámica, de manera que el resultado pueda tener consecuencias de impacto social o bien resultar en colaboraciones, buscando ante todo la complicidad con los usuarios.

En este sentido, las narrativas transmedia buscan integrar áreas creativas, pero también científicas que puedan combinarse en la búsqueda de formas alternativas de intervenir y representar la realidad. Por esta razón, creo que como antropólogos podemos realmente beneficiarnos de este formato narrativo.

La narrativa transmedia también puede comprenderse de forma análoga a un tejido donde se interconectan ideas, conceptos, emociones, y no únicamente hipertextos digitales. Es una forma que aplica no sólo a términos tecnológicos sino sobre todo a la forma en la que opera la mente humana.

Vannevar Bush, físico, asesor científico del presidente Roosevelt, en 1945, publicó en la revista *Atlantic Monthly* un artículo titulado “As we may think”, en el que describía el Memex (MEMory EXtender) como un sistema basado en microfichas que organiza la información igual que la mente humana a través del almacenamiento de documentos conectados entre sí. Bush afirmaba que la mente humana opera por asociación de conformidad con alguna intrincada red de caminos creada por las células del cerebro y que el Memex funcionaba a semejanza y como extensión de la memoria humana. Esta idea no llegó a desarrollarse, pero la teoría sobre la que reposa se encuentra en la base de los pioneros del hipertexto (Bellido, 2008, p. 38).

Decidí incursionar en lo transmedia porque generalmente he sentido que la palabra escrita como medio primordial que tiene la antropología para difundir su conocimiento no me resulta suficiente, fue por ello que me acerqué a la antropología visual en la búsqueda de otras formas de contar y compartir experiencias etnográficas. Es así que esta disciplina me ha permitido desarrollar metodologías creativas para la comprensión de un universo social y cultural, que por sobretodo me ha dado la oportunidad de establecer cierto tipo de relacionamiento con las personas a partir de plantear proyectos colaborativos, lo cual resulta mucho más enriquecedor para el trabajo de investigación porque necesariamente te exige una complicidad con las personas, además de tener una aplicación más real y próxima a la realidad.

A este tipo de metodologías y área de conocimiento se le ha denominado antropología visual aplicada, que es un término que utiliza Sarah Pink para describir la necesidad de desarrollar metodologías innovadoras. Esto significa un cambio en la idea de que la antropología se define por su método –que implica observación participante por periodos prolongados- para poder redefinir la antropología visual como un tipo de enfoque, un paradigma o un conjunto de ideas que informan nuestro entendimiento (Pink, 2006, p. 10).

Con la integración de tecnologías, prácticas y áreas de conocimiento, la antropología se vuelve hoy en día una valiosa disciplina que tiene un cometido ético y de gran responsabilidad frente a las sociedades que estudia. En esta búsqueda, ha surgido una antropología visual aplicada que interviene y transforma la realidad.

Al respecto, la antropóloga Ana María Pérez, autodidacta en su formación como antropóloga visual, y quien ha recurrido a esta disciplina

de forma pedagógica en proyectos de investigación social con estudiantes de comunicación en la Universidad de Valencia, explica que la antropología visual aplicada significa en gran medida pactar, y “pactar es negociar significados y conjuntar intersubjetividades” (Pérez, 2009, p. 5). Enfatiza también en la importancia del trabajo en grupo, pues es difícil hacer antropología visual de manera solitaria y aislada, casi siempre es necesaria la integración de subjetividades y conocimientos que aportan ideas y posturas distintas. Propone el concepto de cre(ac)ción artística y visual, aludiendo con este juego de palabras, el vínculo que tiene la creación con la acción social que la antropología visual aplicada busca activar en las colectividades.

Por su parte, Sarah Pink (2014) añade a lo anterior, que la antropología visual aplicada se propone crear nuevas metodologías para proyectos de intervención social que estén diseñados de acuerdo a las necesidades de las comunidades.

En resumen, la antropología visual aplicada retoma la importancia de la acción- participación en la etnografía y el papel activo que los antropólogos tenemos en campo. Si bien este planteamiento aplicado a lo transmedia pudiera parecer que contradice la idea de un trabajo colaborativo, por uno que está mediado por una pantalla, pienso que la colaboración puede ocupar ambos espacios de acción, el físico, pero también el virtual donde actualmente se sitúa gran parte de la “interacción” humana.

Los directores de documentales interactivos, como los antropólogos visuales, podemos beneficiarnos de la exploración y la unión de los dispositivos para generar imágenes con los formatos narrativos multilineales. Rompiendo las limitantes y uniendo las potencialidades de los formatos con los que trabajamos habitualmente (Chávez, 2014, p. 12).

En este sentido, las narrativas que se desarrollan en conjunto con la tecnología nos darán siempre una pauta importante para pensar nuestra disciplina en una evolución que va directamente proporcional a la transformación de los medios de comunicación y la tecnología implicada.

Concluyo este apartado con la hipótesis de que el involucramiento de la tecnología en la investigación antropológica, presupone el establecimiento de nuevas formas de relacionamiento y colaboración entre el antropólogo y los sujetos involucrados. En este sentido, el trabajo antropológico que aquí proponemos a partir de la narrativa transmedia se ve enriquecido por otras disciplinas, en este caso la programación web, el cine documental, la construcción sonora, el diseño gráfico y el arte visual.

La narrativa transmedia es una forma de hacer investigación y puede considerarse como un proceso creativo donde la información se va construyendo, modificando, ampliando y enriqueciendo constantemente. Cuando la narrativa transmedia se sucede en el ámbito virtual, es a partir de una base de datos edificada con algoritmos que se pueden generar contenidos que contribuyan a la mejor sistematización del conocimiento producido y a la descripción de un contexto más próximo y certero a la realidad que se busca representar¹.

La narrativa transmedia incentiva al investigador a estructurar la información obtenida de una forma más lúdica, dinámica y no lineal, extendiendo la relación social que se establece en la investigación, a otros dominios como lo son los usuarios.

1. Cabe destacar que en la actualidad las narrativas transmedia están proliferando sobre todo en áreas de vinculación social, activismo y periodismo, justamente para abordar temas como la violencia, la guerra, así como estrategias de resistencia que hacen frente a estas situaciones.

Sumado a lo anterior, la narrativa transmedia permite construir una realidad común desde la cual analizar procesos, cambios y continuidades sociales.

El Papel del Patrimonio Cultural: un Inventario Transmedia sobre los Oficios Urbanos

El proyecto transmedia que me encuentro desarrollando con relación al estudio de los oficios urbanos en un pueblo de la Ciudad de México, pretende contribuir al estudio del patrimonio cultural, preguntándonos cómo la antropología visual y los nuevos medios, pueden apoyar a problematizar la noción de patrimonio en función de la tecnología y cómo ponerla al servicio de la comunidad.

Si bien el patrimonio cultural ha sido ampliamente estudiado y debatido, actualmente se le suman nuevas circunstancias que van haciendo insuficiente una definición única y estática.

El acercamiento al tema desde otros enfoques disciplinarios y con nuevas herramientas conceptuales empezó a cambiar la orientación técnica predominante en su tratamiento, para ampliarse no sólo la profundidad teórica en el análisis y la definición misma de patrimonio, sino también los tópicos de interés, como son la percepción y usos diversos de los bienes culturales. Cuando los estudios dejaron de centrarse exclusivamente en el sentido interno de los objetos o bienes culturales, y pasaron a ocuparse de sus procesos de producción y circulación social, tanto como de los significados que diferentes receptores le atribuyen, la noción de patrimonio como acervo resultó inoperante (Mantecón, 1998, p. 4).

Otro aporte importante al estudio del patrimonio desde la antropología, lo hace Enrique Florescano (1993), quien explica que el patrimonio

cultural no es algo dado en sí mismo, sino una construcción histórica que designa qué elementos van a representar de manera “oficial” -de forma institucional- a una cultura. Esta construcción responde a intereses políticos y económicos que determinan los grupos de poder.

¿Qué implica comprender el patrimonio además de como una construcción histórica, como un proceso social que involucra las formas de comunicación, expresión y difusión que se apoyan en la tecnología? Estudiar el patrimonio cultural en cada contexto y tiempo histórico ubicando estas transformaciones, siempre será clave en el trabajo antropológico para poder comprender de mejor manera el presente y poder leer entre líneas (como también lo hace la narrativa transmedia), una serie de situaciones que nos permiten estudiar críticamente las estructuras sociales y culturales que van determinando quién, cómo, qué y para qué sirve el patrimonio cultural.

Según Guillermo Bonfil Batalla, “no hay patrimonio cultural común a todos los mexicanos” (1993, p. 25), y según García Canclini “El patrimonio cultural sirve, como recurso para reproducir las diferencias entre los grupos sociales y la hegemonía de quienes logran un acceso preferente a la producción y distribución de los bienes” (1993, p. 44). Ambos tienen razón al cuestionar la función que ha tenido la noción de patrimonio dado que el país es sumamente diverso, pero también sumamente desigual en el acceso a los bienes culturales.

¿Cómo se teje lo transmedia con el patrimonio? En primer lugar, cuando se involucra la tecnología en su desarrollo, permite documentar los procesos culturales y a las personas que hacen parte de ella. Sirve también como medio de comunicación para la difusión de conocimientos y prácticas culturales. Son dispositivos de almacenamiento de memoria,

lo que permite un resguardo a futuro. Lo transmedia sirve también para construir el patrimonio en el presente y concebirlo como un proceso en constante cambio, es decir, como una plataforma que permite habitar y construir el presente desde diferentes lenguajes y formatos narrativos que pueden ser leídos de forma independiente o como un solo relato.

Otra aplicación bastante fructífera que tiene este tipo de relatos a través de las plataformas web, es la posibilidad de incidir en la realidad. Actualmente, muchos de los proyectos transmedia que he tenido la oportunidad de conocer, se enfocan en el tema de los derechos humanos, en la recolección de testimonios, en las acciones de denuncia y generar lazos colaborativos entre las historias que se narran y los usuarios que interactúan con esas historias, cultivando una sensibilidad ante cierta problemática entre los usuarios. Además, estas narrativas pueden “viajar” a través de millones de pantallas alrededor del mundo, por lo que sus alcances pueden ser muy grandes: “hay que tomar los lenguajes visuales para trascender y llegar a motivar a personas de contextos culturales diversos con el objetivo no solo de informar sino también de concientizar con espíritu crítico ante lo que se muestra” (Coceres, 2002, p. 221). Finalmente, la narrativa transmedia permite al usuario ser partícipe de la experiencia y no sólo un observador pasivo, ya que puede interactuar sobre la masa de información (Bellido, 2008, p. 40).

Para la elaboración de mi proyecto transmedia que explora en los oficios urbanos, me motivó el poder conocer los procesos creativos que se requieren para el desempeño de cada oficio callejero que nutren de identidad y propician relaciones muy características en los pueblos urbanos.

Vivo desde hace varios años en el pueblo de Los Reyes, Coyoacán. En este lugar, prevalece un estilo de vida similar a un pueblo. La ma-

yoría de los vecinos son originarios del lugar o bien fueron fundadores de la colonia, por lo que existe una fuerte raigambre a las costumbres locales, principalmente las de carácter religioso.

La arquitectura es interesante, pues el barrio se conforma de pequeñas calles y callejones y el estilo de las casas es muy particular, adaptándose a la angostura de las calles. Una de sus características que ha llamado mi atención es justamente la amplia variedad de oficios que se desempeñan a lo largo de las calles y cómo este trajinar cotidiano, establece un tipo de relacionamiento entre vecinos muy semejante a la vida rural.

Al observar y escuchar a diario los pregones de estos oficios, comencé a preguntarme sobre la vida de estos personajes y el trabajo implicado detrás de cada producto o servicio que se ofrece. Fue así que surgió la idea de realizar cortos documentales donde pudiera retratar la vida de cada personaje en torno a su oficio, pero debía encontrar un modo de poder situar los documentales de manera atractiva y con información complementaria. Entonces, en colaboración con un programador web, nos encontramos diseñando una página interactiva para navegar virtualmente a través de las calles del pueblo dentro de un circuito donde el usuario puede decidir el recorrido que hará y poco a poco ir descubriendo a cada personaje que desempeña un oficio.

La sonoridad juega un papel muy importante, pues fue ese impulso sensorial el que me hizo interesarme por esas historias, así que además de cada corto documental, se puede encontrar en la página otros contenidos como lo es una lotería sonora en el que de forma interactiva el usuario puede jugar con los sonidos, reproduciendo patrones creando una suerte de melodía urbana.

Posteriormente, se pretende extender el proyecto a un área de colaboración con los habitantes del pueblo, con el fin de hacer una etnografía más profunda sobre la historia de la localidad a partir de un taller de historia oral donde se trabajará alrededor de fotografías de archivo del lugar y de los oficios.

Por el momento se han trazado varias rutas interactivas donde el usuario navega a través de las calles del pueblo. Se han registrado también de manera audiovisual la historia de seis oficios: el vendedor de fierro viejo, el camotero, el zapatero, una tejedora de rebozos, los echaguas² y los marimberos. La página se estará alimentando según se integren nuevos oficios y se amplíe el circuito del recorrido virtual hasta abarcar la totalidad del pueblo de Los Reyes³ (www.oficioscreativos.mx).

Intento a partir del registro del universo sensible de cada personaje que realiza un oficio, así como el retrato íntimo del pueblo, adentrarme en el estudio, difusión y participación de la comunidad en la construcción de una narrativa que represente parte de su identidad y realce a la persona creadora, su historia, las adversidades que enfrenta y en general conocer el universo que rodea y condiciona un proceso creativo.

Conclusión

El tiempo que llevo habitando el pueblo de Los Reyes, Coyoacán, ha sido suficiente para estimular mi curiosidad y obtener una mirada fresca hacia los pueblos urbanos, intentando comprender cómo se es-

-
2. Este oficio consiste en “Echar aguas”, es decir, dirigir el tráfico en estas peculiares calles estrechas que caracterizan el pueblo.
 3. Para consultar el progreso de la narrativa transmedia visita la página (abrir preferentemente en Google Chrome). Aclaro que éste no es un proyecto terminado sino que se encuentra en una etapa de constante desarrollo.

tructuraran, cómo reproducen sus dinámicas sociales y costumbres, así como conocer a las personas que los habitan y cuyo sustento depende de la interacción en las calles, pero sobre todo observar cómo con su quehacer, contribuyen a reforzar la identidad local.

La ciudad como fenómeno social y cultural, ha atraído la mirada de numerosos antropólogos y sociólogos (Florida, 2003). Si bien la ciudad ha sido estudiada en función de su materialidad, es decir, por su arquitectura, los medios de transportes y comunicación, los sitios de tránsito y los espacios de reunión, desde hace un par de décadas, ha habido un creciente interés por el estudio de lo simbólico o lo intangible como parte del giro subjetivista en las ciencias sociales. Por esta razón, comienza a resultar de interés para la antropología aspectos inmateriales como lo son los discursos, las formas y particularidades del lenguaje, y en general todo aquello que se ha denominado como “imaginarios urbanos” (Lindon, 2007). Estudiar los imaginarios urbanos, sugiere Lindon, implica emplear “metodologías que trabajan con la subjetividad social, con los discursos y las retóricas, con imágenes” (2007, p. 10).

La ciudad, además de ser una experiencia sensorial, es también como diría Raúl Nieto, una experiencia cognitiva. “Esta ciudad se experimenta, se entiende, se conoce, se aprende y se comprende en el acto de habitarla, de vivirla” (Nieto, 2010, p. 46).

Para la realización de las etnografías audiovisuales y la plataforma transmedia, ha sido necesario combinar diversas estrategias y recursos tecnológicos para habilitar la conjunción del trabajo antropológico con narrativas provenientes del lenguaje audiovisual y multimedia. En este sentido, la metodología aplicada puede comprenderse en cinco momentos: 1) Trabajo de investigación teórica en fuentes documenta-

les y bibliográficas; 2) La delimitación del tema y espacio de estudio; 3) Recopilación de información etnográfica durante el trabajo de campo, así como el levantamiento de imagen, sonido, entrevistas e historias de vida; 4) Sistematización de la información obtenida, calificación y edición del material visual y sonoro; 5) Construcción y estructuración de la narrativa transmedia.

Para la realización de este proyecto fue necesario trabajar con un pequeño equipo: un programador web, una diseñadora gráfica y un diseñador sonoro. Esta conjunción de saberes fue fundamental para lograr este resultado. El programador se encargó de crear los algoritmos que permiten relacionar el video, el texto y el sonido con el movimiento interactivo que cada usuario utilizará para ir descubriendo la historia de cada personaje y recorrer las calles. Por otro lado, la gráfica fue elaborada por una artista visual que decidió utilizar la técnica de grabado de forma artesanal y no digital para ilustrar cada apartado de la página, es decir, hubo un involucramiento del cuerpo en el proceso creativo, aunque el producto final culmine en una plataforma virtual.

El proyecto se ha realizado con bajo presupuesto, pero con un alto involucramiento y compromiso, sobre todo con la voluntad de mejorarlo y ampliarlo conforme la participación de cada usuario aumente.

A manera de conclusión quisiera definir la narrativa transmedia como un proceso vivo lleno de emoción, donde la narración, movida por la emocionalidad del observador-realizador, intenta a través de diversos formatos interrelacionados, transmitir una experiencia al usuario, y por sobretodo representar una atmósfera sensorial sobre el contexto y los personajes que llevan a cabo cada oficio.

Al finalizar esta experiencia etnográfica transmedia, puedo afirmar que “con poco se puede lograr mucho”. Con esto me refiero a que podemos sacar el mayor provecho de la tecnología y de los formatos analógicos, pero para ello es necesario saber cómo interrelacionarlos.

Muchas veces la solución a las demandas de conocimiento técnico que este tipo de proyectos requiere son fáciles de tramitar, pero no siempre la curiosidad nos lleva a descubrirlas, por lo que este tipo de narrativas pone el primer reto a vencer para un antropólogo, que es descubrir otros lenguajes que van más allá de la palabra escrita, dar cabida a la posibilidad de experimentar con otras formas narrativas y beneficiarse de la experiencia investigativa aplicando diversos conocimientos y disciplinas y por qué no, involucrar expertos en otras áreas que puedan complementar y enriquecer nuestra labor.

En este contexto el trabajo interdisciplinario es imprescindible para dar respuesta a hechos multiculturales, para enriquecer el panorama de los patrimonios culturales evitando una visión diseccionada que no tome en cuenta la complejidad desde la que fue pensada o imaginada (Coceres, 2002, p. 223).

Como se mencionó a lo largo del texto, este proyecto se inscribe en la disciplina de la antropología visual y básicamente responde a tres inquietudes permanentes de la disciplina: 1. búsquedas metodológicas, 2. incentivar lo colaborativos y transdisciplinario, y 3. integra los medios audiovisuales y las plataformas transmedia para la representación del universo de la investigación, presentando la información de forma dinámica, donde el usuario tiene un papel más activo que sólo ser observador.

Un proyecto transmedia es un componente que integra un proyecto multidisciplinario. Da cabida a otras posibilidades comunicativas no virtuales, desarrolladas en paralelo a través de otras miradas y lenguajes. Esto quiere decir que existe la posibilidad de llevar este proyecto a otras áreas que no son exclusivamente virtuales.

Este proyecto afirma cómo una práctica estética como lo es la narrativa transmedia, puede conducir a diversos caminos para desarrollar una investigación antropológica, de forma que nos permitamos como investigadores, poder imaginar otros espacios de escritura, lectura, etnografía y representación, así como explorar diferentes niveles de realidades, discursos, memorias, problemáticas, formas de relacionamiento y esto lo provee la combinación de lenguajes.

Finalmente, la búsqueda de este proyecto, es comprender cómo lo transmedia modifica nuestras vivencias cotidianas, pero también nuestra relación antropológica con las sociedades y las personas con las que trabajamos.

Aún queda mucho por explorar y estudiar alrededor de estos formatos y sus tratamientos creativos para abordar la realidad con un enfoque antropológico, pero espero haber dejado aquí algunas inquietudes y haber generado nuevas preguntas que nos permitan desandar lo caminado para hilar más finamente una interesante relación entre lo social y lo narrativo.

Referencias

Arana, J. R. (2009). La creatividad inevitable. En M. J. Maidagán, I. Ceberio, L. Garagalza & G. Arrizabalaga (Eds.), *Filosofía de la innovación. El papel de la creatividad en un mundo global*. Madrid: Plaza y Valdés.

- Bellido Gant, M. L. (Dir.) (2008). *Difusión del Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías*. Andalucía: Universidad Internacional de Andalucía.
- Chávez Carbajal, H. (2014). *Documental interactivo y antropología visual: Reflexiones en torno a la colaboración y autoría* (Tesis para Maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ecuador.
- Coceres, C. M. (2002). Patrimonio y nuevas tecnologías. *Cuadernos FHyCS-UNJu*, (18).
- Florescano, E. (Comp.). (1993). *El patrimonio cultural de México*. México: FCE.
- Florida, R. (2003). Cities and the creative class. *American Sociological Association*.
- García Canclini, N. (1993). Los usos sociales del patrimonio cultural. E. Florescano (Comp.), *El patrimonio cultural de México*. México: FCE.
- Guigou, N. (2001). El ojo, la mirada: Representación e imagen en las trazas de la antropología visual. *Anuario Antropología Social y Cultural en Uruguay*. Montevideo: Universidad de la República (Uruguay). Departamento de Antropología y Fundación Fontaina Minelli.
- Lindon, A. (2007). La ciudad y la vida urbana a través de los imaginarios urbanos. *Revista eure*, XXXIII(99), 7-9.

- Manovich, L. (2001). *The language of the New Media*. London: The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Mantecón, A. (2003). Los usos del patrimonio cultural en el Centro Histórico. *Alteridades*, 13(26), 35-43.
- Mead, M. (1975). Visual anthropology in a discipline of words. En P. Hockings (Ed.), *Principles of Visual Anthropology* (pp. 3-10). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Nieto, R. (1998). Lo imaginario como articulador de los órdenes laboral y urbano. *Alteridades*. México: UAM.
- Nieto, R. (2010). Fronteras e imaginación urbanas. *Bitácora 09. Revista de la Fábrica de Artes y Oficios de Oriente*, III(11).
- Olaechea, C. & Georg, E. (2012). Maneras de ver la realidad social a través del prisma de la creatividad. En Ana Carnacea Cruz, Ana Lozano Cámara (Coord.), *Arte, intervención y acción social: La creatividad transformadora*. Madrid: Editorial Grupo 5.
- Piault, M. H. (2002). *Antropología y cine*. Madrid: Cátedra signo e imagen.
- Pérez Martínez, A. (2009). Pasos hacia una antropología visual aplicada. *Revista valenciana d'etnologia*, (4), 61-80.
- Pink, S. (Ed.) (2006). *Applications of Anthropology. Professional Anthropology in the Twenty-first Century*. Oxford: Berghahn Books.

Pink, S. (2014). Applied Visual Anthropology. Social intervention, visual methodologies and anthropology theory. *Visual Anthropology Review*, 20(1), 3-16.

Scolari, C. A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/ E de Cultura digital. Hacia dónde vamos: tendencias digitales en el mundo de la cultura. España.*

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Ediciones Nacionales Círculo de Lectores.

Territorialidad Expandida en el Documental Transmedia

Fernando Irigaray

Los procesos de convergencia tecnológica y cultural que se desarrollaron en los últimos años impactaron fuertemente sobre las producciones mediáticas, dando lugar a la experimentación de nuevas estrategias narrativas. En ese contexto surgieron las producciones transmedia, buscando aprovechar la convergencia para ensanchar los relatos a través de múltiples medios y soportes.

Si bien los primeros pasos se percibieron en el campo de la ficción, rápidamente se fueron desarrollando también producciones documentales transmedia, aunque con presupuestos más escuetos. Con algunos titubeos y cierto recelo por parte de los editores, los medios tradicionales fueron asimilando, asimismo paulatinamente, estrategias de comunicación multimedia y transmedia.

Gradualmente, las transformaciones en el ecosistema de medios constituyeron un espacio propicio para desarrollar historias periodísticas y documentales potenciadas por las lógicas de comunicación de la web 2.0, los medios sociales y los dispositivos móviles. Al interior de los modelos narrativos innovadores, los contenidos comenzaron a expandirse, a mutar, a retroalimentarse y a circular en múltiples plataformas.

Narrativas Expandidas

Cuando hablamos de narrativas transmedia nos referimos a aquellos relatos que superan la idea de multiplataforma, de producto enriquecido, de historia adaptada, de narración participativa. En este sentido, consideramos posible afirmar que estamos ante un nuevo sistema estético, narrativo y tecnológico personalizado, que pone en contacto obras híbridas y accesibles desde diferentes puntos de la historia, desde diversas puertas de entrada a la narrativa donde los usuarios pueden moverse libremente (Irigaray, 2016).

En un proyecto de comunicación transmedia, cada pieza conlleva una forma de mediatización singular: expone formas de recepción distintas, modelos de apropiación diversos, permitiendo la transformación de la obra original en obras derivadas. Es por ello que, en buena medida, la clave del desarrollo de un proyecto transmedia radica en analizar y comprender qué es lo que cada medio sabe hacer mejor: cuál es su potencial, su fortaleza, y cómo podría conectarse con otras plataformas para expandir la experiencia narrativa.

Otro elemento distintivo del *transmedia storytelling* es la participación de los usuarios. Un relato transmedia depende fundamentalmente de la colaboración activa de los actores intervinientes, haciendo imprescindible el diseño de una estrategia participativa que sostenga el funcionamiento del universo en su conjunto. Las experiencias narrativas transmedia que se vienen desarrollando en América Latina nos dejan claro un imperativo narrativo: sin estrategias de participación no hay transmedia (Irigaray & Lovato, 2018).

Este tipo de participación, denominada *grassroots* (Jenkins, Ford, & Green, 2015) hace referencia a todas aquellas acciones y movimientos que surgen de la gente de a pie, del público general y no de las empresas o élites. También llamada *fandom* (contracción de *Fan Kingdom* -Reino Fan-) referido al conjunto de aficionados que aportan al universo canónico (relato oficial) con nuevas historias, tramas y personajes, generando procesos de cocreación y de *intercreatividad* (Berners-Lee, 2000).

Cabe subrayar también 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.

De las Audiencias Participativas a la Ciudadanía Comunicativa: Prosumers, emirecs, translectores y ciudadanos

En el escenario mediático actual, las narrativas transmedia irrumpen con contenidos esparcidos en múltiples plataformas y soportes, configurando una intensa participación de audiencias productoras de contenidos, conocidas en el mercado como *prosumers* (Toffler, 1981).

Resulta importante, sin embargo, diferenciar este concepto de raíz economicista de la participación real en tanto relación horizontal comunicativa donde se pone en práctica la idea de ciudadanía y de democracia, impulsando verdaderas experiencias de coautoría y construcción colectiva de sentidos.

El canadiense Jean Cloutier (1973) propone un modelo comunicativo (emirec) en el que todos los participantes tienen la posibilidad

de ser emisores y receptores en el mismo momento. Allí radica la gran diferencia: mientras el *prosumer* es un individuo que trabaja de forma gratuita para el mercado, reproduciendo el modelo existente (comunicacional, político y económico), llamamos emirec –siguiendo a Aparici & García-Marín (2018)– al sujeto empoderado que tiene la capacidad potencial de introducir discursos críticos que cuestionen el funcionamiento del sistema. El emirec comunica desde una posición de libertad.

Como sostiene Carlos Scolari (2017), las narrativas transmedia promueven multialfabetismos: generan *translectores* con habilidades para interpretar e integrar discursos provenientes de diferentes medios y lenguajes. En el campo de la no ficción, en los relatos periodísticos y documentales, las narrativas transmedia no deberían pensar en consumidores, clientes o recursos humanos, sino en actores sociales protagonistas, dispuestos a interactuar y formar parte de la trama con pleno compromiso narrativo; son ciudadanos que habitan y recorren historias que se desarrollan tanto en escenarios virtuales como en el territorio.

Este nuevo ecosistema irrumpe con contenidos esparcidos en varias plataformas y diferentes medios, diversificando las experiencias de consumo conocidas y configurando una intensa participación por parte de los prosumidores.

Involucrando a los usuarios en la trama narrativa, los proyectos de comunicación transmedia tienen una gran capacidad de empoderar a las comunidades para hacer visibles sus propias historias y transformar sus contextos. Estas audiencias productoras participativas “comienzan a luchar por un nuevo derecho que los constituye en el desarrollo de

ese complejo entramado comunicacional: la ciudadanía comunicativa.” (Irigaray, 2015b, p. 68)

Esta idea de ciudadanía comunicativa implica “el desarrollo de prácticas tendientes a garantizar los derechos en el campo específico de la comunicación. En ese sentido, la noción excede la dimensión jurídica y alude a conciencia práctica, posibilidad de acción.” (Matas, 2006, p. 13)

Justamente hacemos hincapié en el término de ciudadanía para salir del énfasis puesto en una concepción mercantilista que conlleva al

anudamiento entre ciudadanía y diversas formas de la vida económica. Así, emergen las ideas de ciudadano consumidor, de usuario de servicios, de recurso humano, de cliente, cuyas demandas son entendidas de acuerdo con ‘derechos’ que reducen el alcance social de los derechos sociales y ciudadanos. (Huergo, 2007, p. 48)

El *transmedia storytelling* necesita que los actores participantes estén dispuestos a interactuar y formar parte de la trama. Que tengan un pleno compromiso con la narración, ser “*ciudadanos*” que habiten y recorran las historias que no solo se desarrollan en escenarios virtuales, sino en el territorio real.

En este punto existe un debate sobre la definición que instala Jenkins (2001) en relación a si estas nuevas narrativas se construyen valiéndose del uso de una diversidad de plataformas de lenguaje, o bien, esa construcción precisa apropiarse de distintas plataformas físicas. (Irigaray, 2014; Renó, 2014)

“¿Cuándo pensamos en multiplataforma debemos considerar plataformas geográficas o de lenguaje?”, se pregunta Renó (2014) y agrega:

Para algunas corrientes, es fundamental cambiar de plataforma geográfica, es decir, un contenido en el computador, otro en la televisión y otro en la pared. Para otras corrientes, basta una multiplicidad de plataformas de lenguaje, es decir, vídeo, foto, audio, texto, infografía, comic, etc. Consideramos para el estudio que basta la multiplicidad de lenguaje para construir una experiencia transmedia, aunque sea bienvenida la diversidad de plataforma geográfica. (Renó, 2014, p. 137)

En este sentido, proponemos diferenciar el relato transmedia de uno multimedia en donde la producción se nutre de las posibilidades expresivas de los diferentes códigos, como el texto, el video, la fotografía, la animación, la infografía, el audio, el juego, para contar una historia sobre una única plataforma digital, teniendo en cuenta que esto no significa

simplemente la posibilidad de producir contenidos con diferentes lenguajes que se complementen, sino que es una forma integrada convergente, un lenguaje nuevo que imbrica diversos lenguajes en un todo armónico narrativo. Pensar una producción hipermedia es diseñar una estructura narrativa con un alto grado de multimedia-lidad, hipertextualidad e interactividad en un sistema convergente. (Irigaray, 2013, p. 93)

En cambio, cuando hablamos que una narrativa adquiere un carácter transmediático, lo planteamos pensando en que “además de considerar distintas plataformas de lenguaje, asume lo territorial como instancia posible para narrar, más allá de los entornos virtuales. Los espacios urbanos pueden ofrecerse como parte de una gran plataforma narrativa” (Irigaray, 2014, p. 115). Construir la historia en una territorialidad expandida implica pensar a la ciudad como una plataforma narrativa transversal.

En ese contexto, los relatos se sumergen en un ecosistema habitado por audiencias participativas, dispuestas a interactuar y formar parte de la trama. La narrativa adquiere un carácter transmediático que, además de considerar distintas plataformas de lenguaje, asume lo territorial como instancia posible para narrar, más allá de los entornos virtuales. Los espacios urbanos pueden ofrecerse como parte de una gran plataforma narrativa.

Territorialidad Expandida

La ciudad es considerada como contenedora de múltiples historias que componen universos narrativos y que atraviesan diversos productos en diferentes pantallas, medios y acciones territoriales, traccionando audiencias y usuarios entre sí.

Esta definición de producción y de territorialidad expandida “transmuta a la ciudad como hipertexto orgánico, desde una perspectiva lúdica, de búsqueda y descubrimiento de historias urbanas empoderando a la ciudad como plataforma narrativa transversal” (Irigaray, 2015a, p. 117), en la que coexisten múltiples dispositivos, géneros, lenguajes y soportes en un ecosistema multientramado de relatos convergentes.

El espacio urbano no es sólo un soporte físico o contenedor, es un lugar donde confluyen y articulan sujetos y prácticas sociales y formas de representación simbólica de la ciudad. Espacio transversal del relato (Irigaray, 2015a).

Una zona de desafío y conflicto, de la lucha por el prevalecimiento y reconocimiento de determinadas formas de entender, ver, sentir, soñar, desear y vivir la ciudad. Una “extraña toponimia, desprendida

de los lugares, que planea encima de la ciudad como una geografía de nubosidades de ‘sentidos’ a la espera, y que desde ahí conduce las deambulaciones físicas.” (de Certau, 2000, p. 117)

Una narración pensada a partir de espacios y lugares (Irigaray, 2016), opera como un dispositivo de reconstrucción social constante en donde la memoria es entendida como los significados que se comparten, desarrollándose como una práctica social más, a través de la cual se expresa y se forma la identidad.

Es a través de la acción sobre el entorno que las personas, grupos y colectivos sociales, transforman el espacio, dejando su marca. Son huellas que están cargadas simbólicamente. Es así que las acciones asignan al espacio de significado individual y social a través de los procesos de interacción.

Este concepto está ligado al modelo dual de apropiación (Vidal Moranta & Pol Urrútia, 2005) basado en dos ideas: la de acción-transformación y la de identificación simbólica. La primera vinculada con la territorialidad y el espacio personal en tanto que la identificación simbólica emparentada a los procesos afectivos, cognitivos e interactivos, en donde los individuos y los grupos se reconocen en el entorno.

“La ciudad es un espacio mediático por definición”, dice Roberto Igarza (2010) con respecto a la obra de Michel de Certeau y agrega que, para comprender su funcionamiento desde esta perspectiva, es indefectible dejar de pensarla solo desde el espacio físico real, para comenzar a mirarla de una forma más integradora, donde la problemática principal reside en su caracterización como espacio virtual de conocimiento.

La ciudad es una experiencia colectiva definida por sus propios acontecimientos imaginarios. (...) un espacio a descubrir y recorrer,

un espacio dinámico que exige una capacidad extendida para detectar y describir sus incesantes metamorfosis y las relaciones que pueden establecerse entre ellas. (Igarza, 2010)

Espacio hipertextual urbano, donde las bifurcaciones, obstáculos e inconvenientes, son más sugestivos que los formulados en el trayecto proyectado. Tramas y subtramas de relatos que se entrelazan y ramifican. Escenario donde el urbanita despliega sus prácticas sociales reconfigurando la historia. (Irigaray, 2017)

En este contexto se entiende la apropiación del espacio, en el mismo acto de intervención y recorrido por él, operación de búsqueda y descubrimiento, en la articulación del relato en el desarrollo del espacio. Así,

la ciudad, atiborrada de códigos que el usuario no domina pero que debe asimilar para poder vivir en ella, frente a una configuración de lugares impuestos por el urbanismo, frente a las desnivelaciones sociales intrínsecas al espacio urbano, el usuario consigue siempre crearse lugares de repliegue, itinerarios para su uso o su placer que son las marcas que ha sabido, por sí mismo, imponer al espacio urbano. (de Certau, 2000, p. 9)

Ese peregrino urbano en su traslación por la ciudad transforma en otra cosa cada significativa espacial (de Certau, 2008) que paradójicamente efectiviza algunas opciones como tomar un camino entre varios y por el otro incrementa tanto las posibilidades creativas de generar bifurcaciones, atajos y rodeos como las de transgredir reglas establecidas, como direcciones de circulación o traspasar lugares no autorizados.

Caminar las calles sin seguir el recorrido pensado por el urbanista, supone salirse de la normalización establecida y del control de la ciudad. “Las ciudades han dejado de ser un lugar estable para convertirse

en espacios en los que la movilidad y el tránsito son dos de sus rasgos más significativos.” (Lapeña Gallego, 2014, p. 32)

Es así que la movilidad no es más un atributo accidental o circunstancial sino más bien un atributo esencial. Somos *homo mobilis*, dice George Amar (2011). El autor francés contempla las diversas necesidades, tanto sociales, económicas, cognitivas y físicas del individuo y de su capacidad de intervenir en los sistemas de movilidad por los que se desplaza.

Amar liga este atributo de la movilidad al concepto de religancia, como el “*acto de unir y de unirse y su resultado*”. Este término desarrollado por el sociólogo belga Marcel Bolle de Bal, es magistralmente relacionado con el concepto de serendipidad (*serendipity* en inglés), acuñado por el poeta inglés Horace Walpole.

La capacidad de toparse con algo en un momento inesperado, encontrar lo que no se buscaba o descubrir cosas de manera accidental es la idea de *serendipidad*. Así se habla del *browsing*, como operación de búsqueda, la acción de hojear un libro o recorrer los pasillos de una biblioteca. Caminar la ciudad sería entonces un *browsing* urbano (Irigaray, 2016).

Una forma de movilidad será rica en religancia (o religante) cuando permite la unión (con los otros y con el mundo), favorece la creación de nuevos lazos, reactiva y mantiene las redes sociales a las cuales pertenece; cuando se hacen legibles y accesibles los territorios urbanos y los recursos o los servicios que necesita; y cuando multiplica las actividades en movimiento, las oportunidades de todo orden, los encuentros felices, los potenciales de serendipidad. (Amar, 2011, p. 77).

Una idea que desde el arte podemos rastrear en el siglo XIX tanto en el *explorador urbano* del *flâneur*, donde se vivía a la ciudad como una experiencia estética, como a partir del XX, la *visita dadaísta* en la exploración de lo banal y germen de la creación del antiarte, el *deambular surrealista* generando mapas influenciales basados en diferentes percepciones y estados de ánimo experimentados al recorrer la trama urbana y los *situacionistas* y la *deriva urbana* (Debord, 1958) que a partir de la psicogeografía encontraron

un medio con el que poner la ciudad al desnudo, pero también un modo lúdico de reapropiación del territorio: la ciudad era un juego que podía utilizarse a placer, un espacio en el cual vivir colectivamente y en el cual experimentar comportamientos alternativos; un espacio en el cual era posible perder el tiempo útil con el fin de transformarlo en un tiempo lúdico constructivo. (Careri, 2013, loc. 941-944)

Ya en este siglo, desde la arquitectura encontramos el concepto de *transurbancia* (Careri, 2013), práctica estético-científica que recorre los márgenes internos de la ciudad permitiendo comunicaciones inéditas entre los espacios vacíos.

Justamente ese potencial que supone complejidad, sorpresa y serendipidad son dimensiones apartadas del planeamiento urbano. Este acto de andar, “*si bien no constituye una construcción física de un espacio, implica una transformación del lugar y de sus significados.*” (Careri, 2013, loc. 411-412)

Encontramos ahí la coexistencia de itinerarios físicos y virtuales, en esta ciudad contemporánea que es informacional e hipermoderna, donde el ciudadano coetaneo

debe hacer frente, pues, a los estímulos que procedan de ambos entornos, proyectando sus deseos y trazando sus devenires en ellos. La concepción de la ciudad y el territorio como organismos vivos, expansivos y en permanente transformación entablada por diversas teorías urbanas adquiere a partir de la Revolución Informática un nuevo significado resultado de la hibridación del espacio físico y el digital. (García & Roig Segovia, 2018, loc. 122-126)

La hibridación de flujos físicos y virtuales en el complejo entramado físico-digital, opera como *territorio transmedia* (Caminos, Ardini, & Mirad, 2019), con límites indeterminados y espacios superpuestos, lugar de articulación entre narrativas, tecnologías y participación, donde, “más que efectuar una inmersión definitiva en el ciberespacio, la coexistencia de la capa digital y mundo físico origina un territorio emergente donde sus habitantes-usuarios interactúan intercambiando datos mediante conexiones efímeras.” (García & Roig Segovia, 2018, loc. 105-108)

Espacio heterotópico, en términos de Foucault (2008), lugar que tiene como regla la yuxtaposición en un sitio real de varios espacios que normalmente serían, o deberían ser incompatibles. Es en ese solapamiento que podemos ver el el concepto de interfaz de Scolari (2018), entendida como una “red de actores humanos (individuales e institucionales), relaciones y procesos” (Scolari, 2019, p. 9).

A través de los recorridos por la ciudad emergen relatos sobre este entramado narrativo urbano complejo. Nos lleva a suponer el establecimiento de ciertas analogías entre el hipertexto y las llamadas narrativas espaciales considerando estas últimas como una expresión tridimensional y urbana de las estructuras hipertextuales.

Estas conforman disposiciones territoriales, atributos sociales y referencias culturales, que pueden intersectarse con las disposiciones

técnico-comunicacionales que caracterizan el desarrollo de la producción expandida de narrativas transmedia.

Roberto Igarza clarifica esta idea y comenta que

la premisa que subyace considera las disposiciones del territorio como emergentes indisociables de una narrativa coconstituida a partir del atravesamiento de lenguajes y canales en modo vertical y horizontal, incrementando alineamientos identitarios que pueden resultar sugerentes para la participación de los destinatarios con expresiones cocreativas parcialmente controladas. (2019)

Se reconoce así, el territorio, como algo distinto y bastante más complejo que el mero ensamblado de microescenas, de representaciones de historias pasadas y presentes, a través de imbricados relatos colectivos.

Es a través de estas manifiestas continuidades y discontinuidades que entrelazan relatos y revelaciones, es donde se asienta lo que podemos denominar como *deriva narrativa transmedia*, que se materializa en la posibilidad de acceso a múltiples conexiones potenciales que pueden realizarse a partir del intercambio de las plataformas y las historias.

Narrativas Transmedia Basadas en Espacios

Las narrativas espaciales (*Location Based Storytelling*/Narrativas basadas en lugares), son definidas como toda experiencia en las que se desarrolla una historia a partir de los vínculos reales con el espacio físico, a partir fundamentalmente de los locative media. “El relato se construye y se desarrolla en relación a lugares físicos por los que tenemos que transitar para poder acceder a las distintas partes de la historia.” (Boj & Díaz, 2013, p. 133)

Los *locative media*, fue propuesto por Karlis Kalnins, en el Centro de Nuevos medios de Riga (Letonia) en 2003, para diferenciar el uso empresarial de los servicios basados en la localización del de las propuestas artísticas. Estos generan “*funciones post mass media*”, dice el investigador brasileiro André Lemos (2008) creando una nueva territorialización con nuevos significados del espacio y de la sociabilidad que denomina *territorios informativos* y que considera como

área de control del flujo de información digital en su intersección con un área física. Por tanto, el lugar, como resultado de la territorialización adquiere una nueva capa de información, esto es, un nuevo territorio creado por redes electrónicas y dispositivos móviles. (Lemos, 2008, loc. 118-121)

Las acciones de intervención ciudadana dan espesura al relato trans-medial en la serendipia de búsqueda y descubrimiento sobre el tablero narrativo urbano (Irigaray, 2015a). La proyección callejera (*street projection*) es un claro ejemplo de ello. Su poder se encuentra en la simplicidad y en el impacto de su forma. Al utilizar la calle como lienzo narrativo, las posibilidades son infinitas.

Clara Boj y Diego Díaz (2013) se plantean que “las narrativas espaciales tienen que tomar en consideración al menos los siguientes factores: las temáticas desarrolladas, los contenidos que construyen el relato, los espacios transitados y los itinerarios en relación con la estructura narrativa de la historia.” (Boj & Díaz, 2013, p. 142)

Esto supone salir de las pantallas establecidas y del “*cubo blanco*” de las galerías para desarrollar una narrativa sobre el entorno urbano, en donde convergen diferentes medios.

Encontramos aquí ciertas características de la narrativa espacial que se entrecruza con el concepto de “*montaje espacial*” que desarrolla Manovich (2006). La coexistencia simultánea de imágenes (de imagen-tiempo, lo que genera una convivencia simultánea de tiempos), frente a la tradicional narrativa secuencial.

Es interesante el aporte que desde el arte trae Blanca Montalvo Gallego (2003) sobre el concepto de espacio en la narrativa espacial como un territorio

frágil y yuxtapuesto, en continuo cambio y movimiento, definido en cada caso por la estructura de la narración, y donde se encuentran tanto los espectadores como los contenidos (en ocasiones incluso los autores), relacionándose y modificándose constantemente, en una relación única de más de tres dimensiones, específica para cada usuario, íntimo casi siempre. (Montalvo Gallego, 2003, pp. 36-37)

Los contenidos desplegados por la ciudad y en los diferentes dispositivos son recorridos a través de la navegación territorial, dentro de la tipología del documental transmedia, donde se “consigue involucrar los participantes en ambientes no solamente virtuales, sino también territoriales.” (Reno, 2014, p. 143)

Allí se conjugan las plataformas de lenguajes con las físicas, ofreciendo una mixtura de actividades, tanto al exterior como al interior de la red, utilizando el espacio urbano como escenario del relato y vinculando las historias con los espacios y con el momento temporal específico en el que se experimentan.

Una experiencia que nos adentra en un

espacio de ambigüedad entre la historia en si misma, con su desarrollo y estructura propias, y los eventos, imágenes, sonidos y sensaciones

que nos aporta el espacio físico por el que transitamos y que está sujeto a las leyes del azar y la casualidad que rigen la realidad. La prosémica del espacio junto a las asociaciones de carácter simbólico, las vivencias, emociones y memorias personales vinculadas a los lugares de los espectadores son también factores no predeterminados del relato que juegan un papel fundamental en la construcción del escenario de ambigüedad propio de las narrativas espaciales. (Boj & Díaz, 2013, p. 134).

Y es a partir de esta perspectiva donde esta tipología de trabajo documental potencia su desarrollo, expandiendo las posibilidades expresivas y constructivas del relato y ensanchando el universo narrativo.

El relato basado en lugares involucra de forma más intensa a estos “*ciudadanos*” que son titulares de derechos o atribuciones como las de actuar y decidir libremente, crear bienes culturales y de participar plenamente en todo el proceso comunicativo, propiciando interacciones relacionadas con el espacio público y la ciudad, transformando a esta en una *plataforma narrativa transversal*, capaz de reconstruir la dialógica con los ciudadanos desde una perspectiva más plural.

La ciudad se transforma así en un tablero interactivo (Irigaray, 2014) ofreciendo múltiples miradas más allá de su memoria epidérmica convirtiendo la memoria social, política y cultural, inaccesible para la amplia mayoría en algo inteligible y participado.

Conclusiones

Las narrativas espaciales potencian el desarrollo del documental transmedia en el despliegue sobre entornos líquidos de las historias, estableciendo vínculos con fragmentos de la ciudad a través de las

imágenes y sonidos que están impregnados de evocaciones y multiplicidades de significados.

La incorporación del territorio como plataforma incorpora el espacio público de la ciudad, conformando una experiencia narrativa inmersiva, compleja y participativa, expandiendo las posibilidades expresivas del documental, a partir de las interacciones con el entorno.

Las narrativas expandidas incorporan acciones en el espacio urbano que utilizan, exhiben, retoman, actualizan y re-contextualizan los contenidos producidos para entornos virtuales con los cuales los participantes interactúan. A la interacción digital se le añade una interacción territorial que consigue involucrar a los participantes en nuevos ambientes.

La pregunta es como se opera sobre esta realidad compleja y se deja de lado la idea filtrada y pensada desde la esfera de la producción sobre las interacciones entre sujetos y entre estos y los objetos en escena, en dar cuenta mediante vías de acceso y lenguajes complementarios de una situación espacial y temporalmente desfasada en diversas plataformas donde se evidencian conflictos y disputas, en un registro escindido y divergente.

En este sentido Roberto Igarza se pregunta:

Cómo hacer uso discrecional de la radarización de las conversaciones que, aun siendo imposturadas o silenciadas por la distancia de cámara, son capaces de connotar la murmuración colectiva. Admitiendo que la intersección no es exenta de tensiones, el problema consiste en hacer dialogar las referencias culturales geoespacialmente dispuestas dentro del registro narrativo no ficcional y los lenguajes y códigos propios de una producción que, definida como susceptible de ser expandida, tiene como finalidad dar cuenta de algo respecto de un todo en el marco de un registro de verosimilitud. (2019)

Probablemente todavía no estemos en condiciones de poder dar un modelo certero y definido sobre estas tensiones que encontramos en esta perspectiva. El documental transmedia se encuentra dando los primeros pasos experimentando y explorando las posibilidades de desarrollo en cuanto a las a las posibles hibridaciones de formatos, géneros y plataformas. No hay hoy fronteras delimitadas en cuanto a las posibilidades que se abren para este tipo de narrativas. Pero sí es posible afirmar que son los participantes, los “ciudadanos” que viven y recorren las historias, actores clave a la hora de extender la experiencia más allá de los límites imaginados.

Referencias

- Amar, G. (2011). *Homo Mobilis: la nueva era de la movilidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Aparici, R. & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, XXVI(55), 71-79.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la red: El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI editores.
- Boj, C. & Díaz, D. (2013). Ciudad, narrativa y medios locativos: Aproximación a una teoría de los géneros en la narrativa espacial a partir del análisis de cuatro propuestas. *Arte y Políticas de Identidad “Imagen multimedia, contextos expandidos”*, 9, 129-147. Recuperado el 15 de agosto de 2015, de <http://revistas.um.es/api/article/view/191871/158561>

- Caminos, A., Ardini, C., & Mirad, N. (2019). La Interfaz, el lugar de articulación de territorios transmediales. En T. Burgos & R. Cunha (Orgs.), *Interfaces Contemporâneas no Ecossistema Midiático* (pp. 15-26). Aveiro: Ria Editorial.
- Careri, F. (2013). *Walkscapes. El andar como práctica estética* [Kindle] (2da. ed., M. Pla, Trad.) Barcelona: Gustavo Gili.
- Cloutier, J. (1973). La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self média. *Communication & Langages*, (19), 75-92.
- De Certau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. México DF: Instituto de Estudios Superiores de Occidente y Universidad Iberoamericana.
- De Certau, M. (2008). Andar la ciudad. *Bifurcaciones. Revista de Estudios Culturales Urbanos*, (7), 1-17.
- Debord, G. (1958). *Teoría de la Deriva*. Recuperado el 20 de enero de 2019, de S/T <https://www.ugr.es/~silvia/documentos%20colgados/IDEA/teoria%20de%20la%20deriva.pdf>
- Foucault, M. (2008). Topologías. *Fractal*, XIII(48), 39-62.
- García, A. & Roig Segovia, E. (2018). Layscapes. Cartografía crítica de la ciudad conectada. *[i2] Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*, 6(2), 1-24.

- Huergo, J. (2007). El sentido político de la comunicación comunitaria. *AA.VV., Comunicación comunitaria y participación ciudadana*. Montevideo: Universidad de la República.
- Igarza, R. (2010). La ciudad, hipertexto y creatividad II. La creatividad en lo cotidiano: otra breve referencia a la obra de Michel de Certeau [Blog]. Recuperado el 23 de setiembre de 2015, de <https://robertoigarza.wordpress.com/2010/07/09/la-ciudad-hipertexto-y-creatividad-ii/>
- Igarza, R. (2019). Entrevistado para proyecto de Tesis Doctoral de Fernando Irigaray. Universidad Nacional de Rosario. Sin publicar.
- Irigaray, F. (2013). Narrativas hipermedias en el webperiodismo. DocuMedia: punto de encuentro entre el documentalismo social, el periodismo de investigación y la narrativa digital interactiva. En F. Irigaray, D. Ceballos, & M. Manna (Eds.), *Webperiodismo en un ecosistema líquido* (pp. 91-98). Rosario: Laborde Libros Editor. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2133/2315>
- Irigaray, F. (2014). La ciudad como plataforma narrativa. El documental transmedia Tras los pasos de El Hombre Bestia. En F. Irigaray, & A. Lovato (Eds.), *Hacia una comunicación transmedia* (pp. 113-131). Rosario: UNR Editora. Recuperado el 10 de abril de 2016, de https://www.academia.edu/23977817/La_ciudad_como_plataforma_narrativa._El_documental_transmedia_Tras_los_pasos_de_El_Hombre_Bestia_2014_
- Irigaray, F. (2015a). Navegación Territorial. Entramado narrativo urbano. En F. Irigaray, & A. Lovato (Eds.), *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías* (pp. 115-126). Rosario: UNR Editora. Recuperado el 10 de abril de 2016, de <https://>

- Irigaray, F. (2015b). Periodismo transmedia: nuevas posibilidades narrativas y de experiencia de usuarios. En G. Roitberg, & F. Piccato (Comps.), *Periodismo disruptivo: Dilemas y estrategias para la innovación* (pp. 167-172). Buenos Aires: La Crujía.
- Irigaray, F. (2016). Documental Transmedia: narrativas espaciales y relatos expandidos. En F. Irigaray, & D. Renó (Comps.), *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas* (pp. 39-53). Buenos Aires: Crujía.
- Irigaray, F. (2017). El documental en las narrativas transmedia y la territorialidad expandida. En R. Aparici, & D. García Marín (coords.), *¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror* (pp. 129-144). Barcelona: Gedisa.
- Irigaray, F. & Lovato, A. (2018, abril 7). El periodismo transmedia y la ciudadanía comunicativa. *La Capital*.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red* [Kindle]. Barcelona: Gedisa.
- Lemos, A. (2008). Medios locativos y territorios informativos. Comunicación móvil y nuevo sentido de los lugares. Una crítica sobre las espacialización en la cibercultura. *Inclusiva-net. redes digitales y espacio físico* (#2).

- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Mata, M. C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, VIII(1), 5-15. Recuperado de <http://seminariodemocratizar.eci.unc.edu.ar/files/6113-18691-1-SM-1.pdf>
- Montalvo Gallego, B. (2003). *La Narración Espacial: una propuesta para el estudio de los lenguajes narrativos en el arte multimedia*. (Tesis doctoral). Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Departamento de Escultura.
- Morales Morante, L. & Hernández, P. (2012). La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en red. *Revista Comunicación*, 1(10), 140-149. Recuperado el 10 de diciembre de 2014, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3953638>
- Moreno Sánchez, I. & Navarro Newball, A. (2016). El hipermedia móvil como nuevo medio y su protagonismo en la creación transmedia. *Kepes*, (13), 145-170.
- Renó, D. (2014). Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia. En F. Irigaray, & A. Lovato, *Hacia una comunicación transmedia* (pp. 134-146). Rosario: UNR Editora. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2133/3610>
- Scolari, C. (2017). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación [Blog]. Recuperado el 12 de marzo de 2018, de <https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-translector-lectura-y-narrativas-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion>

- Scolari, C. (2018). *Las Leyes de la Interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2019). Prefácio/Prólogo: De la Interfaz de Usuario a la Ecología de las Interfaces. En T. Burgos, & R. Cunha (Orgs.), *Interfaces Contemporâneas no Ecossistema Midiático* (pp. 9-11). Aveiro: Ría Editorial.
- Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. (A. Martín, Trad.). Bogotá: Círculo de Lectores.
- Vidal Moranta, T. & Pol Urrútia, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36(3), 281-297. Recuperado el 27 de marzo de 2016, de <http://www.raco.cat/index.php/anuariopsicologia/article/viewFile/61819/81003>

La Dinámica de las Interfaces, las Ciudades y el Tiempo. La Realidad Social como una Reproducción Transmedial Constante

Leonardo Corzo

La realidad es una construcción social continua. “El orden social es un producto humano, o, más exactamente, una producción humana constante” (Berger & Luckmann, 2012). Las personas al interactuar, conformar y sostener los agregados humanos, construyen y reconstruyen continuamente los ambientes sociales en los que sus vidas se desarrollan. En este tiempo nuestro, esta producción humana continua se reproduce a través de procesos comunicativos transmediales (Jenkins, 2003), radicados en ambientes hipermediáticos (Scolari, 2008). Estos procesos se configuran y reconfiguran a través de las personas y en sus mentes, materializándose en un ecosistema de interfaces en relación. El flujo de esta dinámica imprime en la mente y en los sentidos el rostro continuamente mutante de la reproducción transmedia de la realidad social.

Los ambientes que las personas crean en el transcurso de su externalización (McLuhan, 1996), vuelven a actuar sobre ellas en un intercambio continuo de mutuas determinaciones. Estos ambientes pueden entenderse como una estructuración de la relación entre las extensiones y las interiorizaciones de los sujetos, sus intereses y necesidades. En

este proceso, los sujetos se construyen y reconstruyen en su relación consigo mismos, con los demás y con el medio que habitan y reproducen.

Como producto de la multiplicación de medios, tecnologías y lenguajes en proceso de extensión de las personas, los ambientes sociales enfrentan una transformación continua. En la actualidad, los ambientes se configuran en ecosistemas hipermediáticos y al interior de estos, la tendencia expansiva, contagiosa y mutante de los procesos comunicativos materializándose y estructurándose en redes cada vez más complejas y participativas, va constituyendo la trama de una realidad social que se reproduce transmedialmente.

Los ambientes creados por las extensiones de las personas manifiestan a través del rostro siempre mutante de sus interfaces, patrones y abstracciones, diferenciando dispositivos y mecanismos, sosteniendo ofrecimientos en actualización constante, como configuraciones concretas y posibles de la materia. Las interfaces se ofrecen a nuestros sentidos, llamándose por muchos nombres, exclaman en silencio sus intenciones y extienden a las personas mientras las conectan. Estas pueden explicarse como “entornos de interacción donde diferentes actores humanos y tecnológicos intercambian información y ejecutan acciones” (Scolari, 2018, p. 32), por lo que los sujetos habitan las interfaces tanto como estas los habitan a ellos.

Pensar la realidad social como una experiencia de reproducción transmedial, habilita un acercamiento a las configuraciones y procesos que dan forma a las sociedades, en tanto sitúa la comunicación en un espacio que se despliega dispuesto al análisis, ocurriendo en y a través de las personas. Dentro de la línea de estudio de la ecología de medios, definida por su objetivo de estudiar “el impacto que producen los

medios — y las tecnologías en general— sobre la cultura de las sociedades...” (Islas, 2015, p. 1065), se busca desbloquear la configuración de las interfaces sociales y agregar detalles al mapeo de los universos transmediales. El proceso involucra desentrañar los procesos comunicativos transversales a las sociedades, desplegarlos al análisis, palpar sus texturas reconociendo como en un relieve bajo los dedos, dispositivos y mecanismos en relación y actualización constante.

La Plasticidad de los Términos

Introducido por Marsha Kinder en el año 1991 al analizar relaciones de intertextualidad en contenidos narrativos de entretenimiento para niños, y luego reformulado y popularizado por Henry Jenkins en el año 2003, el término transmedia describe aquellas producciones culturales que se aprovechan del escenario convergente y la nueva lógica participativa del ecosistema hipermediático para crear relatos con múltiples puntos de entrada, mayores niveles de complejidad y abiertos a la posibilidad de su expansión a través de la creatividad de los públicos.

Desde sus orígenes el concepto fue “adoptado por los profesionales y académicos hasta convertirse en la última década en una de las keywords del mundo de la comunicación.” (Scolari, Lugo Rodriguez, & Masanet, 2019, p. 118), y con el paso del tiempo, cada vez más diferentes disciplinas incorporaron el término a sus discursos sobre sí mismas y a su particular entendimiento de la realidad. Así como su reflejo, el término no pudo más que expandirse por la apropiación de los sujetos.

En los últimos años algunos investigadores recogieron el concepto para proponer alternativas de enseñanza y aprendizaje enfocadas en

procesos colaborativos desde una lógica educativa transmedia. Los modelos y prácticas incorporadas por los jóvenes en el contexto de la convergencia cultural (Jenkins, 2008) por fuera de las instituciones educativas, pueden también utilizarse en el proceso de aprendizaje, desarrollando diferentes formas de interactividad con los contenidos, dispersos en diferentes soportes tecnológicos y en múltiples lenguajes; con los profesores, articulados como moderadores y promotores del aprendizaje; y con los otros estudiantes y redes de personas interesadas (Amador, 2013).

Por su parte, Renó y Flores (2012) señalan la hibridación de los postulados de los procesos comunicativos transmedia con la disciplina periodística. Los autores definen el periodismo transmedia como “una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje” (p. 16).

La fragmentación de los consumidores y su comportamiento fluido y promiscuo, habilitó la extensión del concepto transmedia también en los departamentos de comunicación, marketing y publicidad de las empresas. En estos, la intención creció puesta en la creación de vínculos cada vez más estrechos entre los contenidos y las audiencias, creando valor para las marcas impulsando estrategias que las acerquen a los públicos a través de diferentes medios. El concepto de transmedia branding desde el campo de la comunicación corporativa es planteado por Burghardt Tenderich (2014) como un proceso de comunicación en el que la información sobre una marca es integrada en una narrativa que se extiende a través de contribuciones interdependientes en diferentes

canales de mediación con el propósito de crear una experiencia de marca interactiva y vinculante.

Con la mutación del término transmedia, sus usos, abusos e interpretaciones, o lo que es igual, su apropiación e institucionalización, podemos observarlo desbordado de sí mismo, colmado de nuevas conexiones y ampliándose hasta abarcar la totalidad de la trama comunicativa. Su territorio es una red global que se hace y deshace continuamente, tironeando de los individuos, desplegando un manto de sensibilidades sobre el mundo y escondiendo sus mecanismos en todas partes y a simple vista. Transmedia es la forma de reproducción de la realidad social, en tanto habitamos un ecosistema de extensión de las personas que se presenta como una red de relaciones de fragmentación, fluidez e intercambio en actualización constante.

Al reproducirse en un ecosistema de interfaces, al hipermediatizarnos, el ecosistema se extiende a sí mismo. Aceptando ser parte de estos ecosistemas, los sujetos habilitan en el contrato de convivencia, que los procesos transmedia se conduzcan en sus mentes e interacciones. De esta forma, el individuo constitutivo de la actualidad es un sujeto que ha interiorizado un conjunto de procesos comunicativos específicos que establecen formas de relacionarse consigo mismo, con los demás y con el mundo que lo sostiene y lo circunda a través de diferentes medios, tecnologías y lenguajes.

Para abordar la actual ecología de extensiones en su adecuada profundidad y dimensión, se hace necesario abrir, identificar, separar y comparar analíticamente las interfaces que la componen, sus dispositivos y mecanismos. Con este objetivo como eje, el texto continúa en el próximo apartado sumando a la identificación de los componentes

necesarios al proceso de análisis transmedia de la reproducción de los ambientes sociales, sigue con un análisis de las ciudades como experiencias transmedia que se reproducen a través de diferentes dispositivos y mecanismos creando universos de materialidad e interacción, y concluye con una introducción a la idea de la experiencia del tiempo en los actuales ecosistemas hipermediáticos.

Mecanismos y Dispositivos en las Interfaces

Según Scolari “las interfaces nos rodean, siempre estuvieron ahí, desde mucho antes de la invasión de las pantallas interactivas” (2018, p. 48). Los hilos de representación del término pueden descubrirse en tiempos remotos, con las primeras apropiaciones humanas de los elementos y mecanismos de la naturaleza inmediata para la satisfacción de las necesidades básicas. Despejando el concepto de interfaz de sus aproximaciones digitales más cercanas, estas pueden ser entendidas como espacios de interacción, comprendiendo que un espacio es cualquier materialización socialmente objetivada, que en su capacidad extensiva, sostiene un campo de posibilidades de relación entre las personas y el mundo que las rodea.

Una comprensión ampliada de los procesos comunicativos transmedia incluye los procesos de interacción continua al interior del ecosistema de las interfaces. Como configuraciones de la materia en sus diferentes niveles de organización, las interfaces son el espacio en donde las personas interactúan con sí mismas, con los demás y con el mundo que las rodea. Agregar detalle y profundidad al análisis de la realidad social hace necesario acercarse al ecosistema de las interfaces que re-

producimos, recorrerlo con curiosidad e inquietud para acompañarnos de soluciones. Considerando que en la actualización de las interfaces habita tanto el carácter instituyente de lo propuesto como la actualización en las apropiaciones, este proceso exploratorio e inquisitivo implica reconocer los dispositivos y mecanismos que interactúan al conformar los ofrecimientos que se actualizan en la relación entre las personas y sus extensiones, así como las secuencias de acciones que éstos habilitan.

Los ofrecimientos pueden ser entendidos como unidades de complementariedad (Gibson, 1986) en la relación entre las personas y las interfaces. Dispositivos y mecanismos por su parte, son las unidades mínimas de materialización de las interfaces y de sus posibilidades de interacción, que en su relación y variación configuran los ofrecimientos que componen. Al relacionarse los elementos y funcionamientos por su actualización, las interfaces se conocen a sí mismas.

Los ofrecimientos pueden indicarnos claramente su función y su carácter a través de la simplicidad y el grado de habituación en sus formas, las interfaces, sin embargo, no son lugares calmos ni dóciles ni permanecen siempre iguales a sí mismas. Son escenarios de permanentes disputas y conciliaciones. El conflicto entre apropiación, como actualización de lo posible, y propuesta, en tanto ordenación particular de dispositivos y mecanismos, se dirime en el juego de actualización constante de la relación entre las personas y las interfaces. “En la interfaz los sujetos también negocian, discuten, acuerdan o rompen relaciones” (Scolari, 2018, p. 32) y este proceso por momentos conflictivo, por momentos armonioso y casi nunca predecible, imprime continuamente el rostro del intercambio social, con sus expresiones variables, sus capri-

chosos estados de ánimo, el desgaste, las ondulaciones y las continuas transformaciones que siguen al paso del tiempo.

La Ciudad como una Experiencia Transmedia

En *Las Ciudades Invisibles* (2017), aquella llamada Eudoxia, se contiene en el arte de un tapiz que cuelga de una pared, y se representa como una misma experiencia que se materializa en diferentes interfaces según una lógica comunicativa transmedia. Los habitantes de Eudoxia pueden no entender la relación que existe entre la ciudad a la que pertenecen y los ornamentos del tapiz en donde esa misma ciudad está contenida. Se encuentren igual a sí mismos, representados en sus líneas, curvas y nudos.

Todo habitante de Eudoxia compara con el orden inmóvil del tapiz una imagen de la ciudad, una angustia que son suyas y cada uno puede encontrar escondida entre los arabescos una respuesta, el relato de su vida, las vueltas del destino (Calvino, 2017, p. 110).

Por la arquitectura de su escritura, Italo Calvino describe las estructuras subyacentes de la habitabilidad a la vida en sociedad. Expresa una imagen vincular y por momentos contradictoria sobre la experiencia humana de ser parte de una ciudad, habitarla, construirla y pensarla. Eudoxia tiene tantos habitantes como actualizaciones de sus ofrecimientos y se extiende a nosotros como una reproducción constante de su experiencia en diferentes materialidades. El tapiz, la ciudad y las personas, el oráculo que responde sobre la relación entre la ciudad y el tejido, los dioses y las órbitas en que giran los mundos, pueden ser pensados como relatos de lo mismo que vuelven a pensarse y repro-

ducirse. Cada persona que contempla la ciudad trazada en los patrones del tejido, actualiza la construcción de la realidad social de la interfaz.

En una ciudad se mezclan las representaciones colectivas con las identidades individuales dando forma a los acuerdos y desacuerdos continuos que sostienen la vida en las sociedades. Estos acuerdos y la dinámica de su expresión física pueden ser procesos entendidos también como interfaces, en tanto que espacios de interacción, conflicto y conciliación, armonizan un diseño de orden con la sed y el hambre de una multiplicidad de imaginarios. Para Martijn de Waal la esfera pública urbana

siempre consiste en una acumulacion de todo tipo de procesos de intercambio. La vida cotidiana, en gran medida, se centra en sintonizar la identidad individual con la colectiva, en unir el presente con el pasado y en armonizar las preocupaciones y los intereses de diferentes tipos de poblaciones urbanas (2015, p. 24).

Las ciudades se experimentan, se nos expresan y nos vuelven, junto a sí, instituidos. Como ambientes artificiales donde se desarrolla la vida en sociedad, son configuraciones fundamentales en la determinación de la vida de quienes las habitan o visitan. La relación entre las diferentes interfaces va estableciendo las determinaciones de las instituciones y la constitución del ambiente social. En “La imagen de la ciudad”, Kevin Lynch (2008) describe los procesos de institución de la imagen mental y social de las ciudades a través de la forma y los elementos del trazado urbano. La descripción de la estructuración social en Lynch es táctil. Se compone de zonas, hitos, nodos, sendas y bordes que funcionan como dispositivos y mecanismos reconocibles actuando en la conformación de la experiencia de la ciudad. Las personas se adaptan a su contorno, funcionan junto a los elementos del diseño de la ciudad, y del juego de

instituciones que las atraviesan, extraen y modelan su propia identidad y su realidad social.

En el caso de los hitos urbanos, Lynch señala que éstos son puntos de referencia que destacan en el tejido urbano tanto por sus características físicas en cuanto a su aspecto y a su ubicación, como por un valor cultural e histórico que los vuelve fácilmente reconocibles y memorables. Con el tiempo los procesos sociales se transforman, las estructuras mutan y la materia se imprime a los sentidos en nuevas y complejas formas. Los hitos urbanos sin embargo conservan su capacidad de congregación y su predominancia institucional a través de la transmutación de su valor cultural. Éste se compone de la historia de la relación entre las interfaces y constituye universos de experiencia y de sentido que se reproducen a través de la relación entre diferentes tecnologías, actualizaciones y materialidades.

El poder del número que poseen los hitos urbanos se reproduce por diferentes plataformas. La iglesia Catedral de la ciudad de Córdoba en Argentina, el Duomo de Florencia en Italia y la Alhambra en Granada (España), son hitos cuya experiencia transmedia recorre diferentes interfaces. Cargadas de acontecimientos y formadas bajo la presión de la evolución histórica, las interfaces son el rostro de una intrincada estructura subyacente actualizándose constantemente. Cantón-Correa y Alberich-Pascual (2019) coinciden en la naturalidad de la recurrencia transmedial de los “puntos calientes” de una ciudad. Los hitos urbanos son predominantes en la economía urbana de la atención social y está lógica de funcionamiento, como entidad de determinación, va conquistando nuevas materialidades en el proceso de su expansión. Así como puntos calientes al interior de la narrativa turística del consumo y la

economía de la atención en las ciudades, en las redes sociales centradas en la fotografía digital compartida como Instagram, los hitos urbanos también concentran el mayor número de publicaciones.

En el caso de Granada no resultara ninguna sorpresa descubrir que la Alhambra, el monumento más visitado de España, con más de dos millones y medio de visitantes al año, sea el punto que atraiga las miradas de turistas y residentes de una ciudad que define su identidad visual a partir del complejo monumental... (Cantón-Correa & Alberich-Pascual, 2019, p. 5).

Lev Manovich (2009), promotor principal de la analítica cultural, explora y describe la realidad construida socialmente a través de la fotografía digital compartida en Instagram. Propone entender los modos en que las personas experimentan las ciudades, la arquitectura y las estructuras urbanas a través de análisis computacionales de grandes volúmenes de información generada en internet. En el universo de datos producido digitalmente, la analítica cultural busca los patrones subyacentes a los procesos sociales e identifica instituciones del comportamiento y la representación para describir la experiencia actual de la vida en las ciudades.

La fotografía compartida en redes sociales es un indicio efímero de millones de momentos intrascendentes si se considera aisladamente, pero puede aportar nuevo conocimiento sobre los espacios, los cuerpos que los ocupan, las estéticas, los modos de vida y el significado de la práctica fotográfica en un momento y lugar dados si se estudian colectivamente (Sued, 2018, p. 19)

Los resultados de las investigaciones en el campo de la analítica cultural en cuanto a los volúmenes de representación y visualización

de los espacios y los elementos de las ciudades en las redes sociales digitales, muestras más recurrencias predigitales que disrupciones en el actual ecosistema de medios. Ejemplo de este fenómeno es la distribución centro - periferia que Cantón-Correa y Alberich-Pascual identifican en la ciudad de Granada considerando cantidades crecientes de publicaciones geolocalizadas en los hitos urbanos de la ciudad y la forma en que la cantidad disminuye al ampliarse la distancia de los barrios a estos hitos.

Estudios dentro de esta perspectiva como los realizados por John Boy y Justus Uitermark (2017) en Amsterdam, señalan también una invisibilización transversal que pone en contacto diversas interfaces de la experiencia transmedia de la vida en sociedad. Las ciudades contemporáneas expresan una gran cantidad de inequidades, tanto en términos de distribución de recursos como en materia de reconocimiento y visibilidad. Las zonas alejadas de los centros históricos, culturales y comerciales de la ciudad se disminuyen para soportar el número de la representación en las redes sociales digitales. La disminución de la comunicación y los derechos de expresión de diversos grupos y zonas es un fenómeno histórico omnipresente que viaja entre interfaces reproduciendo la compleja estructura del desentendimiento humano.

Boy y Uitermark concluyen que las relaciones de representación y visibilidad de las diversas zonas y elementos de las ciudades expresan una profunda asimetría. Mientras algunos nodos e hitos son elevados a la centralidad de la atención y la significación, otras zonas son ignoradas y permanecen periféricas. El proceso de actualización de la ciudad no puede ser pensado sin la actualización de los grupos sociales que la habitan. Está formación particular de la relación entre interfaz

y apropiación social, sugiere para los autores que las redes sociales digitales continúan incorporando dolencias transmediales. Mientras que los sectores disminuidos lo continúan estando, los grupos, entidades e instituciones con mayor poder simbólico y adquisitivo se afirman con más fuerza en los procesos de determinación de la representación social.

Las redes sociales digitales, así como las ciudades y dentro de estas, los hitos urbanos, encuentran su particular configuración y su personalidad en una actualización constante de la apropiación y la potencia de los grupos y los sujetos. Las interfaces se componen de diferentes dispositivos y mecanismos, y la relación entre estas extensiones y las personas imprime continuamente el rostro de la realidad social. Las interfaces, las ciudades como las redes sociales digitales, las posibles configuraciones de la institucionalización, todas las formas del intercambio y la la organización, hablan sólo sobre sí mismas. En el proceso de expresarse, desarrollan su discurso y este se hace sentido en la inteligencia de las personas. Si no se actualizaran en el intercambio, las interfaces desaparecerían, y en su proceso de decirse para existir, se delatan a sí mismas.

La ciudad híbrida, multiplica a las personas y las extiende. El diálogo entre las interfaces materializa y configura la experiencia de las personas sobre la vida en sociedad. Todas las interfaces son las demás. Todas reproducen la realidad social al actualizarse a través de las personas. El ambiente hipermediático se reproduce por la relación entre las interfaces en proceso de extensión. Las ciudades contienen en sí mismas una multiplicidad de otras interfaces, que a su vez la contienen y contienen a otras en sí, estableciendo un juego de conflictos, intercambios y contaminaciones entre diferentes órdenes de organización

de la materia. Cada interfaz permite sus propias formas de recorrer o experimentar una ciudad que es sólo una parte del universo ampliado de la experiencia de una realidad transmedia.

Moverse con el Tiempo

Habitamos un tiempo hipermediatizado. El tiempo se percibe como desordenado, impropio e inaccesible. Operando como una fuerza opuesta a la autodeterminación. La sincronía y la habitabilidad armónica de los tiempos parecen alejarse de la experiencia de las personas. Byung-Chul Han (2015) afirma que “La aceleración actual tiene su causa en la incapacidad general para acabar y concluir. El tiempo aprieta porque nunca se acaba...” (p. 14). El autor señala la pérdida del sentido orientacional del tiempo, y si tal vez no su pérdida completa, la complejización del reconocimiento y la habitabilidad de las temporalidades disponibles. Lo único que tenemos es tiempo y a la vez, nunca es suficiente. El tiempo parece nunca coincidir consigo mismo. La contradicción es posible en un tiempo transmediático, construido permanentemente a través de diferentes materializaciones de temporalidades socialmente reproducidas. El tiempo se fragmenta distribuyéndose como una red de desencuentros entre personas e interfaces habitando diferentes temporalidades.

La reproducción de la realidad en el actual ecosistema hipermediático aleja a las personas de la posibilidad de autodeterminar la experiencia de su tiempo. La complejización del ecosistema de interfaces altera los relieves de la atención fragmentando las distancias y esta “supresión de la distancia en la Tierra” (Han, p. 39) reduce la experiencia a una

yuxtaposición de momentos sin enlace ni continuidad. Las conexiones ocurren afuera de las personas y estas son cada vez más, parte de estructuras complejas e inabarcables que exclaman su distancia con respecto a los sujetos.

Internet y los dispositivos digitales crean la ilusión del dinamismo, aparentan movimiento continuo mientras reproducen trabas y destiempos transversales. La velocidad del intercambio y la multiplicación del número no permiten apreciar la dinámica que conecta a las personas con el juego de las interfaces. Un botón en una pantalla nos introduce en un nuevo dominio de la realidad a través de un cambio de plataforma. La pantalla de nuestro celular nos muestra un mapa de la ciudad en donde se verifica a tiempo real la posición del repartidor que está trayendo un pedido de comida a nuestro domicilio. La ciudad en el celular en donde avanza en tiempo real el repartidor en movimiento, es la misma ciudad que el repartidor recorre en su vehículo durante la entrega. Son diferentes interfaces al interior de la ciudad como una experiencia transmedia. En diferentes interfaces operan diferentes tiempos producidos por la dinámica de una relación constante entre lo social, lo mental y lo material. Algún aspecto de la experiencia está contenido en el signo, de lo contrario, la acción se anularía y el botón no podría ser pulsado porque sobre el mismo no se habría llegado a un acuerdo. El signo, al extenderse hacia el infinito en su imposibilidad de ser lo que representa, es a su vez, infinitamente incompleto. La reproducción de la realidad continúa su curso a través de la actualización de las extensiones de las personas permaneciendo como un proceso subyacente cuyos mecanismos elementales están ocultos a simple vista en el rostro de las interfaces.

La temporalidad se fragmenta, los niveles de implicación escalan en red y la instantaneidad disuelve las distancia y los intervalos. El tiempo en el actual ecosistema hipermediático es una experiencia transmedia. La aceleración general del tiempo descrita por Byung-Chul Han, se advierte como la percepción de una temporalidad transversal, es decir, como el tiempo de una interfaz en otro orden de organización de la materia. “Si se observa con detenimiento, la aceleración se descubre como una inquietud nerviosa que da tumbos de una posibilidad a otra. Nunca se llega a la tranquilidad, es decir, a un final” (Han, p. 26). Las personas se mueven entre las interfaces sin ataduras variando entre lo efímero y habitando un tiempo promiscuo y desarraigado que conduce a la fragmentación de la experiencia del ser humano.

En el cuento del escritor alemán Hermann Hesse “El hacedor de lluvia”, el tiempo de las personas se establece en un diálogo entre los intereses y necesidades del grupo humano, y los dispositivos y mecanismos de las interfaces naturales. El autor describe una aldea primitiva hace miles de años con una experiencia de vida regida por el movimiento de los astros en el firmamento y los ciclos de la naturaleza. Al describir el aprendizaje de la disciplina del regidor del clima, el miembro de la tribu encargado de predecir las lluvias y los ciclos de la siembra y la cosecha en base a las disposiciones de los cuerpos en el cielo, el autor señala la importancia de ser capaz de interpretar a favor las interfaces de la naturaleza.

Determinar el tiempo fugaz y caprichoso, reconocerlo, adivinarlo y predecirlo... acechar el secreto de la interdependencia de las nubes y tormentas con la posición de la luna, que tanto influía en la sementera y en la granazón del fruto, así como en el logro o pérdida de la vida de los hombres y las bestias (Hesse, 1985, p. 452).

El clima, las estaciones y los patrones de movimiento de la luna, el sol, las estrellas y los planetas se convierten en interfaces naturales al momento de ser actualizadas por la mentalidad humana como configuraciones materiales en las cuales se extienden y depositan las posibilidades de realización de sus necesidades e intereses. En la posición y el movimiento de la luna el hacedor de lluvia identifica dispositivos y mecanismos perceptibles que interactúan con los tiempos de la siembra y la cosecha en función de la necesidad alimentaria de la aldea, de cuya satisfacción depende su capacidad de subsistencia. El sol y la luna funcionan como interfaces en tanto estructuran la vida de las personas estableciendo ritmos y coordenadas específicas para la reproducción de la realidad.

El actual ecosistema de medios se contenía ya en potencia en aquellas interfaces primitivas, y el desarrollo tecnológico se ha basado en los patrones de la naturaleza para derivar de ellos nuevas temporalidades. Los agentes en los ecosistemas hipermediáticos se encuentran en una temporalidad compleja que se ha configurado a través de las múltiples conexiones entre las extensiones de las personas en el curso de su propia reproducción. Con la multiplicación de las interfaces y la adopción de temporalidades múltiples que comenzaron a determinar la vida de las personas, la ruptura y distorsión de la experiencia del mundo comienza una fragmentación y aceleración que transforma a las personas en rehenes inconscientes del flujo de múltiples temporalidades ajenas e impuestas.

Las coordenadas espaciales y temporales están rompiendo sus enlaces tradicionales. Las perturbaciones en el ecosistema mediático creado por las tecnologías digitales, están configurando una temporalidad “atemporal” señalada por Castells (2000) que disuelve el tiempo desordenando

los acontecimientos y haciéndolos simultáneos, atrapando a los sujetos en una “fugacidad eterna”. La pérdida de las estructuras de larga duración del sentido aplanan la experiencia del tiempo en una sucesión continua de instantes de los que las personas no alcanzan a sostenerse y está fugacidad, como efecto del predominio de la experiencia de lo efímero y lo instantáneo, habilita el planteo de un conjunto de fuerzas encontrando sus temporalidades en permanente disputa.

Representados como dispositivos y mecanismos encarnados en y a través de las personas en un juego de fuerzas por la instauración y expansión de diferentes universos narrativos, las interfaces nos adentran en su tiempo y al habitarlo, lo reproducimos y lo hacemos nuestro.

El tiempo está en las relaciones y la dinámica de estas relaciones construye un espacio para la intervención de la voluntad y creatividad de los agregados sociales. La transmedialidad de la realidad no puede pensarse sin la determinación y la participación de los sujetos entendidos como agentes creativos potencialmente determinantes de sus ecosistemas sociales (Ardini & Caminos, 2018). Si el tiempo se experimenta como ajeno y esclavizante, le corresponde a las personas volver a hacerlo propio. Transformar el tiempo de los ambientes para construirlos como espacios cada vez mejor habitables.

Al analizar la trama de transitabilidad de una ciudad como componente de una experiencia transmedia o la experiencia ficcional de una tribu primitiva sobre el tiempo en su relación con los ciclos y movimientos de la luna, el factor común es la construcción de las personas en interacción constante con un ecosistema de interfaces. La actualización de las interfaces y la relación de las sociedades con y a través de ellas, son factores constitutivos de la realidad social de cada

época. Considerando la mutabilidad e inmutabilidad (Saussure, 1945) de las interfaces, y ante la perspectiva de una experiencia armónica de las interfaces como espacios de autodeterminación de las personas, se plantea una posibilidad que da lugar a un imperativo. Es necesario, lo sigue siendo, conquistar espacios de poder para la autodeterminación del proceso de reproducción transmedia de la realidad social. Profundizar a la vez que extender el análisis, distinguir los dispositivos y mecanismos que componen las interfaces, y describir las relaciones entre éstas y los grupos sociales, son vías posibles y necesarias para la comprensión y transformación de la experiencia de institución de los sujetos y las sociedades.

Referencias

- Amador, J. C. (2013). Aprendizaje transmedia en la era de la convergencia cultural interactiva. *Educación y Ciudad*, 25, 11-24.
- Ardini, C. & Caminos, A. (2018). *Contar (las) historias: Manual para experiencias transmedia sociales*. Aveiro: Ria Editorial.
- Berger T. & Luckman P. (2015). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Boy, J. D. & Uitermark, J. (2017). Reassembling the city through Instagram. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 42(4), 617-624.
- Calvino, I. (2017). *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela.

- Cantón-Correa, F.-J. & Alberich-Pascual, J. (2019). Construcción social de la imagen de una ciudad a través de Instagram: el caso de Granada. *El profesional de la información*, 28(1). [Journal article (Unpaginated)]
- Castells, M. (2005). *La era de la información. (v. 1: La Sociedad Red)*. Madrid: Alianza Editorial.
- De Waal, M. (2015). El futuro de la ciudad: ¿Una ciudad inteligente o una ciudad social? *Arte y políticas de identidad*, 12(1), 11-30.
- Gibson, J. J. (1986). *The ecological approach to visual perception*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. (Original work published 1979)
- Han, B. Ch., (2015). *El aroma del tiempo. Un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse*. Barcelona: Herder
- Hesse, H. (1985). *El juego de abalorios*. Buenos Aires: Hyspamérica.
- Islas, O. (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica. *Palabra Clave*, 18(4), 1057-1083.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. *MIT Techonogy Review*. recuperado de <http://technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.

Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press

Lynch, K. (2008). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Manovich, L. (2009). Cultural Analytics: Visualizing Cultural Patterns in the Era of More Media [Blog]. Recuperado de <http://manovich.net/index.php/projects/cultural-analytics-visualizing-cultural-patterns>

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Editorial Paidós.

Renó, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Fragua.

Saussure, F. de. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C., Lugo Rodríguez, N., & Masanet, M. (2019). Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 116-132.

Sued, G. (2018). Métodos digitales para el estudio de la fotografía compartida. Una aproximación distante a tres ciudades iberoamericanas en Instagram. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 40, 15-39.

Tenderich, B. (2014). *Transmedia Branding*. Frankfurt: EIMO European Institute for Media Optimization.

Narrativa Transmídia: a Performance “Eu Nasci Aqui”

Samira de Souza Brandão¹
Sérgio Roclaw Basbaum

O projeto “*Eu nasci aqui*”, da artista Samira Br, abarca as linguagens da fotografia, vídeo, performance, teatro e instalação. Teve seu início em 2012, de forma despretensiosa, com um ensaio fotográfico – fotoperformance- na casa onde a artista viveu seus primeiros anos na cidade de Bauru, interior de São Paulo. O trabalho fotográfico realizado por Frank Simões, fortemente inspirado na produção artística da norte-americana Francesca Woodman (1958-1981), partiu de um estado de quase não-presença. Um ir e vir entre mundos, tempos de memória e entre o real e o virtual.

Esse texto relata a experiência transmídia da performance autobiográfica “*Eu nasci aqui*”, realizada entre os anos de 2012 a 2015 envolvendo distintas etapas e mídias em sua configuração, transitando entre as linguagens da fotografia, vídeo e instalação, a artista Samira Br apresenta uma performance transmídia criada a partir de vivências na casa onde nasceu na década de 1970. A partir de pedaços da casa, como portas e janelas que compõem a cenografia do espetáculo; fragmentos visuais,

1. Nome artístico: Samira Br.

fotos e vídeos produzidos pela artista, o trabalho propõe ressignificar e narrar o tempo e a memória sobre o espaço vivido e as fases da vida.

1. Narrativa Transmídia

Na cultura humana, o ato de contar histórias (*storytelling*, em inglês) se faz presente como fundamento da vida social. Para Mungioli (2002) as narrativas são um gênero onipresente na vida do ser humano: desde as conversas cotidianas, em sala de aula, nos textos de jornais, na ficção, publicidade... Domingos (2009) salienta que descobrimos nas narrativas um modo de preservar nossas memórias, criar identidade e também um lugar de pertencimento, sendo a criação dessas histórias algo muito mais coletivo do que individual.

É Barthes (1971) quem afirma que a narração começa com a história humana, à medida que em todo grupo humano se faz o uso de narrativas. E isso é anterior ao desenvolvimento de uma linguagem oral, pois Domingos (2009) afirma que as pinturas nas cavernas já podiam ser consideradas uma narrativa, contada por meio de imagens pictóricas. Essas representações de animais, instrumentos e cenas do cotidiano já expressavam sentimentos e relatavam experiências vividas ou imaginadas (Padilha, 2010).

Em cada cultura se cultivam histórias, que além de relatar fatos do passado, servem como a expressão de um povo, relatando suas tradições, seus medos, seus desejos e suas esperanças para o futuro. Destaca-se assim, a importância do contador e do ouvinte da narrativa. Segundo Barthes (1971), a narrativa é feita sempre por um doador e um destinatário, de modo que a figura do ouvinte é tão importante quanto a do

narrador, pois não existe narrativa se não existir alguém para escutá-la. As histórias estão presentes em uma grande diversidade de meios e gêneros, como já destacava Barthes:

A narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou pela mistura ordenada de todas essas substâncias; está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, na epopeia, na história, na tragédia, no drama, na comédia, na pantomima, na pintura (recorde-se a Santa Úrsula de Carpaccio), no vitral, no cinema, nas histórias em quadrinhos, no *fait divers*, na conversação (Barthes, 1971, p. 19).

Notamos que o ser humano possui um desejo de conectar passado, presente e futuro, e é por meio das narrativas que essa conexão se torna possível (Miller, 2004). E a convergência que se dá atualmente entre os múltiplos meios pode ser aplicada nas mais diversas formas do narrar e do fazer artístico. Essa aplicação permite o desenvolvimento das chamadas narrativas transmidiáticas, ou transmedia storytelling. Jenkins (2008, p. 138) define narrativa transmidiática como uma história que “desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo”.

Tipicamente, as produções transmidiáticas incluem tanto as novas mídias digitais (por meio de webséries, aplicativos para celular, jogos de videogame...), quanto mídias tradicionais (TV, cinema, fotografia e livros...), podendo abranger ainda outras formas de comunicação, como teatro, eventos ao vivo e jogos de realidade alternativa (Miller, 2004).

Entretanto, para ser considerada uma narrativa transmídia, não basta que a história seja contada em múltiplas plataformas. É necessário também que os diferentes meios contenham fragmentos distintos de

uma história, de modo que cada um deles seja usado como meio de expansão da narrativa principal e contribua de maneira valiosa para a mesma. Além disso, também é importante que seja mantida uma consistência entre todos os meios, isto é, que cada fragmento da história seja compatível e coerente com o todo.

A performance autobiográfica “*Eu nasci aqui*”, por envolver distintas etapas, desdobramentos e meios em sua configuração, caracteriza-se como uma narrativa transmídia, por apresentar conteúdo que se expandiu nas diferentes fases artísticas em que se realizou.

2. Narrativa Transmídia - Performance “*Eu Nasci Aqui*”

Construída em 1974, a casa da infância da artista ainda preservava suas características arquitetônicas originais quando a família resolveu demoli-la para dar lugar a uma nova edificação no terreno. A partir daí, Samira produziu uma série de registros, primeiro um ensaio fotográfico feito pelo fotógrafo Frank Simões com duração de uma semana, na casa da infância, no mês de maio de 2012.

A partir daí, Samira produziu uma série de registros audiovisuais com o videomaker Conrado Dacax, em junho de 2012, no intuito de produzir uma futura vídeo-instalação.

Em setembro do mesmo ano se apresentou no local, durante o Festival de Artes FACE Bauru, uma instalação performática de caráter único e efêmero, visto que a casa foi demolida pouco tempo depois. “Os espetáculos de performance tem uma característica de evento, repetindo-se poucas vezes e realizando-se em espaços não habitualmente utilizáveis para encenações” (Cohen, 2013, p. 59).



Figura 1. Fotoperformance “Eu nasci aqui” (1ª narração). (Frank Simões, maio 2012)

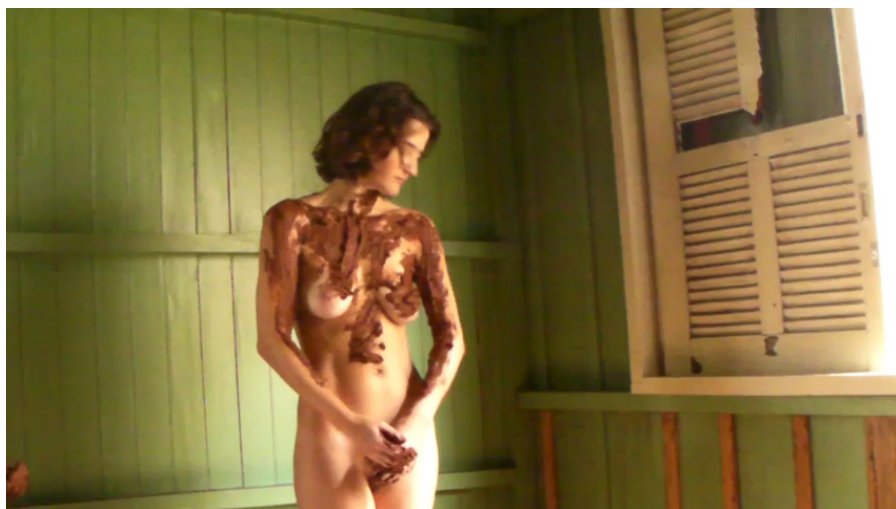


Figura 2. Registro em vídeo (2ª narração). (Conrado Dacax, jun. 2012)

Na ocasião, montou uma instalação (*site-specific*), recriando o espaço da primeira infância, histórias de diários da adolescência, sonoridades e imagens. O projeto expográfico ficou por conta de Camila Vieira (diretora de arte) e Rogério Borovik performou como DJ e VJ. O processo de recriação da história pessoal, na íntima relação entre ficção e realidade, despertou na artista inputs de ações performáticas (*action*), que problematizam narrativas de fases da vida, de personas femininas, dos elementos da natureza. Os ambientes da casa se transformaram em memória viva, onde cada persona criada interagia com o público e suas narrativas/memórias.



Figura 3. Festival FACE Bauru – “Leitura do diário” (3ª narração). (Fernanda Vasconcelos, set. 2012)

Dando continuidade ao projeto, produziu em 2013 uma performance transmídia, com o uso de tecnologias e das janelas virtuais do *videomapping*² sobre partes da casa demolida, como portas e janelas. Estreou nesse formato em temporada no Sesc Ipiranga, dentro da programação de *Corpo e Mídia: Estética do Pós-Humano?*. Nesse momento, se incorporam ao projeto o multiartista Paulo Costa, o músico Raphael Maureau, a VJ e fotógrafa Bruna Callegari e o cineasta e cenógrafo Rafael Buosi.

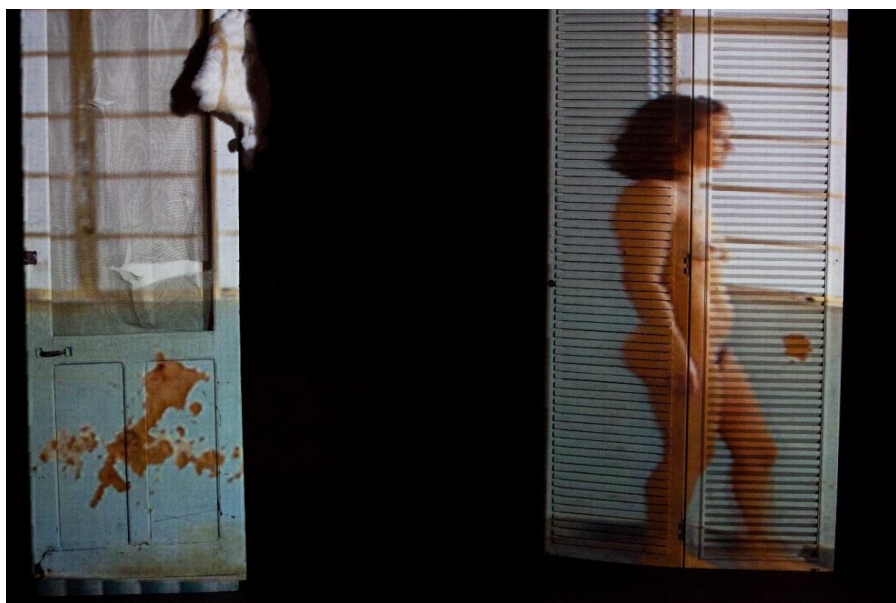


Figura 4. Performance Transmídia Sesc Ipiranga (4ª narração). (Mariana Meloni e Claire Jean, 2013)

2. O Vídeo mapping (projeção mapeada ou realidade aumentada espacial) é uma tecnologia que utiliza a superfície dos objetos como anteparo para a projeção de vídeos. Na apresentação de “*Eu Nasci Aqui*” realizada no SESC Ipiranga (São Paulo), foram projetadas imagens do ensaio fotográfico e fragmentos de vídeo em porções do cenário construído com portas e janelas.

Outra performance ao vivo foi realizada no Sesc Santo Amaro, São Paulo, em Janeiro de 2014 (5ª narração). A partir dessas experiências cênicas, participou, também em 2014, de um intercâmbio entre artistas brasileiros e mexicanos *PROMPTUS Brasil-México*, com residência artística, performances e debates no Sesc Santo Amaro, em São Paulo e no Centro ExTeresa de Arte Actual, na Cidade do México. Este projeto teve curadoria de Lucio Agra e Rogério Nagaoka (6ª narração).

Em junho de 2015, participou do “Festival Performance em Encontro”, no Sesc Campinas (7ª narração), em três dias de apresentações da *performance* em novo formato e roteirização. Para essa edição, Débora Oliveira foi assistente. A curadoria geral do projeto foi de Cássio Quitério.



Figura 5. Festival Performance em Encontro SESC Campinas 2015 (7ª. narração). (Antonio Juárez, 2015)

2.1 Poéticas de Encenação Contemporânea

“*Eu Nasci Aqui*” é um trabalho em perspectiva, gerado a partir de vivências performáticas da artista na casa em que ela nasceu e que foi demolida. A partir de pedaços da casa e fragmentos visuais, fotos e registros produzidos por Samira, o projeto ressignifica o tempo e a memória construindo uma narrativa sobre o espaço vivido e as fases da vida. Na encenação performática, abre-se a possibilidade das transformações, do fluxo das lembranças, do surgimento de personas femininas, das fases que marcam a mulher, desde o seu nascimento à morte.



Figura 6. Cartaz de divulgação “*Eu nasci aqui*” no Sesc Ipiranga-SP. (portfólio Samira Br)

Em retrospectiva, queremos articular considerações sobre os desdobramentos estéticos, tecnológicos e conceituais deste projeto, que

partiu do registro fotográfico de uma ocupação específica, num espaço concreto, privado e familiar, e que se projetou em outras materialidades e condensações imaginativas. Trazemos como discussão a narrativa da memória e o corpo como marcas de uma persona histórica em busca de rememorar o passado a partir de uma ótica do presente. A pontuação que relacionamos a seguir situa as diferentes “fases” do projeto, buscando expor o seu núcleo originário – a transmídia do registro performativo pela ação ritualística e agenciamento tecnológico.

Para isso, trabalha a performance em sua potência de ativar e res-significar as diversas mídias envolvidas no narrar, deixando que a poética de uma encenação performativa acesse e atualize essas mídias. As relações da narrativa transmídia envolveram os eixos poéticos e técnicos na concepção estética e na produção técnica material da performance “*Eu Nasci Aqui*”. O teatro, nessa perspectiva de encenação contemporânea, fornece os procedimentos e estatutos de composição da obra-performance, em cada fase e em cada suporte: “A performance se estrutura, portanto, numa linguagem ‘cênico-teatral’ e é apresentada na forma de um *mixed-media* onde a tonicidade maior pode dar-se em uma linguagem ou outra, dependendo da origem do artista” (Cohen, 2013, p. 57).

Desde sua primeira ação, como ensaio fotográfico, os procedimentos teatrais de narração que envolveram a roteirização, a composição de personas performáticas, a criação de site-specific, o uso de figurinos, adereços e objetos cênicos deram a tônica na estruturação e levantamento de material criativo. Em seguida, o registro em vídeo, seriado em bancos digitais, que permitiu sua exibição durante a posterior performance ao vivo, e que recompôs a atuação cênica, compõe uma narrativa transmídia

movida pela investigação dos treinos e procedimentos nos campos do teatro, audiovisual e performance-instalação.

3. Tecendo Considerações

Como artistas e pesquisadores, nos deparamos com dois trabalhos: o da criação e o da implementação de ideias e a sua reflexão num discurso crítico, acadêmico. Como críticos, precisamos deixar que do objeto emergja a leitura e não o contrário, ou seja, tentar que o objeto caiba em alguma teoria.

Samira Br, uma artista pesquisadora, trabalha essencialmente com a linguagem da performance teatral transmídia em seu cruzamento com as artes visuais, e propôs nesse projeto uma experiência em diálogo com processos de narração sobre o corpo-instalação, ambientes vivos e recriados entre ficção e realidade, entre o teatro e a performance.

As diferentes fases do projeto ressignificaram o espaço da casa, o que se tornou subjetivo e imaterial. O desejo de imprimir o corpo na casa de infância e resgatar suas memórias aparece na pesquisa de composição da narrativa nos diversos suportes, em cada fase do projeto de narrativa transmídia:

Caminhamos para uma arte total, para uma transmídia, para a eliminação de suportes que impedem ou que se tornem mais importantes que a própria transmissão da mensagem artística. Caminhamos, de um lado, para mídias cada vez mais complexas - tecnologicamente falando - e dinâmicas, tendo na transformação sua função básica e, de outro lado, para o eterno resgate das funções essenciais do homem, permitindo entendê-lo como um ser harmônico e inteiro (Cohen, 2013, p. 164).

Ao criar um trabalho extremamente autobiográfico e interior, a artista buscou elevar a narrativa pessoal a um tema universal: a figura da casa, sua relação com o corpo feminino e com a subjetividade da memória pessoal. Se configurou como um cuidadoso trabalho de escavação de gerações, reimaginação e representação simbólica.



Figura 7. Performance ao vivo “*Eu nasci aqui*” (SESC Campinas – 2015). (Antonio Juárez, 2015)

Assim, o trabalho “*Eu nasci Aqui*” se constitui como um *work in progress*, um exercício de encenação performativa contemporânea, transmídia, que evidenciou as diversas formas do narrar.

Quadro 1.

Narrativas e mídias do projeto

Ações	Mídias	Fotografia	Música	Vídeo	Teatro	Bancos digitais	Vídeo mapping	Performance ao vivo
Imersão na casa								
Festival face								
SESC Ipiranga								
SESC Santo Amaro								
Performance em encontro SESC Campinas								

Referências

- Araújo, A. (2008). A encenação performativa. *Sala preta*, 8, 253-258.
- Barthes, R. (2011). *Análise Estrutural da Narrativa*. Petrópolis, Editora Vozes.
- Carvalhaes, A. G. (2012). *Persona performática: alteridade e experiência na obra de Renato Cohen*. São Paulo: Perspectiva: Fapesp, Cohen, Renato. Performance como Linguagem. São Paulo: Ed. Perspectiva.
- Cohen, R. (1989). *Performance como Linguagem*. São Paulo: Edusp, Ed. Perspectiva.
- Cohen, R. (1998). *Work in Progress na Cena Contemporânea*. São Paulo: Ed. Perspectiva.
- Cohen, R. (2003). Rito, tecnologia e novas mediações na cena contemporânea brasileira. *Sala Preta*, 3, 117-124, 2003.
- Domingos, A. A. (2009). Storytelling: Evolução, Novas Tecnologias e Mídia. *Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Intercom.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo, Aleph.
- Lacalle, C. (2010). As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet. *Revista Matrizes*. 3(2), 79-102. Recuperado de <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38260>

- Jones, A. (2013). Presença in Absentia: a experiência da performance como documentação. *Revista Performatus*, 1(6).
- Mello, C. (2008). *Extremidades do vídeo*. São Paulo: SENAC.
- Miller, C. H. (2008). *Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment*. Burlington, Focal Press.
- Mungioli, M. C. P. (2012). Apontamentos para o Estudo da Narrativa. *Comunicação & Educação*, (23). São Paulo. Recueprado de <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37016>
- Padilha, J. S. (2010). *Storytelling do Blog Me Leva Brasil: Desdobramento de Conteúdo Midiático da TV, Interação com o Telespectador e Propaganda* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP.
- Salter, C. (2010). *Entangled: technology and the transformation of performance*. Cambridge: MIT Press.

Autores

RENIRA GAMBARATO

Professora associada de Estudos de a comunicação e Meios na Escola de Educação e a comunicação da Universidades de Jönköping, na Suécia. Desenvolveu pós-doutorado em Estudos Cinematográficos na Universidade de Concordia, Canadá. É doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil é licenciada em Desenho Industrial pela Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil. Atuou como docente em Brasil, Alemanha, Canadá, Qatar, Estônia e Rússia. Sua investigação atual gira em torno da análise da narrativa transmídia e a complexidade das experiências transmídia, o jornalismo transmídia e a educação transmídia. E-mail: renira.gambarato@ju.se

FERNANDO IRIGARAY

Magister en Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (UNED – España), Licenciado en Comunicación Social y candidato a Doctor en Comunicación Social, en la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Director de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva y de Comunicación Multimedial en la UNR. También es Director Ejecutivo de la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia (ICLA-UNR). Docente e Investigador de grado en la UNR y en varios posgrados de Argentina e Iberoamérica. Dirige y produce programas y documentales para TV, interactivos y transmedia. Obtuvo el Premio Internacional Rey de España Categoría Periodismo Digital 2013 con el DocuMedia Calles Perdidas y fue finalista con el DocuMedia Vibrato en el Premio Nuevo Periodismo Iberoamericano CEMEX+FNPI, categoría Internet (2009). Diploma de Reconocimiento Premio FOPEA al Periodismo de

Investigación de la Argentina en la categoría Periodismo en Profundidad (2015), con el Documedia: Mujeres en Venta. Entre varias distinciones, fue galardonado por la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, con el Reconocimiento por Trayectoria y Compromiso Social (2014). Como editor y compilador publicó 20 libros sobre narrativas transmedia de no ficción y webperiodismo, tanto en español como en portugués. E-mail: fgirigaray@gmail.com

VICENTE GOSCIOLA

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. Autor do livro Roteiro para as Novas Mídias: do Cinema às Mídias Interativas (3ª ed. rev. e ampl. Senac, 2010). Convidado pela Escuela Internacional de Cine y TV San Antonio de los Baños, ofereceu em 2010 o curso Guión para los Nuevos Medios para os alunos do 2º e do 3º ano do Curso Regular. É professor, pesquisador, consultor, realizador e autor nos seguintes temas: narrativa transmídia, alternate reality game-ARG, cinema, hipermídia, narrativa interativa, narrativa complexa em cinema, novas mídias, novas tecnologias, tecnologia e estilo filmico, TV digital interativa, vídeo, web TV, storytelling. E.mail: vicente.gosciola@gmail.com

TERESA PIÑEIRO-OTERO

Doctora en Comunicación por la Universidade de Vigo y profesora contratada en la Universidade da Coruña, donde imparte docencia en el

grado de Comunicación Audiovisual. Miembro del grupo de investigación Comunicación y Cultura Interactiva, ha orientado su investigación hacia las nuevas formas mediáticas en la era de la convergencia y a las nuevas manifestaciones de la comunicación social y el activismo en el contexto de la red social. E-mail: teresa.pineiro@udc.es

AINARA LARRONDO URETA

Doutora em Jornalismo (2008) e Mestre em História Contemporânea (2010). Professora Titular de Jornalismo na Graduação e na Pós-Graduação da Universidade do País Basco (UPV / EHU). Pesquisadora principal do grupo KZBerri sobre inovação no ensino universitário de ciberjornalismo e do Grupo ‘Gureiker’ (Grupo Consolidado do Sistema Universitário Basco). Membro de diversos projetos de pesquisa do Ministério da Espanha e Internacionais (Erasmus +). Autora de vários trabalhos na forma de artigos, livros e papers sobre convergência multimídia, ciberjornalismo, novas narrativas, formatos e transmídia jornalístico, entre outros temas. Pesquisadora visitante da Universidade de Glasgow (2012). E-mail: ainara.larrondo@ehu.eus

ANA SERRANO TELLERÍA

Profesora contratada doctora & PostDoc; responsable de comunicación, consultora de medios, periodista, gerente de proyectos de I + D + i, gerente cultural, actriz, intérprete, cantante y directora de escena. Estudios cros / multi / transmedia; diseño e interfaces; dispositivos móviles, alfabetización mediática y privacidad; comunicación y periodismo on / off line; artes interpretativas y visuales.@AnaSerranoT

- ana.serrano.telleria: ORCID, Research Gate, Academia Edu, LinkedIn, Youtube, Soundcloud, Infojobs. Facultad de Comunicación, Universidad de Castilla La Mancha, España: ana.serrano@uclm.es. Media Studies Department, Facultad de Humanidades, Universidad de Ámsterdam, Países Bajos: a.serranotelleria@uva.nl. LabCom.IFP, Universidad de Beira Interior, Portugal: ana.serrano@labcom.ubi.pt. OsloMet Digital Journalism Research Fellows, Oslo Metropolitan University, Noruega. DIGIDOC, Universidad Pompeu Fabra, España. Innovation on Digital Media, Universidad Carlos III, España. MESO, Universidad de San Andrés, Argentina & Northwestern University (EEUU). InnovaMediaNet: A Network of Researchers. NordMedia Network. SembraMedia: Periodismo Emprendedor. Chicas Poderosas. E-mail: ana.serrano@uclm.es

ANDRÉ LUIZ SENS

Doutor em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com passagem pelo Departamento de Comunicação da Universidade Pompeu Fabra (UPF), em Barcelona. Com extensa experiência em empresas de mídia e tecnologia como Designer, especialmente em projetos digitais e audiovisuais, atualmente dedica-se a função de Professor Adjunto nos cursos de Design e de Animação do Departamento de Expressão Gráfica da UFSC, além de Líder do grupo de pesquisa e extensão LAB DAT - Laboratório em Design, Audiovisual e Transmídia. E-mail: andreلسens@gmail.com

ANDREA CRISTINA VERSUTI

Professora da área de Educação, Tecnologias e Comunicação do Departamento de Métodos e Técnicas da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília. Membro do corpo docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade de Brasília. Atualmente pesquisa processos comunicacionais de transmidiação e educação. Membro dos grupos de pesquisa: GEFI (UFSJ), do grupo de Pesquisa Narrativas Tecnológicas da Universidade Anhembi-Morumbi e do grupo de pesquisa Pensamento e Cultura, da Universidade de Brasília. E-mail: andrea.versuti@gmail.com

CAMILA AUGUSTA PIRES DE FIGUEIREDO

Doutora em Estudos Literários/Literatura Comparada pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) com período de mobilidade na Technische Universität Braunschweig, Alemanha. Mestre em Literaturas de Expressão Inglesa pela UFMG, foi bolsista CAPES/FIPSE na Wayne State University em Detroit/EUA. É pesquisadora na área de intermidialidade, com ênfase em transmídia e adaptações. Trabalha atualmente na Editora UFMG, na condição de Vice-Diretora. E-mail: camilafig1@gmail.com

CECILIA FRONTERA

Nació el 26 de febrero de 1987 en Moreno, Buenos Aires, Argentina. Es fundadora y CEO de E-ducadores Transmediáticos, una organización que tiene como finalidad brindar soluciones profesionales a las demandas de las instituciones y sus agentes con respecto a la inclusión efectiva y

el empleo pedagógico de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación dentro (y fuera) del aula. Desde hace más de 7 años se desempeña como docente de literatura en instituciones públicas de Nivel Medio. Diplomada en Relaciones Públicas y Recursos Humanos (Gestar Educativa) y Licenciada en Tecnología Educativa (UTN FRBA), dirige tesis de grado en la carrera homónima. Además, brinda talleres, conferencias, seminarios y cursos virtuales y presenciales vinculados con tecnología y educación en instituciones de Nivel Medio y Superior de Argentina, México y España. Ha escrito diversos artículos académicos en revistas digitales como El Arcón de Clío, Reino de Valencia, entre otras y en 2019 publicó su libro “La Narrativa Transmedia: Propuestas interactivas para trabajar en el aula”, perteneciente a la Colección Educación y Tecnología de la editorial Sb. Parlamentaria Mundial en el Parlamento Mundial de Educación, participa activamente en congresos nacionales e internacionales con el objetivo de promover el intercambio académico y la calidad educativa alrededor del mundo. E-mail: lic.ceciliafrontera@hotmail.com

CHANTAL ARDUINI AMAYA

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes. Diplomada en Metodologías de la Investigación en Ciencias Sociales por la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Fue becaria del CIN (2018-2019) y actualmente es becaria de la Secretaría de Investigaciones de la UNQ (2019-2020). Cursa la Especialización en Métodos y Técnicas de investigación social en CLACSO y, además, es Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de La

Plata. Asimismo, Integra dos proyectos de investigación radicados en la UNQ: Observatorio de Medios. Agendas, calidad informativa y procesos productivos en los principales medios del país y Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública y en plataformas on demand nacionales. Su tema de investigación son las narrativas transmedia de ficción en Argentina. E-mail: yantyarduini@gmail.com

CLÁUDIA VIEIRA BARBOZA SUMIKAWA

Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade de Brasília (UnB) – Brasília, DF – Brazil. Email: claudiavieirabarboza@gmail.com

DENIS RENÓ

Jornalista e fotógrafo, livre-docente em Ecologia dos Meios e Narrativas Imagéticas pela Universidade Estadual Paulista - UNESP (Brasil), possui pós-doutorado em Jornalismo Transmídia pela Universidade Complutense de Madri (Espanha) e pós-doutorado em Interfaces Interativas para o jornalismo transmídia pela Universidade de Aveiro (Portugal). Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Brasil), é professor associado na Universidade Estadual Paulista - UNESP (Brasil), além de professor visitante na Universidade Nacional de Rosario (Argentina), Universidade Técnica Particular de Loja - UTPL (Equador) e professor honorífico na Universidade Complutense de Madri (Espanha). E-mail: denis.reno@unesp.br

DENISE FREITAS DE DEUS SOARES

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Especialista em Tendências e Perspectivas em Jornalismo (UFPI), Especialista em Telejornalismo (UFPI) e Marketing e Jornalismo Político (IEMPI). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação COMUM (UFPI). Tem 15 anos de experiência em televisão e sua área de pesquisa envolve estudos sobre práticas de televisão e convergência de mídia. Email: denisefreitass@hotmail.com

FABIANA PICCININ

Jornalista (UFSM), licenciada em Letras-Inglês (UNISC) e doutora em Comunicação Social (PPGCOM-PUCRS). Professora adjunta e pesquisadora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Mestrado e Doutorado em Letras da UNISC. Vice-Coordenadora do Grupo de Estudos de Narrativas Literárias e Midiáticas” (GENALIM - CNPQ), integrante do Grupo de Ações e Intervenções Autopoéticas (Gaia – CNPQ), do Grupo Pesquisa Mundial de Valores (World Values Survey) (UFRGS-CNPQ) e do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIP - Tele). Faz parte da RENAMI, Rede de Narrativas Midiáticas e da TELEJOR, Rede de Telejornalismo, ambas ligadas à SBPJor (Sociedade Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo) e da US International Exchange Alumni. É associada à AEJMC (Association for Education in Journalism and Mass Communication). E-mail: fabi@unisc.br

JULIANA FERNANDES TEIXEIRA

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (Salvador/Brasil) e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (Covilhã/Portugal), por meio do regime de co-tutela entre as duas instituições. Realizou entre 2016 e 2018 estágio pós-doutoral na Universidade Federal do Piauí, onde, atualmente, é professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social. É integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM-UFPI). Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Realiza pesquisas acadêmicas nas áreas de jornalismo audiovisual, telejornalismo, ciberjornalismo e dispositivos móveis e já atuou profissionalmente no campo da assessoria de comunicação. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com

LEONARDO CORZO

Facultad de Ciencias de la Comunicación- Universidad Nacional de Córdoba. Integrante del equipo de investigación “Experiencias de Comunicación Transmedia Social/educativa. Un aporte para la participación efectiva de los actores sociales en procesos de comunicación/organización/educación” Orientado al campo de la comunicación digital interactiva y la comunicación estratégica. E-mail: leonardocorzo91@gmail.com

MARIANA XOCHIQÉTZAL RIVERA GARCÍA

Doctora en Ciencias Antropológicas por la UAM-I y maestra en Antropología Visual por la FLACSO-Ecuador. Actualmente es investigadora de la Dirección de Etnología y Antropología Social del INAH y se desempeña como documentalista y fotógrafa independiente. Trabaja en torno a la antropología visual temas como la memoria, cine documental y etnográfico, y más recientemente sobre narrativas transmedia. Es autora de diversos artículos especializados en antropología visual, así como de ensayos fotográficos. También es realizadora de los documentales Sueños de Mayo (2011), Escribiendo sobre el telar (2013), Telares Sonoros (2014) Nos pintamos solas (2014); El hilo de la memoria (2016), Huellas para la memoria (2016); y su más reciente largometraje documental Se va la vida, compañera (2018). También destacan cortometrajes documentales musicales, así como videoclips bajo el sello de la casa productora Urdimbre Audiovisual. E-mail: marianaxrg@gmail.com

MATHEUS TAGÉ VERISSIMO RIBEIRO

Jornalista, fotógrafo e professor universitário. Doutor em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi. Formado em Jornalismo pela Universidade Católica de Santos, Especialista em Imagem e Comunicação pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e Mestre em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi. Coordenador do Curso de Fotografia da Universidade Paulista - Santos. É professor-adjunto da Universidade Paulista e da Universidade São Judas Tadeu - Campus Unimonte. Professor-convidado de pós-graduação da Universidade de São Paulo (ECA - USP) e da Universidade Anhembi Morumbi. Membro

dos grupos de pesquisa: Narrativas Tecnológicas (Cnpq - UAM) e Tecnologia, Comunicação e Mercado (Cnpq - Unip), autor de diversos artigos e capítulos de livros de Comunicação. E-mail: matheustage@gmail.com

NAIR PRATA

Jornalista (UFMG), doutora em Linguística Aplicada (UFMG) com estágio de pós-doutoramento na Universidad de Navarra (Espanha), professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), diretora Científica da Intercom, membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor). Email: nairprata@uol.com.br

SAMIRA DE SOUZA BRANDÃO

Performer e professora, trabalha há 20 anos com teatro, performance, xamanismo, treinamentos e multimídia. Professora no curso Comunicação das Artes do Corpo da PUC/SP desde 2002. Bacharel em Artes Cênicas e Mestre em Artes, ambos pela Unicamp. Participou do Grupo Ka, do encenador Renato Cohen de 1998 a 2003. Com as performances “Eu Nasci Aqui” e “Preto no Branco” participou de festivais e residências artísticas no Québec, Cidade do México, Santiago do Chile e Rotterdam. Desde 2012 desenvolve o Projeto Eu Nasci Aqui, com artistas visuais e multimídia. Seu livro KA: a sombra da alma – performance e xamanismo no espetáculo de Renato Cohen foi publicado em 2014 pela Editora Annablume. E-mail: samira_br@outlook.com

SERGIO RICARDO QUIROGA

Mestrado em Ensino Superior. Pesquisador do Instituto Cultural Argentino (ICAES). Email: sergioricardoquiroya@gmail.com

SÉRGIO ROCLAW BASBAUM

Multiartista e pesquisador. Músico, bacharel em Cinema (ECA-USP), mestre e doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), com pós-doutorado em filosofia (UNESP). Professor do programa de pós-graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da PUC-SP, e coordenador da Pós Graduação em Música e Imagem da Faculdade Santa Marcelina. É autor de “Sinestesia, Arte e Tecnologia” (Annablume-FAPESP, 2002), “O Primado da Percepção e suas Consequências nos Ambientes Midiáticos” (Intermeios-FAPESP, 2017), “Redesejo - Logo Haicais e outros poemas” (Laranja Original, 2018), além de diversos artigos publicados no Brasil e no exterior. Possui dois álbuns de composições originais no terreno música instrumental e da canção popular, e diversos trabalhos realizados como artista, empregando diferentes suportes e mídias. Atualmente, dedica-se à pesquisas de improvisação audiovisual envolvendo recursos analógicos e digitais, com o trio [:a.cinema:]. E-mail: sbasbaum@gmail.com

SÔNIA CALDAS PESSOA

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), doutora em Estudos Linguísticos (UFMG). Coordenadora do Afetos - Grupo de

Pesquisa em Comunicação, Acessibilidade e Vulnerabilidades (UFMG).
Email: soniacaldaspeessoa@gmail.com

VAGNER BOZZETTO

Mestrando e bolsista PROSUC/CAPES no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Integrante do Grupo de Estudos de Narrativas Literárias e Midiáticas” (GENALIM - CNPQ). Graduado em Comunicação Social - Produção em Mídia Audiovisual pela Universidade de Santa Cruz do Sul (2012). Atualmente é produtor audiovisual (BSK Filmes). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Radiodifusão. E-mail: vagbozz@gmail.com

VALQUÍRIA APARECIDA PASSOS KNEIPP

Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista - UNESP (1990), tem mestrado (2002) e doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - USP. É Professora Associada de graduação e pós-graduação da UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (desde 2009). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo, atuando como assessora de imprensa e telejornalista (nas funções de editora de texto, editora-chefe, produtora, coordenadora de produção e apresentadora de programa de entrevista). E-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br

VALTEMIR DOS SANTOS RODRIGUES

Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade de Brasília (UnB) – Brasília, DF – Brazil.
Email: valtemir.rodrigues@gmail.com

VANESSA CARDOZO BRANDÃO

Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), doutora em Literatura Comparada (UFF), membro do Afetos - Grupo de Pesquisa em Comunicação, Acessibilidade e Vulnerabilidades (UFMG) e do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon/UFMG). Email: vcbrandao@gmail.com

YAIZA POZO MONTES

Graduada em Jornalismo e mestre em Comunicação Social, é doutoranda na Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicação da Universidade do País Basco - Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV-EHU), onde atualmente trabalha em uma tese sobre inovação e empreendedorismo nos processos de produção convergentes e modelos de negócios das empresas de comunicação na Comunidade Autônoma Basca. Com experiência de trabalho nos meios de comunicação, suas linhas de pesquisa abordam o transmídia. E-mail: yaizapozomontes@gmail.com

Índice Remissivo

A

Arte 16, 21, 25, 29, 38, 43, 69, 98, 119, 209, 211, 320, 363,
368, 371, 377, 388, 400, 404, 407, 411, 420, 432, 440,
442, 445, 462
Artes 98, 368, 388, 407, 432, 442, 445, 453, 462

B

Blog 70, 119, 149, 153, 154, 156, 157, 159, 160, 164, 165,
167, 301, 339, 409, 411, 433, 449
Blogs 8, 22, 78, 92, 94, 126, 147, 149, 150, 151, 155, 156,
159, 164, 165, 181, 219, 239, 242, 244, 245, 246, 278,
280, 287 314

C

Cidade 89, 90, 111, 114, 206, 232, 435, 442, 461
Cidades 246, 329
Ciudad 25, 370, 378, 383, 387, 395, 396, 397, 398, 399, 400,
401, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 420, 421, 422, 423,
424, 425, 426, 427, 430, 431, 432, 433
Ciudades 10, 25, 398, 413, 418, 420, 421, 423, 424, 425, 431,
434

Comunicação 4, 28, 35, 36, 37, 39, 44, 45, 46, 47, 51, 52, 56,
58, 60, 62, 66, 74, 102, 108, 115, 118, 143, 147, 187, 191,
192, 193, 197, 199, 200, 203, 209, 211, 213, 217, 219, 222,
232, 230, 233, 237, 238, 239, 240, 242, 257, 259, 328, 330,
333, 350, 361, 363, 366, 368, 437, 448, 449, 451, 452, 454,
455, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464

Comunicações 102

Comunicación 20, 69, 70, 71, 120, 123, 132, 140, 141, 143,
168, 169, 171, 172, 173, 176, 182, 183, 184, 185, 211,
233, 234, 267, 268, 269, 277, 285, 289, 292, 295, 296,
297, 299, 300, 301, 303, 305, 307, 308, 309, 310, 315,
318, 319, 373, 376, 377, 379, 383, 390, 391, 393, 394,
409, 410, 411, 414, 415, 416, 424, 432, 433, 451, 452,
453, 454, 456, 459

Comunicaciones 318, 400

Crossmedia 174, 175, 182, 184, 196, 197, 198, 199, 211

D

Design 4, 9, 24, 30, 48, 65, 201, 221, 265, 275, 277, 282, 283,
284, 285, 327, 330, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361,
362, 363, 365, 366, 367, 368, 369, 454, 462

Diário 149, 153, 154, 160, 161, 162, 165, 207, 351, 440

Diários 8, 22, 147, 149, 151, 158, 440

Diseño 25, 70, 122, 123, 127, 128, 131, 176, 211, 261, 263,
268, 269, 275, 313, 319, 320, 377, 391, 421, 453

Diseños 299

Documental 9, 25, 136, 175, 311, 373, 377, 381, 387, 390,
404, 405, 406, 407, 409, 410, 460
Documentales 376, 381, 383, 390, 393, 411, 451, 460

E

Ecologia dos meios 190, 457
Ecosistema 71, 143, 174, 262, 390, 393, 396, 409, 413, 415,
417, 418, 424, 426, 428, 429, 430
Ecosistemas 275, 414, 417, 418, 429, 430
Ecossistema 66, 67, 213, 214, 215, 223, 224, 227, 232, 306,
408, 412
Educação 16, 44, 252, 257, 308, 329, 330, 336, 338, 341, 343,
350, 351, 449, 451, 455, 457, 464
Educación 21, 24, 70, 292, 293, 296, 298, 299, 300, 303, 304,
307, 308, 311, 317, 325, 326, 431, 433, 456, 459
Entretenimento 7, 27, 38, 39, 43, 51, 54, 56, 57, 62, 66, 94, 100,
110, 147, 161, 166, 199, 207, 235, 239, 240, 241, 333, 334
Entretenimiento 20, 21, 23, 122, 123, 124, 176, 294, 415

F

Facebook 45, 46, 49, 51, 132, 139, 151, 174, 180, 181, 203,
245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 256, 258, 260, 267,
278, 280, 286, 342
Formação continuada 328, 329, 336, 348, 349

G

Guión 452

H

Hipermedia 271, 395, 411

Hipermídia 29, 35, 190, 191, 198, 205, 222, 452

Hipertexto 190, 211

Hipertextos 374

I

Instagram 45, 46, 132, 163, 174, 180, 181, 245, 247, 250, 251, 253, 259, 342, 423, 431, 432, 434

Interface 103, 221, 224, 226, 228, 230, 231, 282, 283, 284, 291, 308, 343, 357, 358, 360, 361, 363, 364

Interfaces 10, 25, 131, 214, 215, 223, 291, 292, 293, 301, 302, 306, 359, 363, 368, 408, 412, 413, 414, 415, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 453, 457

Internet 8, 22, 60, 67, 76, 80, 99, 103, 107, 109, 114, 115, 116, 117, 118, 125, 126, 137, 143, 157, 158, 159, 164, 165, 175, 189, 191, 197, 199, 200, 204, 219, 220, 233, 238, 239, 240, 246, 249, 261, 263, 265, 269, 291, 295, 296, 297, 298, 306, 314, 315, 319, 331, 338, 339, 342, 347, 348, 372, 373, 423, 427, 448, 451

Intertextual 9, 24, 99, 115, 116, 191, 192, 289, 293

Intertextualidad 294, 415

Intertextualidade 13, 105, 107, 108, 116, 191, 235, 354

J

Jornalismo 8, 23, 186, 187, 189, 195, 202, 232, 248, 250, 251, 252, 256, 257, 258, 259, 260, 276, 277, 282, 283, 284, 453, 457, 458, 459, 460, 461, 464

Jornalismo Transmídia 8, 23, 186, 187, 189, 195, 232, 457

L

Literarios 4, 9, 310, 315, 322

Literários 152, 365

M

Marvel 7, 22, 73, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 88, 93, 94, 96, 98

Metodologia 34, 56, 57, 243, 329, 335, 336, 337, 347, 348

Metodologias 222, 332, 352

Metodología 24, 178, 275, 302, 304, 305, 311, 316, 370, 383, 434

Metodologías 298, 304, 305, 375, 376, 383, 456

N

Narrativa 4, 7, 8, 9, 10, 14, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 47, 49, 51, 52, 62, 69, 73, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 95, 96, 98, 99, 101, 103, 104, 105, 106, 108, 116, 120, 127, 128, 140, 147, 148, 149, 152, 153, 154, 156, 158, 160, 164, 165, 167, 170, 171, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 183, 184, 185, 187, 188, 189, 192, 193, 194, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 204, 206, 207, 209, 210, 214, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 223, 225, 226, 227, 229, 230, 231, 235, 236, 238, 241, 242, 243, 244, 246, 257, 294, 295, 311, 312, 313, 318, 323, 324, 325, 334, 335, 350, 357, 359, 360, 361, 362, 363, 365, 370, 373, 374, 377, 378, 379, 380, 382, 384, 386, 391, 393, 395, 396, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 409, 410, 411, 416, 422, 435, 436, 437, 438, 443, 444, 445, 446, 448, 449, 451, 452, 456

Narrativas 14, 15, 16, 20, 21, 23, 25, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 52, 62, 67, 68, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 88, 89, 91, 92, 93, 96, 101, 103, 105, 109, 112, 122, 125, 128, 129, 131, 136, 138, 143, 145, 168, 169, 170, 172, 177, 179, 182, 183, 184, 185, 189, 193, 194, 199, 204, 206, 209, 214, 215, 217, 221, 222, 223, 231, 232, 233, 234, 239, 242, 253, 257, 263, 265, 282, 289, 308, 334, 336, 337, 341, 346, 358, 361, 365, 370, 373, 374, 377, 380, 383, 385, 389, 390, 391, 392, 393,

394, 401, 402, 403, 405, 406, 407, 409, 410, 411, 416,
436, 437, 440, 447, 448, 451, 452, 453, 455, 457, 458,
460, 461, 463.

Notícia 66, 216, 220, 240, 365

Notícias 8, 23, 54, 66, 159, 187, 188, 189, 192, 194, 195,
196, 198, 200, 201, 202, 204, 205, 209, 213, 246, 249,
250, 251, 256.

P

Performance 10, 25, 96, 114, 177, 344, 435, 438, 441, 442,
444, 445, 446, 448, 449, 461.

Performances 25, 442, 461.

Periodismo 9, 21, 23, 71, 144, 183, 188, 211, 232, 236, 259,
261, 262, 263, 264, 265, 270, 273, 274, 279, 281, 377,
409, 410, 416, 433, 451, 452, 453, 454.

Podcast 111, 125, 127, 129, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138,
139, 140, 141, 143, 144, 145, 146, 263.

Podcasts 141, 264.

R

Radio 8, 21, 22, 52, 55, 119, 120, 122, 123, 124, 125, 126, 127,
128, 129, 133, 134, 139, 140, 141, 143, 264, 273.

Rádio 7, 8, 21, 22, 51, 53, 54, 55, 56, 60, 61, 67, 99, 100, 103,
104, 105, 106, 107, 108, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117,
118, 119, 141, 142, 143, 200, 206, 213, 239.

Rede Social 149, 193, 247, 248, 250, 251, 253, 254, 255
 Redes Sociais 40, 45, 60, 64, 65, 67, 76, 82, 92, 147, 151, 162,
 164, 191, 192, 193, 209, 219, 227, 239, 242, 244, 245, 246,
 247, 249, 250, 253, 255, 256, 259, 344
 Redes Sociales 126, 127, 170, 171, 178, 180, 181, 264, 266,
 267, 295, 296, 305, 315, 399, 423, 424, 425.
 Red Social 179, 181, 453.
 Roteiro 7, 22, 35, 73, 74, 78, 86, 90, 97, 98, 116, 193, 196,
 201, 365, 452.

T

Telejornalismo 8, 23, 235, 236, 241, 243, 244, 253, 254, 255,
 259, 458, 459.
 Televisão 7, 8, 21, 22, 44, 51, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 67,
 68, 99, 103, 105, 107, 108, 115, 116, 117, 149, 150, 157,
 158, 159, 163, 164, 166, 191, 200, 206, 207, 213, 219,
 232, 239, 240, 243, 245, 246, 247, 249, 253, 254, 255,
 257, 334, 458.
 Televisões 52, 54, 55, 56.
 Televisión 21, 69, 70, 71, 123, 124, 127, 128, 173, 185, 273, 395.
 Televisiones 71.
 Territorialidad 9, 25, 390, 395, 396, 397, 410.
 Tesis Doctoral 8, 168, 409
 Transmedia 7, 8, 9, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26,
 37, 38, 48, 49, 50, 69, 70, 71, 72, 97, 101, 120, 121, 122,
 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134,

135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 144, 145, 147,
166, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178,
180, 182, 183, 184, 185, 188, 192, 207, 210, 211, 212,
232, 234, 236, 259, 261, 262, 263, 265, 270, 271, 272,
273, 274, 278, 279, 281, 282, 283, 284, 285, 294, 295,
308, 310, 311, 312, 313, 314, 318, 323, 324, 325, 354,
366, 367, 368, 369, 370, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379,
380, 382, 383, 384, 385, 386, 389, 390, 391, 392, 393, 394,
395, 401, 402, 404, 405, 407, 409, 410, 411, 413, 415, 416,
417, 418, 420, 422, 424, 426, 427, 428, 430, 431, 432, 433,
434, 437, 451, 452, 453, 456, 457, 459, 460.

Transmedialidad 23, 72, 174, 183, 184, 295, 307, 430.

Transmídia 9, 13, 14, 15, 16, 21, 22, 23, 24, 29, 35, 36, 37, 38,
39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 51, 52, 53, 54, 55,
56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 73, 75, 77,
78, 80, 92, 94, 95, 98, 99, 100, 101, 103, 105, 106, 115,
116, 147, 148, 149, 153, 158, 159, 163, 187, 188, 190,
192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202,
203, 204, 206, 207, 208, 209, 210, 216, 217, 218, 219,
220, 221, 231, 235, 236, 238, 239, 241, 242, 243, 244,
245, 246, 253, 254, 257, 259, 288, 341, 354, 355, 357,
358, 359, 360, 361, 362, 363, 365, 368, 435, 437, 438,
441, 444, 445, 446, 451, 452, 453, 455, 457, 464.

Transmídias 253, 257.

Transmidialidade 8, 13, 14, 23, 213, 216, 217, 227, 355, 357,
365.

Tweets 126.

Twitter 45, 46, 51, 60, 61, 151, 154, 155, 156, 174, 180, 245,
246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 256, 258, 260.

