

Cultura e Comunicação Transmídia: Experimentos para a Produção de Conteúdo Digital

Ítala Clay de Oliveira Freitas¹
Nicoly Nogueira Ribeiro²

RESUMO:

Os aspectos da comunicação e da cultura em seus enlaces tecnológicos e de linguagem, hoje provocando novos moldes de produção de conteúdo e resultando em ações de inteligência coletiva, entretenimento qualificado e aprendizagem compartilhada. Resultando ainda em propostas metodológicas de produção de conteúdos digitais significativos – principalmente quando o que está em jogo é o desenvolvimento e a inovação em tecnologias sociais e educacionais. Não apenas a divulgação científica, no sentido de ampliar a circulação das produções intelectuais acadêmicas. Tendo isso em vista, foi criado um site na plataforma medium chamado Universos Narrativos (UNA), que visa proporcionar um ambiente virtual agregador de estudos, projetos, pesquisas, processos e produtos.

Palavras-chave: Transmídia; Convergência; Comunicação; Produtos Transmídia; Plataformas Digitais.

ABSTRACT:

The aspects of communication and culture in their technological and language links, today causing new patterns of content production and resulting in actions of collective intelligence, qualified entertainment and shared learning. Resulting still in methodological proposals for the production of significant digital content - especially when what is at stake is the development and innovation in social and educational technologies. Not just scientific dissemination, in the sense of expanding the circulation of academic intellectual productions. With this in mind, a website was created on the medium platform called Universos Narrativos (UNA), which aims to provide a virtual environment for studies, projects, research, processes and products.

Keywords: Transmedia; Convergence; Communication; Transmedia Products; Digital Platforms.

Introdução

A palavra “transmídia” pode ser entendida como a transmissão de informação ou história através de diversas plataformas midiáticas, e nas mesmas é acrescentada mais conteúdo para completar um todo. Para Janet Murray (2003), sempre fomos consumidores de narrativas, e o papel das mesmas foi importante na organização de pensamento sobre questões da sociedade, tanto culturais quanto sociais e comportamentais, que fazem parte das transformações e ligações entre a antiga e nova mídia no aspecto da criação e recepção do termo criado por Henry Jenkins, a “cultura da convergência”.

Para Jenkins (2009), tem início com a produção do filme *Matrix* e seu modo de conceber a marca e de propagar a franquia. Nasce, portanto na indústria do entretenimento, e

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica: Signo e Significação nas Mídias, e Mestre em Comunicação e Semiótica: Artes, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo — PUC-SP. Jornalista pela Universidade Federal do Amazonas — UFAM. – iclayfreitas@hotmail.com.

² Graduanda em Comunicação Social - Jornalismo, Faculdade da Informação e Comunicação (FIC), UFAM – nicolynogueirar15@gmail.com.

se torna fenômeno de estudo quando se pensa no impacto de uma cultura de convergência das mídias. Hoje, tais estratégias já estão sendo adaptadas a outros setores da sociedade, nos levando, por exemplo, à interação com planejamento de publicidade em múltiplas plataformas, ou experiências de educação transmídia. No entanto, grande parte da produção de conteúdo midiático ainda continua apenas a espelhar modelos hegemônicos de cultura, a organizar-se em uma lógica estritamente comercial, a depender daqueles que editam imagens, sons, textos, a partir de valores de conveniência e pouca diversidade em relação aos direitos humanos (a não ser que a diversidade seja para arrebanhar nichos de consumo-capital), o que de certa maneira ainda faz reverberar, em alguns casos, clichês culturais característicos, pensados quando as terras das quais se fala estão distantes, assim como suagente.

Neste sentido, propõe-se em termos de inovação, o desenvolvimento de experimentos na produção de conteúdo digital, em estratégias transmídia, cuja temática abarque características e perfis particulares ao viver amazônico, mais especificamente às interseções entre saberes socioculturais e o conhecimento científico. Visa-se criar e experimentar novas metodologias a partir do diálogo com a própria cultura comercial – que em muitos casos não atende aos anseios de vivências e educação para a cidadania, mas são extremamente eficazes em seu poder de multiplicar coletivos de fãs, gerando engajamento e compromisso com o consumo dos produtos, das obras, dos processos. Situação que as instituições de ensino, e grupos sociais, os mais variados (ONGs, grupos comunitários, coletivos) desejariam apresentar em seus relatórios de impacto.

Ultimamente um considerável número de escritores (Negroponte – 1995; Castells-1999; Jenkins-2009) já nos vem a algum tempo alertando para o desenvolvimento das novas tecnologias, e com elas suas novas mídias, seus novos processos culturais e o impacto no mundo do trabalho, das aprendizagens, das relações humanas e da sustentabilidade ambiental. De igual impacto nos colocam então diante da produção de subjetividades e de um universo de múltiplas linguagens, e um turbilhão de informações e novas experiências de CULTURA e COMUNICAÇÃO. Esta última sendo compreendida não apenas a partir dos veículos de transmissão de massa (rádio, TV, jornal impresso), mas de uma tendência de conversão de antigas e novas mídias, e a primeira em configuração contemporânea de hibridismos, com técnicas de pastiche, colagens, traduções intersemióticas.

Por fim, vale a pena retomar o pensamento de Boaventura de Sousa (2006) e Martín-Barbero (2009), quando nos alertam para a percepção de que é relevante pensar a comunicação e a cultura em suas potências de alterar nossos pontos de vista, nossa problematização do cotidiano, buscando alternativas que visem criar perguntas e soluções

novas, não desperdiçando nossas experiências, praticando uma ecologia de saberes e talvez - aqui penso eu - retomando o sábio dispositivo antropofágico dos modernistas brasileiros, digerindo práticas excludentes e regurgitando saberes críticos e criativos para a construção de um mundo melhor. Discurso que vale em escala tanto para o Brasil em relação ao exterior, quanto para a Amazônia, em relação ao Brasil.

Material e Método

Em sua fase inicial do projeto, foi criado um grupo de estudos para se firmar uma fundamentação teórica sobre o assunto. O primeiro livro discutido em grupo foi do autor Henry Jenkins chamado “Cultura da Convergência” (2009). Após algumas reuniões feitas a respeito do livro, foi possível notar que nenhum debate se prendia somente ao que foi lido, muitas vezes o objeto de estudo se expandia. Como, por exemplo, o caso de *spoiler* devido ao fuso horário do *reality show Survivor* (1997), que aconteceu há quinze anos. Uma situação não muito diferente aconteceu em 2019 com o programa *Big Brother Brasil* (2002), que estava passando por índices baixos de audiência pela implantação da plataforma do *Gshow*, disponível na internet. O *spoiler* fica gratuito ao internauta que acessa a plataforma minutos antes de ser transmitido o programa. Em dias de eliminação o *spoiler* acontece de maneira mais frequente, pois no sul do país já se tem o resultado uma hora antes da região norte, dando assim oportunidades para os telespectadores já divulgarem a notícia em suas redes sociais e outras comunidades da internet, afetando a audiência do programa.

Ao longo desses debates nas reuniões, foi possível refletir sobre o que é um bom funcionamento entre as plataformas transmidiáticas. Esse raciocínio se estendeu a partir do caso de suposto cancelamento da série *Brooklyn Nine-Nine* (2013), pois era repassado as emissoras, *Nacional Broadcasting Company* (NBC) e *Fox Broadcasting Company*, um baixo índice de audiência e a partir desses dados foi determinado o cancelamento da série em sua quinta temporada. Mas o que as emissoras não sabiam é que boa parte dos fãs da *sitcom* a acompanhava em plataformas *online*. Após o anúncio de cancelamento, os espectadores realizaram diversos tipos de manifestações através das redes sociais para evitar que o programa fosse cancelado. O caso repercutiu tanto, que a própria emissora resolveu contornar a situação e renovar a série para mais uma temporada. Ficou notável a importância da existência de vinculação e compatibilidade entre as plataformas, pois as mesmas se mostraram a base de um bom funcionamento transmidiático. O *fandom* também complementa esse meio e se impõe como ferramenta principal para expandir o conteúdo transmidiático. Segundo Jenkins (2009), os *fandoms* não só fazem parte do *mainstream*, como são considerados o ponto principal dos grandes conglomerados midiáticos. E pode não aparentar, mas os *fandoms*

constroem a sua própria identidade através das interações sociais.

Na parte de produção do projeto, foi feita uma entrevista com o Prof. Msc. Frederico Arruda, onde o mesmo contou sobre os mitos indígenas na Amazônia. Dois mitos mencionados por Arruda se destacaram: o Surgimento do Mito da Lua e o Mito do Espelho. Os dois apresentam elementos naturais e típicos da Amazônia para compor a história, enfatizando o urucu (planta típica da região) em um deles. Ao ouvir sobre os mitos, pude perceber que não há nenhum tipo de conteúdo transmidiático existente. Tais narrativas poderiam ser aproveitadas na produção de alguma animação, uma história em quadrinhos ou até mesmo em uma peça de teatro, esta última sendo a mais comum em nossa região. Mas a ideia da criação da animação pareceu ser mais viável às diversas plataformas e mostraria um fácil acesso e divulgação através do site que se criaria em seguida.

Os mitos da região amazônica são pouco explorados entre as plataformas digitais, e boa parte daquilo que é divulgado na mídia sobre a cultura indígena é encaminhado de maneira superficial aos espectadores. Se comparado a uma cultura do outro lado do mundo, como o Japão, há uma grande diferença sobre o funcionamento das plataformas e o conteúdo transmidiático, pois é mais bem aproveitado e, além disso, o indivíduo cresce ouvindo tanto o ficcional quanto o real sobre elementos do ambiente onde vive. Isso pode ser notado na animação produzida pelo estúdio *Ghibli*, “O conto da princesa Kaguya” (2013), baseado no mito do “Conto do Cortador de Bambu”, considerada a mais antiga narrativa japonesa existente. Não só esse, como outros mitos são utilizados para criação de narrativas e conteúdo transmidiático no país asiático.

A partir do conhecimento teórico e atividades práticas, produtos de diferentes formatos (áudio, texto, vídeos) foram desenvolvidos para serem abrigados no site Universos Narrativos (UNA).

Universos narrativos

O web site foi criado com o intuito de estudar, agregar e divulgar todas as narrativas transmidiáticas disponíveis (livro, artigos, séries, filmes, *fanfics*, entre outros). O conteúdo envolve modos de comunicação, tecnologias e culturas referentes às narrativas míticas, literárias, científicas e midiáticas, a partir de uma perspectiva acadêmica. Tendo como ponto de partida a Universidade Federal do Amazonas.

A plataforma digital “*Medium*” foi escolhida para anexar o site. Além desta plataforma foram criadas contas em outras três: *Youtube* (vídeos), *Soundcloud* (áudios) e *Gmail*, todas nomeadas “Universos Narrativos”.

Sua identidade visual é relacionada à visão cósmica, onde todos os astros (plataformas) reunidos fazem parte de um universo (site UNA). E para dar ênfase no conceito e identidade visual do UNA, os primeiros conteúdos feitos foram direcionados sobre o assunto.

Em sua estrutura são apresentadas abas específicas para incorporar os formatos desenvolvidos, sendo estas: míticas & literárias, midiáticas, científicas e deixe sua arte. Textos, áudios e produções audiovisuais que envolvem em dramaturgia de contos míticos e literários são anexados na aba de “míticas & literárias”. Debates e curiosidades no campo científico é alojado na aba de “científicas”, é vista para a mesma a participação de docentes e discentes da Universidade Federal do Amazonas. O espaço onde é direcionado aos estudantes independente do curso é a aba “deixe sua arte”, nela é possível colocar fotografias, crônicas, poemas, poesias, fanfics, fanarts relacionadas à temática da semana. Já a aba de “midiáticas” é uma área que pode ser tanto texto quanto audiovisual, os assuntos fixados são associados a conteúdos de entretenimento.

Cosmogonia e Produtos

Ao utilizar a cosmogonia como temática, a equipe buscou entrelaçar narrativas relacionadas à origem dos cosmos, visando explorar vínculos de informação presentes nos mitos, na filosofia e nas teorias científicas vigentes.

O primeiro produto postado no site foi o texto “*Sobre contar histórias*”, uma breve introdução de como as narrativas foram contadas e propagadas ao longo dos anos. Em seguida foi postado o áudio “*A origem da noite*” que contou com a participação da prof.dra Ítala Clay e pelo prof.Me. João Bosco Ferreira nas vozes, com a orientação e edição do áudio feita pela técnica de rádio, Shelly Sicsú. O áudio aborda uma narrativa mítica da tribo Dessana, que foi transcrita e ilustrada por Feliciano Pimentel Lana, filho de mãe Tukano e pai Dessana. O texto original encontra-se na série Autores Indígenas, lançado pela Editora da Universidade do Amazonas — EDUA, em 2009, sob o título de “A origem da noite e como as mulheres roubaram as flautas sagradas”. A gravação segue os parâmetros de *audiobooks* existentes no mercado, os quais investem e valorizam a voz e suas inflexões, na leitura dramatizada, sem recursos de efeitos sonoros. Ambos estes produtos foram colocados na aba *Míticas & Literárias*. A crônica “A flor e as estrelas” escrita pelo estudante de Ciências Sociais – Ufam, Daniel Lira, foi o terceiro produto divulgado no site e colocado na aba “Deixe sua arte”. No texto é contada a história de uma flor que almeja ser uma estrela.

Os estudantes de Jornalismo da Ufam, Maria Clara Guimarães e Pedro Deógenes,

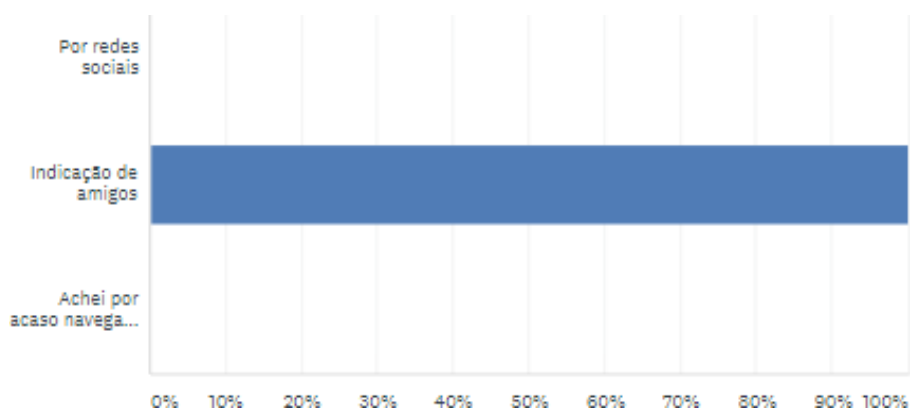
produziram um vídeo chamado “As estrelas e o homem”, com o objetivo de mostrar as relações e influências das estrelas com o homem. Também é citadas curiosidades sobre constelações e horóscopos. Ainda no meio do entretenimento, um podcast de recomendação de filmes foi realizado com a temática chamado “filmes sobre estrelas”. Vinicius Alexandre, estudante de Jornalismo – Ufam, e Caio Pimenta, editor-chefe do site Cine Set, são os responsáveis pelas vozes deste primeiro episódio. O podcast se deu em formato de entrevista. Filmes como “2001: Uma Odisseia no Espaço” e “A árvore da Vida” são citados. Estes dois últimos produtos foram anexados na aba “Midiáticas”, assim encerrando a temática da semana.

Em relação a ausência de um conteúdo para a aba “Científicas”, a equipe tinha uma ideia inicial a ser explorada, a teoria do big bang, mas a mesma não pode ser realizada pela falta de disponibilidade dos profissionais da área. Sendo esta, a única aba sem produção e resultados para o site.

Resultados e Discussão

O número de acessos ao site se deu de maneira mediana, tendo em torno de 22 visitantes na semana em que os produtos foram divulgados. Para avaliar o desempenho do site, foi realizado um questionário online pela plataforma do “*Survey Monkey*” e enviado por meio de redes sociais ou e-mail para as pessoas que tiveram acesso. Quando questionado sobre como a pessoa soube do site, 100% dos participantes respondeu que foi pela indicação de amigos, como aponta a tabela abaixo.

Figura1 – Tabela gerada pelo site survey monkey.

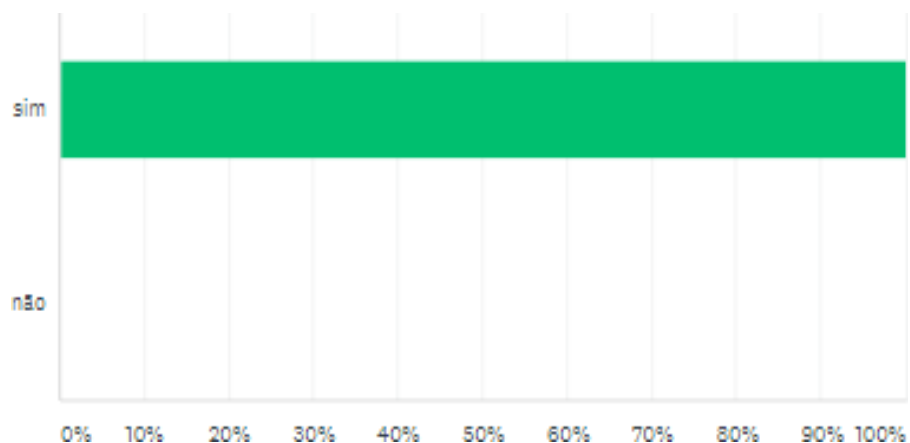


Fonte: os autores.

Em questões sobre estética do site, todos os usuários se sentiram confortáveis com a escolha. Do ponto de vista da equipe, a plataforma na qual o site foi implantado não agradou

visualmente, pois já que se irá tratar de diversas narrativas, um site com uma diagramação mais devolvida ou com mais cores atrairia a atenção dos usuários.

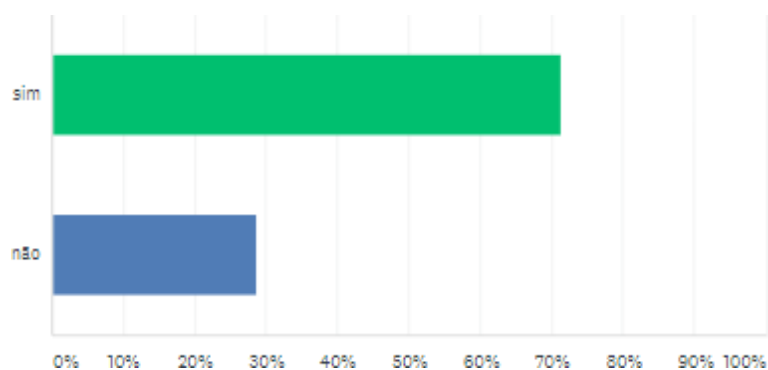
Figura 2 - Tabela gerada pelo site survey monkey.



Fonte: os autores.

Quando perguntado se a plataforma Medium havia favorecido o site, 5/7 responderam sim e 2/7 responderam não. A decisão para abrigar o site nessa plataforma ocorreu por conta de sua popularização e fácil acesso.

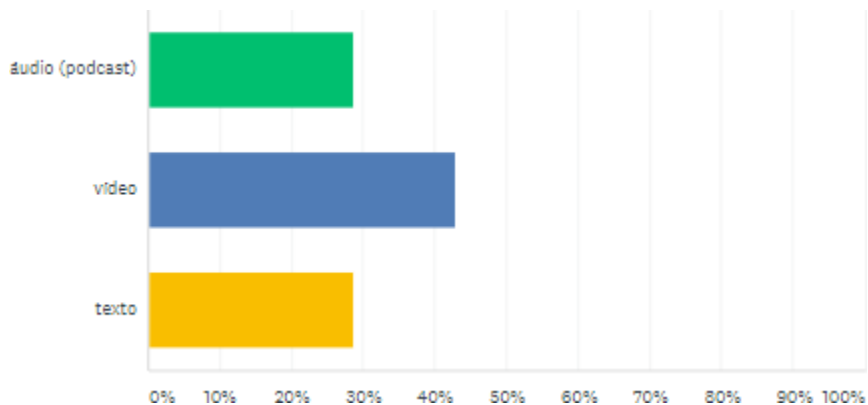
Figura 3 – Respostas se a plataforma Medium havia favorecido o site.



Fonte: os autores.

Os conteúdos produzidos que mais chamaram a atenção do público e tiveram maior acesso foi o vídeo “As estrelas e o homem”. Em comparação, áudios e textos aparecem em segundo lugar com a metade da porcentagem apontada na tabela.

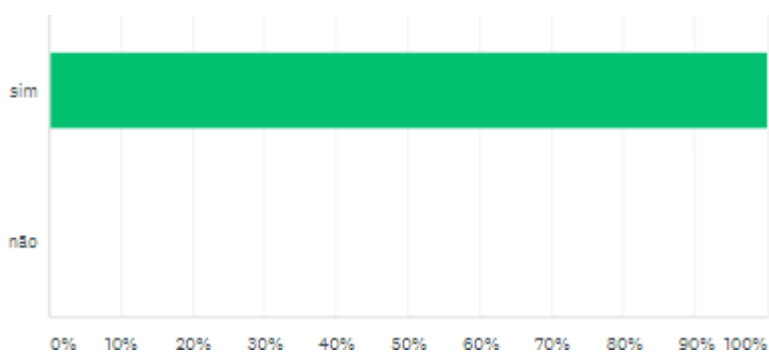
Figura 4 – Tabela gerada pelo site survey monkey.



Fonte: os autores.

De maneira geral, os participantes do questionário disseram gostar de todos os conteúdos apresentados no site quando questionados. Sugestões variadas surgiram no espaço que a plataforma do *survey monkey* oferece, muitas relacionadas a dar continuidade a produção de podcasts e vídeos.

Figura 5 – Tabela gerada pelo site survey monkey.



Fonte: os autores.

Considerações Finais

Cultura e Comunicação sempre andam juntas quando se trata de transmidia. A participação nesse projeto trouxe novos aspectos e significados a respeito do assunto. Assim como a transmidia que se interliga por diversas plataformas e apresenta conteúdos diversos independentes com a mesma temática, eu me relacionei ao participar de uma equipe diversificada que cuidava de diferentes formatos para no final concluir a plataforma principal

Deve-se reconhecer que a transmidia não se aplica apenas nos meios de entretenimento. Na mesma é possível apresentar propostas metodológicas de produção de conteúdos digitais significativos – principalmente quando o que está em jogo é o desenvolvimento e a inovação em tecnologias sociais e educacionais. Não apenas a divulgação científica, no sentido de ampliar a circulação das produções intelectuais acadêmicas, mas a comunicação que priorize os entremeios, as intersecções entre o conhecimento sistematizado e os saberes, em suas práticas de construção sociocultural. Não apenas a propagação de eventos culturais, mas a expansão de suas dimensões simbólica, cidadã e econômica – eixos que foram base até pouco tempo na construção conceitual de um plano nacional de cultura.

O modelo transmidiático se expande cada dia mais e abre possibilidades para o público escolher se quer ou não se envolver mais com determinadas narrativas. E até mesmo esse detalhe é bem sutil, pois um produto transmidiático pode estar tanto na TV, celular, computador quanto em uma blusa ou sapato que você usa.

Referências

ANDRADE, Luiz Adolfo. Jogos Digitais, Cidade e (Trans) Mídia. A Próxima Fase. 1ª Edição. Appris, 2015.

BARBERO, J. M. Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. Cultura da conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

MASSAROLO, João Carlos. Storytelling Transmidia: Narrativa para Multiplataformas. Academia –2013.

Disponível:<https://www.academia.edu/6188607/Storytelling_Transm%C3%ADdia_Narrativa_para_multiplataformas>

MITTERMAYER, Thiago. Narrativa Transmidia: uma releitura conceitual. 1ª Edição. São Paulo:

RELEM – Revista Eletrônica Mutações, janeiro-julho, 2021
©by Ufam/Icsez
CoD3s, 2017.

MURRAY, Janet H. Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural, Unesp, 2003.

OLIVEIRA, Rodolfo. Caminhos Transmídia: Novas Formas de Comunicação e Engajamento. 1ª Edição. São Paulo: Corazonada Brand Storytelling, 2014.

PALMA, Claudia. A Narrativa Transmídia como Prática de Comunicação: Aplicações e Métodos. 1ª Edição. Porto Alegre: PoloBooks, 2016.

UNIVERSOS NARRATIVOS. Disponível em: < <https://medium.com/universos-narrativos>>. Acesso em: 13 ago. 2021.