

CONVERGÊNCIA E TRANSMÍDIA:

galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo

Copyright © 2012
SBPjor / Associação
Brasileira de
Pesquisadores em
Jornalismo

GEANE ALZAMORA
Universidade Federal de Minas Gerais
LORENA TÁRCIA
Centro Universitário de Belo Horizonte

RESUMO - Este artigo procura discutir as possibilidades de aplicação no Jornalismo do conceito de narrativa transmidiática, proposto por Henry Jenkins (2003) no âmbito das narrativas ficcionais. Aborda inicialmente as definições de *Transmedia Storytelling*, investiga as diferenças conceituais entre convergência e transmídia e propõe uma abordagem própria do conceito de transmídia no universo jornalístico, fundada na perspectiva do conhecimento produzido em dimensão transmidiática e nas especificidades informacionais dos formatos. Conclui com uma exploração inicial de exemplos de narrativas emergentes no contexto do jornalismo transmidiático, como o Jornalismo de Imersão e os *newsgames*, sugerindo que o experimentalismo seja um aspecto marcante da narrativa transmídia.

Palavras-chave: Rede. Jornalismo. Narrativa transmidiática. Convergência.

CONVERGENCE AND TRANSMEDIA

semantic galaxies and emerging narratives in journalism

ABSTRACT - This paper discusses the possibilities of the application in Journalism of the Transmedia Storytelling concept, proposed by Henry Jenkins (2003) for the fictional sphere. This paper first explores the definitions of Transmedia Storytelling and the conceptual differences between convergence and transmedia. It also proposes an approach to the transmedia concept in the journalistic universe, based on the perspective of knowledge produced in the transmedia dimension and on the formats' informational specificities. The study concludes with an initial exploration of examples about emerging narratives in transmedia journalism. The examples addressed are Immersive Journalism and Newsgames, suggesting that experimentation is an outstanding aspect of transmedia storytelling.

Keywords: Network. Journalism. Transmedia Storytelling. Media Convergence.

INTRODUÇÃO

Em 12 de julho de 2011, a revista *The Economist* abriu debate *on-line* sobre o tema “A indústria da notícia”, com a seguinte moção inicial: “*esta casa acredita que a internet está melhorando o jornalismo e não piorando*”¹. Após dez dias de discussões entre o defensor da moção, Jay Rosen e o opositor, Nicholas Carr, venceram os argumentos de Rosen, uma visão positiva a respeito dos efeitos das tecnologias digitais e internet sobre a produção e distribuição da notícia. Ainda que o resultado seja interessante, gostaríamos aqui de destacar o processo e a metodologia utilizados pela revista para promover o evento.

Os debates promovidos por *The Economist* seguem o modelo da *Oxford Union*, a mais famosa sociedade de debates do mundo, localizada na Oxford University, instituição com 186 anos de história. A metodologia tem sido utilizada há décadas por estadistas, intelectuais e pensadores dos vários campos do conhecimento. Consiste em uma discussão aberta, na qual o “proponente” defende uma assertiva a ser criticada e rebatida por um “opositor”. Um moderador administra as três chances de persuasão dadas a cada lado: abertura, refutação/réplica e fechamento.

The Economist transferiu a metodologia para o universo virtual e, desde 2007, já realizou mais de 80 debates sobre temas diversos. No formato *on-line* leitores de várias partes do mundo são convidados a opinar, ou seja, não existe uma localização territorial para o evento. É possível participar 24 horas por dia, os argumentos de todas as partes envolvidas estão repletos de *hiperlinks* para outros contextos de argumentação, os debates são divulgados nas redes sociais e, mesmo depois de encerrados, continuam *on-line* para posteriores consultas e referências, sem custos de impressão ou distribuição por parte do promotor.

Recorremos a este exemplo para introduzir este artigo sobre a aplicação do conceito de transmídia no jornalismo, por exemplificar bem algumas das possibilidades de comunicação expandidas a partir das tecnologias digitais. A analogia proposta é a seguinte: assim como o formato inicial de Oxford serve como referência para a proposta virtual, porém se transforma com as tecnologias digitais em rede, os formatos consolidados midiaticamente devem servir de referência para as narrativas transmídia, porém adaptados ao contexto fluido e heterogêneo dos interstícios da rede.

Seria isso o que ocorre com o chamado jornalismo transmidiático? O que afinal, haveria de novo neste processo de produção e distribuição

da notícia em plataformas múltiplas? Como o conceito de Jenkins (2008) poderia ser aplicado no mundo das notícias, uma vez que foi concebido tendo como base o universo ficcional? Em que se diferencia da tão falada convergência de mídias?

Definições de Narrativa Transmídia

Henry Jenkins utilizou o termo transmídia pela primeira vez em artigo da revista *Technology Review*, em 2003². Três anos mais tarde aperfeiçoou o conceito no livro *Cultura da Convergência*, publicado no Brasil em 2008. Interessado especificamente no filme *Matrix*, o autor dizia que a experiência dos irmãos Wachowski se expandia além das telas do cinema, constituindo-se numa narrativa transmidiática (*Transmedia Storytelling*).

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2008, p. 135).

Com base na conceituação proposta por Jenkins, Scolari (2009) define Narrativa Transmídia³ como uma estrutura que se expande tanto em termos de linguagens (verbais, icônicas, textuais etc) quanto de mídias (televisão, rádio, celular, internet, jogos, quadrinhos etc). Uma característica importante deste tipo de narrativa, de acordo com este autor, é não se repetir ou simplesmente ser adaptada de uma mídia para outra. As histórias se complementam em cada suporte e devem fazer sentido isoladamente, conforme propõe Jenkins. O autor ressalta que o termo ainda gera muita confusão.

Conceitos como “cross media” (Bechmann Petersen, 2006), “plataformas múltiplas” (Jeffery-Poulter, 2003), “mídias híbridas” (Boumans, 2004), “Commodity intertextual” (Marshall, 2004), “mundos transmidiais” (Klastrup & Tosca, 2004), “interações transmidiais” (Bardzell, Wu, Bardzell & Quagliara, 2007), “multimodalidade” (Kress & van Leeuwen, 2001), ou “intermídia” (Higgins, 1966) podem ser encontrados orbitando na mesma galáxia semântica (SCOLARI, 2009, p. 588, tradução nossa).

Para Bechmann Petersen (2006, p. 95, tradução nossa), estes fenômenos dizem respeito à mesma experiência, traduzida em “um senso de produção e prática interpretativa baseados em narrativas expressas

por uma combinação coordenada de linguagens e mídias ou plataformas”.

Pernisa Júnior (2010) estende esta conexão ao conceito de multimídia tal como proposto por Pierre Levy no começo dos anos 1990. Na avaliação de Pernisa Júnior, tanto Levy quanto Jenkins “traçam estratégias que relacionam veículos diversos, com o intuito de montar uma grande história, que Jenkins chama de universo” (PERNISA JÚNIOR, 2010, p. 144).

Convergência e Transmídia

No campo do Jornalismo, são poucas as abordagens conceituadas como Narrativa Transmídia⁴. Entretanto, existe pelo menos uma dezena de livros sobre Jornalismo Convergente, publicados principalmente nos Estados Unidos. O que diferenciaria estes dois conceitos? Estaríamos, mais uma vez, nos referindo ao mesmo fenômeno, com semânticas distintas?

Segundo Fidler (1997), foi Nicholas Negroponte quem primeiro chamou a atenção para o fenômeno da convergência, nas palestras que fazia pelos Estados Unidos, em 1979, levantando fundos para a construção de uma sede para o *Media Labs*, no *Massachusetts Institute of Technology* (MIT). Fidler conta que as pessoas geralmente ficavam espantadas diante da “revelação” de Negroponte de que todas as tecnologias de comunicação estavam passando por uma metamorfose, que só poderia ser entendida adequadamente quando tratada como um único tópico.

Desde que Negroponte construiu sua teoria sobre a convergência, o termo tem sido utilizado em diversas circunstâncias, gerando confusão. Nos anos 1990, por exemplo, o termo remetia à conjunção de recursos de linguagem provenientes de vários meios em um único ambiente midiático, então chamado hiperídia. Na época havia uma relação conceitual entre multimídia e convergência. Atualmente, o termo remete a transmídia e é usado para designar o fluxo de conteúdos dispersos entre conexões de mídias digitais. “A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 28). Ele destaca o papel da cultura participativa nesse cenário.

Quinn (2005, p. 3, tradução nossa) diz que assim como a beleza está nos olhos de quem vê, também a definição de convergência depende da perspectiva de cada indivíduo. O autor chama a atenção para uma característica importante da convergência: o fato de variar de país

para país, de cultura para cultura e de empresa para empresa. “O tipo de convergência que se desenvolve em qualquer empresa será um produto da cultura desta empresa”.

Pernisa Júnior (2010) apresenta, a nosso ver, uma visão restrita de convergência, comparando-a à unimídia de Lévy. Para ele, a convergência não deve ser entendida diretamente como uma experiência transmidiática, mas como a junção de linguagens em um meio como a internet. Já a Narrativa Transmídia iria mais além, tratando de

um modelo de narrativa em que várias plataformas são utilizadas ao mesmo tempo para contar uma história. No entanto, as plataformas são utilizadas de “forma inteligente”, sincronizadas, sem cair na redundância de conteúdo e com alto índice de participação das pessoas (DÓRIA, *apud* PERNISA JÚNIOR, 2010, p. 3).

Na tentativa de refinar o conceito de convergência, Jenkins (2008) é categórico ao afirmar que nunca haverá o que a indústria propaga como um único aparelho transmitindo todo o conteúdo de notícias e entretenimento.

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 parte, e nós usaremos todos os tipos dos 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).

Já Ford (2006) é mais incisivo ao afirmar que convergência ultrapassa o conceito de transmídia.

Eu tenho que discordar da visão [do publicitário Aayush Iyer, 2006] de que a idéia de transmídia é um truque publicitário ou pobre em conteúdo. E eu nunca afirmaria que convergência é um termo que está perdendo sua utilidade, especialmente porque nossa pesquisa no C3 está totalmente baseada neste conceito. Mas a convergência de mídias implica uma visão muito mais ampla do que o processo de transmídia, que significa apenas contar uma história por meio de múltiplas plataformas de mídia (FORD *in* IYER, 2006, tradução nossa).

No entanto, este mesmo autor considera o termo convergência como abrangente demais e desgastado por se referir a fenômenos diversos, como a produção de conteúdo em mídias múltiplas por apenas um profissional ou o corte de custos promovido pelas empresas de mídia. “O problema não é a convergência. É nossa habilidade em encontrar precisão em nossa língua para descrever o que representa a

convergência no Jornalismo” (FORD, 2007).

Ao abordar os mitos e realidades sobre convergência, o diretor do projeto *IfraNewsplex*, na Universidade da Carolina do Sul, Randy Covington, afirma que o processo não se concentra nos limites das tecnologias, mas no conteúdo. Para ele, “as empresas de mídia estarão melhor servidas se focarem nas histórias e não nas plataformas” (COVINGTON, 2006, p. 3, tradução nossa)

Neste artigo, não focaremos nas diferentes abordagens conceituais e adotaremos a proposta de Ford, considerando narrativas transmidiáticas como um fenômeno integrante de um processo maior de convergência das mídias.

Jornalismo transmídia

Em fevereiro de 2010, o diretor da *Starlight Entertainment* e um dos pioneiros na prática das narrativas intermediáticas, Jeff Gomez, esteve no Brasil, a convite da Rede Globo. Ao ser questionado sobre a possibilidade de aplicação dos conceitos de transmídia ao jornalismo, respondeu:

A essência é a habilidade de converter histórias, de um jeito que fará você esperar o comercial para ver o que acontece e até tomar ações. Mas acho que a principal coisa que pode ajudar é permitir um diálogo mais estreito entre o espectador e o jornalista, e a empresa de comunicação. Quando há diálogo é mais fácil de fazer mudanças (GOMEZ, 2010)⁵.

Scolari (2011) defende perspectiva semelhante. Para ele, ainda que o conceito tenha sido utilizado primordialmente no universo do entretenimento, é preciso pensar em sua aplicação fora do universo ficcional.

Creo que ha llegado el momento de expandir la mirada analítica e incorporar en nuestros estudios transmidiáticos otras tipologías discursivas, desde el discurso publicitario hasta el periodístico, pasando por el político o el género documental (SCOLARI, 2011).

O autor destaca duas vertentes principais da narrativa transmídia neste contexto:

- **A história é contada por meio de vários meios e plataformas:** ao contrário da narrativa monomidiática, ela começa em um meio e continua em outros. O relato aproveita o melhor de cada meio para se expandir;

- **Os prosumidores⁶ também colaboram na construção do mundo narrativo:** ao relato gerado pelo emissor (de cima para baixo), deve-se somar a produção de baixo para cima, ou seja, a colaboração

dos consumidores, agora convertidos em produtores.

Scolari acredita que o Jornalismo se encaixa nestas duas premissas:

Podría decirse que el periodismo cumple las dos condiciones que caracterizan a las narrativas crossmedia: estamos en presencia de una historia que se cuenta a través de varios medios (web, RSS, blogs, radio, televisión, prensa impresa, etc.) y a su vez está enriquecido con los aportes de los usuarios (blogs, comentarios, tweets, llamadas telefónicas, cartas al editor, etc.) (SCOLARI, 2011).

Em um interessante debate ambientado em seus *blogs*, os pesquisadores Sam Ford (2006) e Aayush Iyer (2005) escrevem sobre o que consideram ser o conceito de transmídia. Iyer aborda o tema sob o ponto de vista da publicidade, enquanto Ford encaminha a discussão para o futuro da mídia impressa, sua área de interesse. Em um *post* de maio de 2006, intitulado *What I mean, when I say Transmedia*, Iyer reflete sobre as diferenças entre o conteúdo da *web*, das mídias impressas e eletrônicas. Destaca a necessidade de melhor entendimento entre os diferentes tipos de publicação, considerando o que cada um tem de característico e tirando vantagem das diferenças e singularidades.

O que vemos até agora, é uma clara divisão no pensamento relativo às três formas de mídia. E, embora haja algumas operações de mesclagem fazendo um trabalho razoável de integração das partes, raramente presenciamos uma verdadeira harmonia de mídias. O que aconteceria se uma implementação bem-sucedida de transmídia finalmente acontecesse? O fim da divisão; estabelecimento das singularidades de cada mídia – verdadeira agregação de recursos; harmonia das facetas criando uma visão universal – levando à lealdade do usuário (IYER, 2005, tradução nossa).

Ford (2006) dialoga com Iyer (2005) sobre o papel do jornalismo impresso no processo de transmídia.

Como venho de uma formação jornalística, especificamente a mídia impressa, estou intrigado com suas colocações relacionadas aos jornais. É claro que os jornalistas dos jornais impressos começaram a perceber o quanto seu papel está crescendo na sociedade, mas essa visão está apenas começando a afetar o tipo de jornalismo que produzem. Uma discussão que tivemos no MIT foi com relação ao papel do jornalismo investigativo no ambiente de transmídia como o que estamos entrando... seriam as mídias impressas e suas formas de distribuição as mais beneficiadas pelos investimentos neste processo? Mas qual seria o mercado para toda essa miscelânea atualmente? (FORD apud IYER, 2005, tradução nossa).

Em outro *post* publicado no *MIT Convergence Culture Consortium* (C3), em abril de 2007, Ford declara que é preciso explicar o que é um *jornalismo transmidiático* e diferenciá-lo do que é chamado de “uberjornalismo”, em que o repórter torna-se uma espécie de faz-tudo na redação integrada dos diversos veículos de um conglomerado de mídia.

Para ele

O propósito de uma notícia transmídia é informar os leitores da melhor maneira possível, e utilizando uma combinação de formas de mídias para fazê-lo absorver a informação que faça sentido em um mundo no qual tais parcerias estão se tornando plausíveis em todas as plataformas de conteúdo, e a publicação na internet fornece os meios pelos quais se pode montar um pacote de texto, áudio, vídeo e imagens em uma cobertura de alcance global (FORD, 2007).

O uso do termo transmídia seria, portanto, uma forma de diferenciar os benefícios de se reportar notícias em plataformas múltiplas, das realidades corporativas e suas consequências, em um esforço para não se perder o foco do que é importante nesta discussão, colocando-se excessiva ênfase nas tecnologias (tecnocentrismo) ou nas mídias (midiacentrismo).

Características das Narrativas Transmídia no Jornalismo

Pernisa Júnior (2010) considera difícil visualizar a prática do Jornalismo Transmídia. Para este autor, o que se vê, na maioria das vezes, são modelos de veículos analógicos sendo transportados para o meio digital. Ele defende o pensamento de Jenkins como base conceitual, porém ressalta a necessidade de não se prender ao conceito, uma vez que toda a sua teoria está baseada no mundo do entretenimento e do marketing. O autor enxerga o Jornalismo Transmídia como uma proposta conceitual, que deve ser vista a partir do ponto de vista da experimentação e não de uma realidade já consumada. Scolari (2011), por sua vez, considera como transmídia o jornalismo que transita em múltiplas plataformas e conta com a colaboração dos prosumidores em sua constituição.

Ao analisar a possibilidade da aplicação dos conceitos de transmídia no jornalismo, Diniz (2011) cita Maurício Mota, *chief storytelling officer do The Alchemists*, grupo que desenvolve produtos de narrativa transmídia para clientes como a TV Globo. Durante o *Seminário Transmídiação: as experiências no Brasil*, ocorrido em 2010 na cidade de Recife em parceria com o Globo Universidade e os programas de pós-graduação em Ciências da Computação e Comunicação Social da UFPE, Maurício Mota emitiu a seguinte opinião:

Jornalismo tem uma capacidade muito mais rápida de distribuição. É muito mais fácil, na minha opinião. Tem mais facilidade do que pode ser feito com esse conteúdo. Pegando como exemplo, a novela tem que ser lançada, pensada, não tem uma audiência preparada. O consumo de conteúdo jornalístico é 24h. A novela tem horários na nave-mãe e pode se propagar 24h. O jornalismo está o tempo inteiro (MOTA apud DINIZ, 2011, p. 7).

Diniz (2011) faz uma leitura crítica sobre as colocações de Mota, apontando principalmente para a necessidade de se pensar quais temáticas podem servir para a execução de uma narrativa transmídia no Jornalismo. Segundo ele, o tempo de narrativa também pode ser um problema, uma vez que o acontecimento não pode ser manipulado como o mundo ficcional. Neste sentido, o gênero reportagem seria o mais propício a conter partes da narrativa em outras mídias. O principal para esta autora, no entanto, é que “a execução de uma narrativa transmídia no jornalismo deve ser pensada, tendo sempre como base o interesse que ela despertará no público” (DINIZ, 2011, p. 11).

Novos cenários: Jornalismo de Imersão e Newsgames

Em nosso entendimento, a aplicação de narrativa transmídia no jornalismo deve ser compreendida não apenas como um processo de produção e circulação de conteúdo informacional por meio do uso integrado de plataformas múltiplas, mas como uma forma inovadora de produção e circulação de conteúdo informacional, a qual miscigena gêneros e formatos por meio da integração entre as lógicas de comunicação da transmissão e do compartilhamento.

Partimos das discussões epistemológicas sobre disciplina, interdisciplina e transdisciplina para expor nosso ponto de vista. Segundo França (2002, p. 17), “disciplinas são domínios de conhecimento já consolidados, são campos científicos que já estabeleceram uma tradição”. Estudos ou campos interdisciplinares, por sua vez, “referem-se à emergência de novas temáticas que começam a ser estudadas a partir do referencial das áreas já constituídas” (FRANÇA, 2002, p. 17). A autora diferencia os termos *interdisciplinar* e *transdisciplinar* enfatizando que “interdisciplinar se refere a temas ou objetos da realidade que são apreendidos e tratados por diferentes ciências, não havendo, neste caso, deslocamento ou alteração no referencial teórico das disciplinas” (FRANÇA, 2002, p. 18). A transdisciplinaridade, por sua vez, compreenderia um movimento diferente: “uma determinada questão ou problema suscita contribuições de diferentes disciplinas, mas essas contribuições são deslocadas de seu campo de origem e entrecruzam-se num outro lugar – em um novo lugar. [...] É esse tratamento híbrido, distinto, que constitui o novo objeto” (FRANÇA, 2002, p. 18).

Adotando um ponto de vista semelhante, sugerimos que os ambientes midiáticos constituem campos consolidados de produção e circulação de informação o que, ao longo do século 20, gerou denominações como radiojornalismo, telejornalismo, fotojornalismo etc.

A perspectiva intermediática, nessa linha de raciocínio, deve se referir a formas de produção e circulação de informações que se estabelecem no cruzamento e complementaridade de ambientes midiáticos variados, não havendo, neste caso, deslocamento ou alteração no referencial midiático. Ou seja, o conteúdo informacional é apresentado de forma complementar, por exemplo, no âmbito da televisão, do rádio e do jornal impresso, em um processo integrado no qual cada meio contribui com suas especificidades para a produção conjugada da informação.

Já a perspectiva transmidiática pressupõe, nessa perspectiva, não apenas complementaridade midiática, embora esta seja uma característica relevante do processo, mas principalmente deslocamento das características tradicionalmente marcadas pelos ambientes midiáticos. Constituiria, assim, zonas reticulares de miscigenação de gêneros e formatos entre conexões de mídias digitais. O jornalismo transmídia, assim, se constituiria nos interstícios da rede intermídia, não sendo possível caracterizá-lo como específico de qualquer ambiente isoladamente. Por outro lado, alguns formatos emergentes, que se constituem de elementos provenientes de variadas instâncias midiáticas e que tendem a se espalhar por conexões de mídias digitais, poderiam ser considerados formas de jornalismo transmídia, desde que processados em dimensão intermediática. É o caso, em nossa opinião, de experimentos como jornalismo de imersão e *newsgames*.

Jornalismo de Imersão seria a produção de notícias de modo a permitir às pessoas experimentarem como protagonistas situações ou eventos descritos em uma reportagem. Apesar de não ser nova a tentativa de trazer a notícia e a experiência vivida enquanto repórter o mais próximo possível do leitor ou telespectador, as tecnologias digitais ampliaram essas formas de participação e interação. A ideia fundamental do Jornalismo Imersivo seria permitir ao participante entrar em um cenário representativo da história, criado virtualmente⁷. A perspectiva da participação ativa do usuário na construção da narrativa e a possibilidade de compartilhá-la em mídias sociais são, nesse caso, aspectos relevantes em sua caracterização como experimento transmídia.

Outra forma possível de jornalismo transmidiático seriam os *Newsgames*. De acordo com os autores, Bogost, Ferrari y Scheweizer (apud SCOLARI, 2011), existem diferentes tipos de *newsgames*. Os *current games* são produções baseadas em informações cotidianas, realizados de maneira rápida, utilizando *Flash* ou tecnologia similar, para não perder o ritmo da notícia, e distribuídos em portais, onde alcançam público massivo. Outro tipo são os *infográficos interativos*,

os quais permitem ao usuário alterar dados e resultados de um sistema, constituindo diferentes informações e variáveis. Um terceiro gênero seriam os *documentais*, os quais permitem ao usuário interagir e atuar dentro de uma história, por exemplo, se colocando no lugar de Harvey Lee Oswald para atirar contra o presidente Kennedy, no polêmico jogo *JFK Reloaded*⁸. *Newsgames*, portanto, referem-se a aspectos experimentais passíveis de serem incorporados a contextos midiáticos específicos que configuram a narrativa transmídia.

Reflexões finais

No nosso entendimento, ainda há muitas questões a serem colocadas a respeito dos *newsgames* e poucas experiências realmente convincentes. Acreditamos, porém, que o jornalismo investigativo é um campo fértil para a proposta, em especial as reportagens especiais, que poderiam experimentar formas de expansão “videolúdica” e transmidiática da notícia, apresentando-se como extensão interativa dos relatos jornalísticos, dentro do conceito transmidiático aqui proposto. O mesmo se aplica ao jornalismo de imersão.

Tanto no caso dos *newsgames* quanto no caso do jornalismo imersivo, a natureza jornalística do experimento se especifica e se redimensiona no tensionamento que estabelece com ambientes midiáticos estranhos ao universo da produção jornalística – ambientes imersivos e *games*. Trata-se, portanto, de uma forma de informação jornalística que transita em uma zona de deslocamento midiático porque se constrói em um novo lugar. Esta seria, em nossa opinião, a característica marcante da narrativa jornalística transmídia. Assim, toda narrativa jornalística transmidiática seria necessariamente intermediática, mas nem toda narrativa jornalística intermediática seria transmidiática.

| NOTAS

- 1 Disponível em: <<http://www.economist.com/debate/overview/208>>. Acesso em: 11 jul. 2011.
- 2 Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/biotech/13052>>. Acesso em: 13 dez. 2011.
- 3 Os termos narrativa transmídia e narrativa transmidiática são usados como sinônimos na literatura consultada.

- 4 Em maio de 2011 o Grupo Record lançou o Jornal da Record New, anunciado pelo diretor do Portal R7, pertencente ao grupo, como o primeiro telejornal transmídia da América Latina. Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/index.php/editorias/3-imprensa-a-comunicacao-/65936-ao-vivo-na-internet-novo-jornal-da-record-news-sera-transmidia.html>>. Acesso: 29 mar. 2012.
- 5 Disponível em: <<http://blogs.redeglobo.globo.com/tarolando/2010/02/05/pergunta-pergunta-esse-modelo-de-narrativa-transmidia-storytellingpoder-ser-aplicado-ao-jornalismo-voce-conhece-algum-caso/>>.
- 6 Prosumidor seria o consumidor que produz conteúdo, ou seja, o produtor + consumidor. Ele é capaz de dividir suas experiências, pautar tendências e contribuir no processo de criação de produtos e serviços. O termo foi criado por Alvin Toffler, autor do livro *A Terceira Onda*.
- 7 Para exemplos de experimentações em Immersive Journalism, ver <<http://www.immersivejournalism.com/>>.
- 8 Disponível em <<http://jogos.uol.com.br/pc/fichas/jfk-reloaded.htm>>.

REFERÊNCIAS

BECHMANN PETERSEN, A. Internet and cross media productions: Case studies in two major Danishmedia organizations. **Australian Journal of Emerging Technologies and Society**, 2006.

CADDELL, Bud. **Core principles of transmedia storytelling**. Blog What Consumes Me, 15 de dezembro de 2009. Disponível em: <<http://whatconsumesme.com/2009/posts-ive-written/core-principles-of-transmedia-storytelling/>>. Acesso em: 12 jul. 2010.

COVINGTON, Randy. Myths and Realities of Convergence. **Convergence Newsletter**, Winter 2006. Disponível em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/100299/Myths-and-Realities-of-Convergence.aspx>>. Acesso em: 14 dez. 2011.

DINIZ, Talita Rampazzo. **(In)conclusões sobre a narrativa transmídia no jornalismo**: sobre o que pode ser e o que se deseja. Trabalho apresentado ao DT I Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0833-1.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2011.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis**: understanding new media. London: Pine Forge Press, 1997.

FORD, Sam. Transmedia Journalism: A Story-Based Approach to Convergence. In: **Convergence Culture Consortium**, 2007. Disponível

em: <http://www.convergenceculture.org/weblog/2007/04/transmedia_journalism_a_storyb.php>. Acesso em: 04 jun. 2010.

_____. The Emergence of Citizens' Media. In: Blog **Convergence Culture Consortium**, out. 2006. Disponível em: <<http://www.convergenceculture.org/weblog/transmedia/>> Acesso em: 4 out. 2006.

FRANÇA, Vera. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, Luiz Gonzaga; WEBER, Maria Helena; PAIVA, Raquel (orgs). **Estratégias e culturas da comunicação**. Brasília: Editora UNB, 2002. p. 13-3.

GOMEZ, Jeff. Pergunta: Esse modelo de narrativa transmídia storytelling pode ser aplicado ao jornalismo? Você conhece algum caso? In: **Tá Rolando**, 2010. Disponível em: <<http://blogs.redeglobo.globo.com/tarolando/>>. Acesso em: 04 jun. 2010.

IYER, Aayush. **What I mean, when I say Transmedia**. Publicado em 8 mai. 2005. Disponível em: <<http://commposite.uqam.ca/2003.1/articles/khardo.html>> Acesso em: 4 out. 2006.

JENKINS, Henry. Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling. **Technology Review**, 15 jan. 2003. Disponível em: <http://www.technologyreview.com/biotech/13052>. Acesso em: 10 dez.2008.

_____. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **The Aesthetics of Transmedia**: In Response to David Bordwell (Part One). Disponível em http://henryjenkins.org/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i.html. Acesso em: 12 de Julho de 2010.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. Jornalismo Transmídia ou Multimídia? Trabalho apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Caxias do Sul, RS, 2010. **Revista Interin**. v. 10, n. 2, 2010. Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol10/article/view/18>> Acesso em: 15 jul. 2011.

QUINN, S. **Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting**. United States: Peter Lang Publishing, 2005.

SCOLARI, Carlos A. **Hipermediaciones: elementos para uma teoria de la comunicación digital interactiva**. Barcelona, España, Editorial Gedisa, 2008.

_____. **Narrativas Transmídiaicas: mundos de ficción y prosumidores en la ecología de los médios**. Apresentação de slide. 2010. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/cscolari/02-transmedia>>. Acesso em: 13 jul. 2011.

_____. **Transmedia storytelling: más allá de la ficción**. 2011. Disponível em: <http://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytelling-mas-alla-de-la-ficcion/>. Acesso em: 14 jul. 2011.

_____. **Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production**. International Journal of Communication 3, 2009.

Geane Alzamora é doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC São Paulo, é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social e do Departamento de Comunicação Social da UFMG e pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias (CNPq/UFMG). É também colaboradora do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia da WEB. . E-mail: geanealmazamora@uol.com.

Lorena Tárzia é jornalista, mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e doutoranda em comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais. É professora do curso de jornalismo do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH) e Integra o grupo de pesquisa Centro de Convergência em Novas Mídias (CNPq/UFMG). E-mail: lorenatarcia@gmail.com.

RECEBIDO EM: 01/04/2012 | ACEITO EM: 02/05/2012