

De volta para o futuro - 30 anos: apontamentos transmidiáticos no especial folha.uol¹

Rogério Eduardo Rodrigues BAZI²

Ana Clara Ongaro dos Santos³

Bruno Silva de Oliveira⁴

RESUMO

O intenso processo de convergência de mídias verificado nas últimas décadas e a multiplicidade de plataformas tecnológicas disponíveis propõem desafios constantes ao campo do Jornalismo. Entre eles, a necessidade diária de atender aos usuários da informação por meio de narrativas diversificadas. Assim, o que se pretende com a comunicação é refletir, à luz dos ensinamentos de Henry Jenkins (2009) sobre as narrativas transmídias (NT), se os conceitos apresentados pelo estudioso estão presentes na produção “De volta para o futuro- 30 anos”, publicada no portal www1.folha.uol.com.br. Utilizou-se da análise descritiva das reportagens do especial, da revisão bibliográfica e da observação direta do escopo do trabalho, a fim de compreender se a dinâmica da narrativa transmídia esteve presente na produção da folha.uol. O estudo identificou de forma tímida a predominância de conteúdo noticioso transmidiático e limitou-se às publicações estagnadas, como se fossem repaginadas de um tempo ao outro. Foi possível revelar, entretanto, as possibilidades da produção de NT no jornalismo brasileiro, como também abordar acerca de perspectivas ou tendências de outras linguagens no campo do Jornalismo.

Palavras-chave: Narrativa transmídia. Convergência. Jornalismo.

¹ Artigo enviado na modalidade Interatividade, Novas Narrativas e Convergência.

² Doutor em Comunicação. Professor no curso de Jornalismo e no Programa de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte na PUC-Campinas.

³ Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas.

⁴ Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas.

INTRODUÇÃO

Os estudos que envolvem os efeitos do uso da tecnologia, convergência e das narrativas transmídias têm despertado a atenção por serem singularmente inovadores a cada análise. Talvez por estarem circunscritos, em sua maioria, no ambiente da web, os objetos que caracterizam os estudos fornecem contribuições ilimitadas na busca de novos paradigmas. Não há contra-argumento eficaz que destitua a lógica que qualquer produção audiovisual ou informação disponibilizada na internet que coincida com os apontamentos de Castells (2000, p. 50) quando diz que o registro histórico das revoluções tecnológicas “[...] mostra que todas são caracterizadas por sua penetrabilidade, ou seja, por sua penetração em todos os domínios da atividade humana, não como fonte exógena de impacto, mas como o tecido em que essa atividade é exercida”.

O autor ainda contribuiu afirmando que diferentemente do que ocorreu em outras revoluções, como a industrial ou a científica, na revolução tecnológica os usuários e criadores ganham a mesma função, tendo em mãos o controle da tecnologia. “Pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo” (CASTELLS, 2000, p. 52).

O usuário passa a ser agente criador e transformador, pois “a internet, além de apresentar um maior e mais efetivo acesso à informação, pode interferir na forma de utilizá-las na aprendizagem de conteúdos significativos”, de acordo com Porto-Reno et al (2011, p.204). Ainda de acordo com os autores,

nestes novos meios, as mensagens veiculadas devido às suas características de fluidez, numeralização, plasticidade e instantaneidade são mais facilmente suscetíveis às interferências dos receptores que podem contribuir diretamente na sua construção e tornarem-se também autores-produtores do conhecimento ou, dito de outra forma, sujeitos da comunicação e do processo cognitivo p.204-205).

Assim, é possível observar que as relações entre tecnologia, ambientes conectados e o jornalismo estão intrinsecamente unidas e se estabelecem com na

atualidade por aquilo que batizado de cultura de convergência, expressão de Henry Jenkins (2009) em seus estudos sobre convergência e narrativa transmídia (NT).

Compartilha-se da ideia que NT alcança vários tipos de coberturas jornalísticas e favorece o profissional à medida que este pode esclarecer o fato de maneira mais abrangente, interpretando e articulando seu texto de maneiras diferentes, atingindo, assim, todo o público.

Isto posto, o que se pretende com o presente artigo é refletir acerca da produção “De Volta Para o Futuro – 30 anos”, publicada pelo portal da folha em 2015 (<http://temas.folha.uol.com.br/de-volta-para-o-futuro-30-anos/>) sobre a aplicação dos critérios de Jenkins (2011), onde encontra-se requisitos mínimos para uma reportagem transmidiática:

- a) Mapeia o Mundo
- b) Oferece pano de fundo para outras produções
- c) Oferece perspectiva de outros personagens
- d) Aprofunda o engajamento da audiência

Utilizou-se da análise descritiva das reportagens do especial, da revisão bibliográfica e da observação direta do escopo do trabalho, a fim de compreender se a dinâmica da narrativa transmídia esteve presente na produção da folha.uol.

Entende-se, por fim, que a comunicação oferece perspectiva para outras discussões sobre o tema das narrativas transmídias e a sua aplicabilidade no campo jornalístico.

SOBRE AS NARRATIVAS

As narrativas transmídias (NT) são uma estrutura multifacetada que usa de várias linguagens e não devem apenas se adaptar de uma mídia para outra. Assim, como elucidou Scolari (2015) as NT estão no mesmo campo de outros conceitos como o “crossmedia” e a “intermídia”, que definem, em partes, a mesma totalidade, ou seja, uma narrativa que se multiplica em várias mídias para um entendimento total de um determinado assunto.

É importante registrar, à luz da revisão conceitual, que as NT se colocam em um meio em que Jenkins (2009, p.29-30) refere-se a convergência como “o 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” Para o autor, a palavra convergência “consegue definir transformações tecnológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando”. Representa, pois, “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (p.29-30).

Do mesmo modo como atuam a convergência de mídias, as NT não afetam somente o texto, mas também os processos de consumo e produção, pois, com a multiplicidade de conteúdos os consumidores se veem como caçadores de informações e os produtores se veem obrigados a investir em mais meios para a produzir conteúdo. Para Scolari (2015, p.10) as NT são decorrentes do fato das grandes produtoras serem grandes corporações que investem ao mesmo tempo em várias áreas.

Como Massarolo (2015, p.136) apontou, a convergência midiática leva a um incentivo maior à co-criação de conteúdo nas mídias, trazendo as transformações cotidianas para o ambiente da cultura participativa, na qual os usuários preferem utilizar suas habilidades cognitivas e performáticas, para poder reconfigurar e compreender a percepção contemporânea do seu cotidiano.

Dessa forma, então, o usuário da informação estabelece sua participação por meio de plataformas midiáticas convergentes. O “fluxo de conteúdos dispersos entre conexões de mídias digitais” leva o usuário a atender a história contada (ALZAMORA e TÁRCIA, 2012, p.25).

A convergência de mídias não envolve apenas materiais e serviços comerciais, mas também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. As novas tecnologias reduzem o custo da produção e da distribuição de conteúdo permitindo que os consumidores se apropriem e depois divulguem em novas formas, conforme esclarece Jenkins (2009). Assim, a convergência é tanto um processo corporativo,

quanto um processo de consumidor. Empresas estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público.

À vista disso Scolari (2014, p.74) expõe que a criação na produção de conteúdo no jornalismo transmídia representa a oportunidade de se combinar diversas mídias para a construção de um conteúdo capaz de informar da melhor maneira possível. Assim as mídias escritas e audiovisuais convidam seu público a enviar fotografias e vídeos que permitam a expansão do conteúdo.

Deste modo, Jenkins (2009, p.138) discorre sobre o desenvolvimento de uma história transmídia. Cada novo texto contribui de maneira distinta e valiosa para o todo a ser contado. Cada mídia tem o seu papel “a fim de que a 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”. Dessa maneira, os acessos a franquia devem ser independentes. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo”.

Ainda segundo o autor, com a criação dessas novas formas de se consumir filmes e séries, um número crescente de consumidores tem oportunidade de explorar mundos complexos e comparar suas observações com outras pessoas, participando de fóruns de conhecimento online expandindo seus conhecimentos. Jenkins (2009) entende que com o surgimento de consumidores mais conectados e fiéis a produtos televisivos e cinematográficos, como *Star Wars* e também *Back To The Future*, por exemplo, contribui para que o público consuma a franquia em forma de produtos e tente reescrever a narrativa à sua maneira. Portanto, segundo o autor, a reescrita das narrativas- fanfiction- misturam personagens de histórias diferentes, criam universos entre eles e levam milhares de pessoas a entrarem nas narrações de diferentes modos.

Jenkins (2009) estabelece uma distinção entre interatividade e participação. A primeira, que é necessária em NT, refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor. Estas interatividades

dependem da tecnologia a ser utilizada. A participação, por outro lado, é moldada pelos protocolos culturais e sociais. Por exemplo, o quanto um tema aparece nas conversas cotidianas.

Por outro lado, como aponta Jenkins (2009), consumidores estão aprendendo a utilizar diferentes tecnologias para ter um controle mais completo da mídia e para interagir com outros consumidores, dentro de um ambiente de mídia que provoca expectativas de um fluxo livre de ideias e conteúdos. Estes acabam sendo migratórios e demonstram uma decadente lealdade aos meios de comunicação. Assim, o autor descreve o maior dos rivais das empresas de televisão: novos consumidores que se desinteressam facilmente.

Para isso, a cultura participativa foi criada de modo a conectar o público as plataformas midiáticas, como elucida Massarolo (2015). Facilitando aos usuários mais ativos utilizar suas habilidades para compreender a percepção contemporânea do seu cotidiano.

É nesse ambiente que o jornalismo transmidiático se desenvolveu. Com conteúdo criado exclusivamente para esses usuários compartilhadores de informações. Assim, o modelo de negócio da grande mídia tradicional é pressionado por essa outra oportunidade que se apresenta como uma rede de microblogs (*twitter*), blogs, sites, mídias audiovisuais (*Youtube*) e redes sociais (*Facebook, Instagram, etc.*). “Essa nova forma de criação, produção e veiculação de conteúdos (texto, imagem e som) tende a suplantam o antigo sistema do *broadcasting*, no qual poucos conglomerados de mídia produziam para muitos” (MASSAROLO, 2015, p. 137).

Massarolo (2015) aponta que a audiência quer participar da produção de conteúdo e vivenciar as narrativas junto dos jornalistas. Os usuários são também criadores e produtores de imagens e outros conteúdos. Sem saírem de casa, utilizam os dispositivos moveis para compartilharem informações em rede, potencializando coberturas “ao vivo” diretamente em aparelhos de telefone celular. O jornalismo colaborativo criado nessas situações é transmidiático, pois o usuário no ambiente de mídia se tornou um colaborador na produção da notícia. O jornalismo, assim, se enriquece com a interpretação do fato jornalístico, onde, juntamente com o público, os profissionais podem articular suas ideias em diversas plataformas.

Desta maneira, a contribuição da NT para o jornalismo é fundamental em um ambiente propenso a participação de novas linguagens, conteúdos e as próprias relações entre mídias (Jenkins, 2011).

Portanto, o jornalismo passou a ocupar um lugar privilegiado em diferentes mídias e em grupos de mídia. Deixou de ser multimídia apenas, “em que temas são narrados dispersivamente por múltiplas plataformas [...] (PASE, NUNES e FONTOURA, 2012, p.70) e assume o papel de facilitador de conteúdos jornalísticos amplos e articulados para diferentes mídias”.

A produção De volta para o futuro- 30 anos

O especial foi idealizado no aniversário de 30 anos do filme “De Volta para o Futuro”, e tem como escopo trazer ao leitor uma descrição dos acontecimentos presentes no filme e curiosidades sobre o longa-metragem, que foi ao ar pela primeira vez em 1985. Embora o filme seja da década de 80, foi em 2015 (ano em que a reportagem foi publicada) que os protagonistas Marty MacFly e Doc Brown após “viajarem” no tempo, presenciam um futuro totalmente diferente daquele em que viviam.

Foram criadas cinco reportagens especiais sobre a trilogia:

1. “Data ganha festas e documentário”, que contextualiza as comemorações ao redor do mundo idealizadas por fãs da série.
2. “Trilogia chega aos 30 anos com *status* de *cult*”, que mostra o que os atores tem feito ultimamente, faz um comparativo sobre o orçamento e o valor arrecadado com a bilheteria.
3. “Veja erros e acertos do filme sobre 2015”, onde os jornalistas dizem o que foi apresentado pelo filme sobre o futuro e que hoje são reais.
4. “Aquele carro era horrível de dirigir”, há entrevistas com os atores sobre como foi o processo de gravação e produção dos filmes.

5. “5 engenhocas que se tornaram reais”, cita cinco tecnologias que realmente saíram dos papéis e se tornaram realidade.

Como parte das comemorações de 30 anos, a primeira reportagem, escrita por Fernanda Ezabella, contextualiza o que os fãs realizaram ao redor do mundo, como um tour pelos estúdios da Universal (responsável pela produção da trilogia), um leilão com itens que foram utilizados nas gravações, além da exibição dos documentários “*Out in Time*” e “*Back in Time*” que trazem detalhes da produção, entrevistas exclusivas com atores e produtores envolvidos nas gravações do primeiro filme.

A reportagem traz “boxes” com informações extras sobre este primeiro assunto abordado pelas reportagens. Elas têm o intuito de levar o leitor a tomar nota de conhecimentos que fazem parte do aniversário de 30 anos da trilogia, porém não são suficientes para protagonizar o texto (junto com os documentários, por exemplo) e, por isso, figuram nos cantos da página, como uma ramificação da matéria complementando o texto e não fazendo parte dele. Embora as informações sejam interessantes para o leitor, elas poderiam ser dispensadas facilmente já que os editores não deram opção para que o conteúdo pudesse ser buscado em outras plataformas.

Quem deseja, por exemplo, ver o documentário ou participar do leilão que foi citado, precisa se contentar com o trailer do curta e com os valores dos itens à venda, nenhum tipo de *link* que direcione o leitor aos sites citados durante a reportagem.

Durante a transição de uma reportagem à outra, o efeito escolhido pelos designers foi a rolagem: ao final de uma matéria ao navegar pela página, automaticamente a outra é carregada e o conteúdo é exposto, dando a impressão de que somente uma página foi criada, conforme ilustra a imagem 1.

brinquedo de fim de semana", afirma. "Quem vê fica tirando foto."

Do automóvel usado no filme falta, por exemplo, uma réplica do capacitor de fluxo, o dispositivo que permite a viagem no tempo, entre os dois únicos assentos do carro. "Aí já era demais", diz Schiavon.

Compartilhar

Final da página da impressão de o especial foi criado em página única quando na verdade o leitor é redirecionado à uma outra, com outro endereço mas na

21/10/2015 12:13

PREVISÕES

Veja erros e acertos do filme sobre 2015

SALVADOR NOGUEIRA
COLABORAÇÃO PARA A FOLHA

"Alguma coisa interferiu com o fluxo dos eventos no espaço-tempo, Marty!", exclamaria o doutor Emmett Brown. Afinal, o ano de 2015 chegou e não saiu exatamente como o vimos na trilogia cinematográfica de viagens no tempo "De



Imagem 1: Transição entre as reportagens é no estilo "scroll"

Intitulado de "Trilogia chega aos 30 com status de cult", de Guilherme Genestreti, a reportagem 2 começa explicando que o contexto vivido pelos personagens durante o segundo filme da saga, pode ser comparado com dias atuais, pois a história apresentava uma série de tecnologias dos anos 2000 que nem sequer se tornaram exequíveis, como o *hoverboard* (um skate sem rodas que utiliza propulsão para se mover) e um tênis que se amarrava sozinho.

O texto apresenta a vida dos atores presentes na trilogia nos dias atuais, as idades e os papéis que fizeram em filmes ou séries após o sucesso de "De volta pro futuro". Abruptamente, o texto corta a linha de raciocínio e flui para o conceito e criação do carro utilizado para as viagens no tempo citando o músico brasileiro Luiz Schiavon, que é fã dos filmes e possui uma réplica do veículo utilizado durante as gravações. Além de palavras, a "Trilogia chega aos 30 com status de cult" traz somente imagens para ilustrar o carro e uma arte que situa os anos em que a história se passa.

Em "Veja erros e acertos do filme sobre 2015", Salvador Nogueira autor da reportagem, cita novamente o *hoverboard* e o tênis que se amarra sozinho, abrindo a reportagem criada especialmente para falar das tecnologias que foram citadas no filme, mas que se tornaram ou não realidade, como os recursos 3D ou os carros voadores que ainda parecem distantes de nosso cotidiano. Há novamente o uso de vídeos, não autorais, que alimentam o sentido de abrangência do conteúdo exposto.

Após a diferenciação do que foi apresentado nos filmes e o que realmente aconteceu, a quarta reportagem, de Pedro Caiado, traz uma entrevista com os atores envolvidos no projeto como o protagonista Michael J. Fox. Há, inclusive, um vídeo da entrevista que os atores deram, mas o foco ficou com Lea Thompson e Christopher Lloyd.

A quinta e última reportagem “5 engenhocas que se tornaram reais”, de Carol Prado, trata-se do que os filmes previram para o futuro e aquilo que se tornou realidade, como os óculos multitarefas e TVs com vídeo chamada.

Os resultados

No que se refere ao diagnóstico do especial “De Volta Pro Futuro – 30 anos”, fica claro que a ideia utilizada para a criação das reportagens é um mero factual, visto que não é apresentado ao internauta qualquer novidade sobre a história, apenas um complemento às curiosidades dos fãs.

Ao analisar as reportagens sob a ótica dos princípios de Jenkins (2011), ou seja, uma estrutura noticiosa indica ao menos: a - Mapeia o Mundo b- Oferece pano de fundo para outras produções c- Oferece perspectiva de outros personagens d- Aprofunda o engajamento da audiência, estes conceitos aparecem nas reportagens como o exemplificado abaixo:

Critérios-Jenkins (2011)	Incidência nas reportagens
A	5
B	0
C	2
D	2

Tabela 1: Incidência dos conceitos de Jenkins (2011) nas reportagens

Notou-se a incidência maior no critério ‘a’ - mapeamento do mundo, uma vez que as reportagens circunscrevem o leitor em um ambiente macro de informações. Interessante observar que a classificação do critério ‘a’ apontou para reportagens referentes ao contexto do especial da folha.uol, como as curiosidades dos filmes, personagens e objetos utilizados pelo elenco. Não se identificou o critério ‘b’ e os

demais, 'c' e 'd', apesar de pequena incidência, fornecem ao público a possibilidade de novos conhecimentos, muito embora o especial não as forneça.

Observou-se que as informações que seriam complementares ao texto e poderiam aparecer em *links*, de forma a auxiliar o público, ficaram restritas aos boxes que apareceram frequentemente ao longo das reportagens. O gráfico 2 apresenta a percentagem de boxes por reportagem.

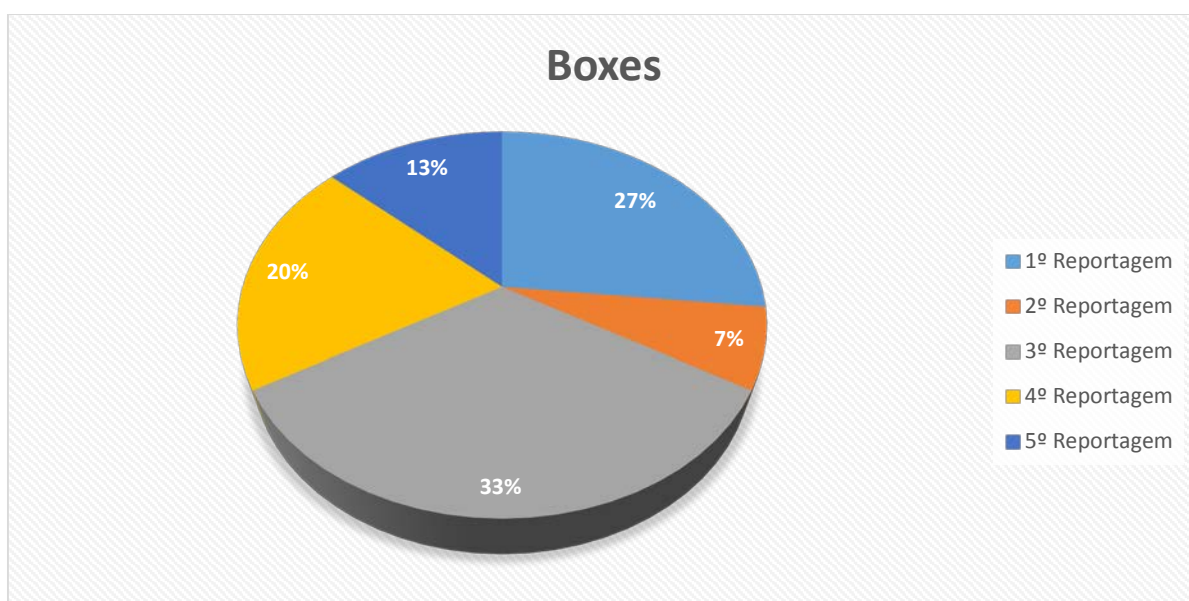


Gráfico 1: Distribuição em % do número de boxes, por reportagem.

Outro recurso utilizado pelos jornalistas na edição do especial foi o emprego de vídeos, 20% do total. Entretanto, nenhum deles apresentou conteúdo autoral da *Folha de S. Paulo*, apenas uma entrevista realizada por Pedro Caiado com os atores Lea Thompson e Christopher Lloyd para o canal no *Youtube*, da TV Folha. As imagens em fotografia representaram 80% da produção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se observou, portanto, com a análise do especial sobre “De Volta Para o Futuro – 30 anos” é a inexpressiva utilização dos recursos possíveis de uma narrativa transmídia, muito embora a trilogia oferecesse condições favoráveis para tal realização.

O site consultado da folha.uol limita o público a vídeos e boxes apresentados pelos autores das reportagens. Assim, o especial traz elementos mais multimidiáticos do que transmidiáticos.

Mesmo podendo identificar nas reportagens a predominância de conteúdo noticioso transmidiático ‘mapeia o mundo’, exposto por Jenkins (2011), o especial limita-se à publicações estagnadas, como se fossem repaginadas de um tempo para outro.

O limite, portanto, da produção, não pode ser considerado um fator preponderante para a falta de produções transmidiáticas, uma vez que, em um exercício de reflexão, o especial poderia ter apresentado:

- mais *links* para que o público se envolva mais na narrativa;
- produção de mais vídeos autorais a fim de se elucidar mais o assunto;
- nos boxes criados pelos jornalistas, as informações deveriam complementar o texto principal e oferecer outras perspectivas de narrativas ao público;
- apesar de o único *link* direcionar a uma matéria da crítica sobre o filme publicada pela “Ilustrada”, em 1985, a produção deveria fornecer um histórico de todas as reportagens já publicadas sobre o filme;
- possibilitar que os leitores-fãs enviem fotos e vídeos à produção, entre outros.

Salvaguardadas as devidas dificuldades encontradas durante a produção do especial “De Volta Para o Futuro – 30 anos”, é importante registrar a aplicação dos conceitos em torno das narrativas transmidiáticas necessitam avançar do ambiente ficcional (Jenkins, 2009) e atingir às produções noticiosas, a fim de que elas ofereçam ao público consumidor diferentes e inovadoras formas de compreender o mundo.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane. TÁRCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. In: **Brazilian Journalism Research**. Brasília. v. 8, n. 1, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: 2ª edição. Aleph. 2009.

_____. Transmedia 202: further reflections. **Confessions of an Aca-Fan**, Los Angeles v. 1, 2011. <http://henryjenkins.org/2014/09/transmedia-202-reflexiones-adicionales.html>. Acesso em 07 mar. 2017.

MASSAROLO, João Carlos. Jornalismo Transmídia: a notícia na cultura participativa. In: **REBEJ**, Brasília, v 5, n. 17, 2015.

PASE, André Fagundes; NUNES, Ana Cecília Bisso; DA FONTOURA, Marcelo Crispim. Um tema e muitos caminhos: A comunicação transmidiática no jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, p. 65-80, 2012.

PORTO-RENO, Denis et al. Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palavra Chave**, Chia, v. 14, n. 2, p. 201-215, dez. 2011. Disponível em <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852011000200002&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 22 mar. 2017.

SCOLARI, Carlos. Transmedia storytelling: new ways of communicating in the digital age. In: **ACE digital culture Annual Report**, 2014.: Acción Cultural Española, Espanha, pag. 68-79, 2014. Disponível em: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/26242/Scolari_ACE_Trans.pdf?sequence=1&isAllowed=y; acesso em 29 mar. 2017.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Narrativas transmídias**: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. Revista Parágrafo, Barcelona, vol. 1, n. 3, pag. 7-18, 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/291/298>>; acesso em 27 fev. 2017.