



# Entrevista

# Transmídia, entre a ciência e a práxis no campo da comunicação

Entrevista com Renira Rampazzo Gambarato

Cândida Almeida

Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e professora da Faculdade Cásper Líbero e do Centro Universitário Fecap  
Email: mcacastro@casperlibero.edu.br

Vivemos num tempo em que as ações comunicacionais transcendem cada vez mais as próprias mídias. Conteúdos de um mesmo processo comunicacional estão distribuídos em meios, redes, mídias e plataformas distintas, tornando-se complementares e fazendo a comunicação ir além de um mesmo formato. Esse é o resultado do fenômeno de convergência dos meios de comunicação, associado à ampliação da participação popular na produção e distribuição dos conteúdos que se fortalecem e ganham impulso com as mídias digitais. Apesar de não ser uma prática que se inaugura neste século, é com o advento das mídias sociais que o fenômeno das narrativas transmídia ganha força e passa a ser utilizado estrategicamente no jornalismo, na publicidade, no entretenimento e na comunicação em geral. Diante desse contexto peculiar ao nosso tempo e às possibilidades tecnológicas e midiáticas, pesquisadores se debruçam para entender as origens, usos e efeitos dessa forma de encarar a comunicação contemporânea.

A professora e pesquisadora Renira Rampazzo Gambarato do departamento de Mídia e Comunicação da *National Research University Higher School of Economics* (Rússia), uma das especialistas no assunto, é a entrevistada desta edição da *Communicare*. Renira é mestre e doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e tem pós-doutorado em Semiótica e Cinema pela Concordia University (Canadá), foi professora associada no mestrado em *Crossmedia Production da Tallinn University Baltic Film and Media School* (Estônia) e professora assistente no mestrado (MFA in Design) da *Virginia Commonwealth University* (no campus em Doha, no Qatar).

**Communicare – As narrativas transmídia, segundo Henry Jenkins, despontaram como uma nova estética que “surgiu em resposta à convergência das mídias”. Você concorda com o autor de que se trata de uma nova estética? Como podemos definir as narrativas transmídia e quais seriam as características dessa estética?**

**Renira Rampazzo Gambarato** – Concordo plenamente que narrativas transmídia configuram uma estética e Jenkins afirma que o “impulso transmídia está no coração do que eu chamo cultura da convergência”. O termo cunhado por Jenkins em 2003, *transmedia storytelling*, é novo, mas o fenômeno a que se refere é muito mais antigo. O professor Matthew Freeman, da *Bath Spa University*, na Inglaterra, estuda a história desse tipo de narrativa e faz referência ao início do século 20 como um marco na construção de *storyworlds* que se desdobram em diferentes plataformas de mídia e atraem o interesse e envolvem a audiência. Nesse contexto, pioneiros das narrativas transmídia seriam O Mágico de Oz, Tarzan e Super Homem, por exemplo. Narrativas transmídia se caracterizam por: (1) múltiplas plata-

formas de mídia, (2) expansão do conteúdo por entre essas diferentes plataformas, e (3) engajamento da audiência. O universo multiplataforma pode envolver televisão, cinema, jogos, mídia móveis, mídia impressa etc., com a expansão de conteúdo em detrimento da sua mera repetição. O engajamento da audiência pode se dar de variadas formas por meio de interatividade e/ou participação das pessoas.

**Communicare – A narrativa transmídia pode ser considerada uma estratégia ou um formato publicitário? Quais os maiores desafios para desenvolver campanhas publicitárias transmídia?**

RRG – A narrativa transmídia pode ser entendida como uma estratégia, uma dinâmica comunicacional que se expande além da publicidade. Entretanto, sua origem é eminentemente ligada a fatores publicitários. Freeman afirma que as “narrativas transmídia nasceram de estratégias publicitárias”. A meu ver, os maiores desafios para desenvolver campanhas publicitárias transmídia estão diretamente ligados às características básicas desse tipo de narrativa: (1) ter uma boa história (*storyworld*) para contar, (2) escolher múltiplas plataformas que correspondam aos interesses do público-alvo, e (3) promover o engajamento da audiência de modo que as pessoas se sintam parte da história e desejem migrar de uma plataforma a outra.

**Communicare – Quais seriam os impactos dessas narrativas na produção de conteúdos jornalísticos? É possível pensar as narrativas transmídia como um caminho para um novo gênero jornalístico?**

RRG – O jornalismo transmídia é uma realidade e uma tendência que avança e progride rapidamente. A sociedade líquida de Zygmunt Bauman e o jornalismo líquido de Mark Deuze se combinam no que consideramos jornalismo transmídia, no qual a indústria jornalística tenta integrar tecnologias disruptivas (como a internet), incorporando múltiplas plataformas e expansão de conteúdo com ações integradas entre jornalistas e cidadãos. Como um reflexo desse contexto, no momento estou editando, em conjunto com a Professora Geane Alzamora (UFMG), o livro *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*, a ser lançado nos Estados Unidos. Considero que o jornalismo transmídia, apesar de suas limitações e dificuldades, é mais do que um gênero jornalístico. Gosto muito da metáfora que Anita Ondine usa para discorrer sobre o futuro de narrativas transmídia: “nós costumávamos falar de comércio eletrônico há alguns anos, quando nos referíamos a comprar livros ou passagens aéreas online. Agora, esse é simplesmente o jeito como fazemos negócios. (...) Da mesma maneira, chamamos de transmídia agora o que, dentro de alguns anos, será apenas o jeito que nós contamos histórias”.

**Communicare – Quais as especificidades que esse tipo de narrativa traz para relações comunicacionais, uma vez que as pessoas precisam percorrer múltiplas plataformas para fruir a comunicação?**

RRG – As pessoas não precisam necessariamente percorrer múltiplas plataformas para fruir a comunicação. Depende do tipo de narrativa. Robert Pratten define três tipos distintos de narrativas transmídia: (1) *franchise*, (2) *portmanteau*, e (3) experiência transmídia complexa. *Franchise*, que é o tipo mais comum, se caracteriza por múltiplas plataformas que contribuem para uma coleção de experiências individuais. Cada plataforma de mídia é independente, embora estejam integradas a um mesmo *storyworld*. O exemplo clássico é *The Matrix*. Além da trilogia de filmes, há uma série de animação, comics, jogos de computador etc., mas isso não significa que as pessoas precisam navegar por entre todas essas extensões midiáticas para entender e apreciar a narrativa. Entretanto, se o fizerem, provavelmente terão uma experiência mais significativa e enriquecedora. *Portmanteau* refere-se a plataformas variadas que contribuem para uma experiência única. Como se fosse um quebra-cabeça, para que as pessoas possam compreender a narrativa, é necessário que elas percorram todas as plataformas. O melhor exemplo aqui são os *Alternate Reality Games* (ARG). Por fim, o que Pratten chama de experiência transmídia complexa é uma combinação dos dois tipos anteriores. Um exemplo bem conhecido é a série *Lost*, que combina *franchise* (série de TV, website, jogos, livro, episódios para telefones celulares etc.) com o ARG *The Lost Experience* (*portmanteau*).

**Communicare – Qual a relação existente entre a evolução das mídias sociais e o desenvolvimento de processos transmídia?**

RRG – Narrativas transmídia envolvem tanto ambientes online quanto off-line. As mídias sociais online cumprem um papel importante na disseminação dos projetos transmídia e, sobretudo, no engajamento da audiência. O engajamento é um dos fatores determinantes do conceito de narrativas transmídia. Nesse sentido, a evolução das mídias sociais online é significativa no desenvolvimento de processos transmídia.

**Communicare – Atualmente, você é professora no Departamento de Mídia na Faculdade de Comunicação, Mídia e Design da National Research University Higher School of Economics de Moscou, mas também vem trabalhando em conjunto com pesquisadores brasileiros. Consegue estabelecer aproximações e diferenças entre a utilização das narrativas transmídia na Rússia e no Brasil?**

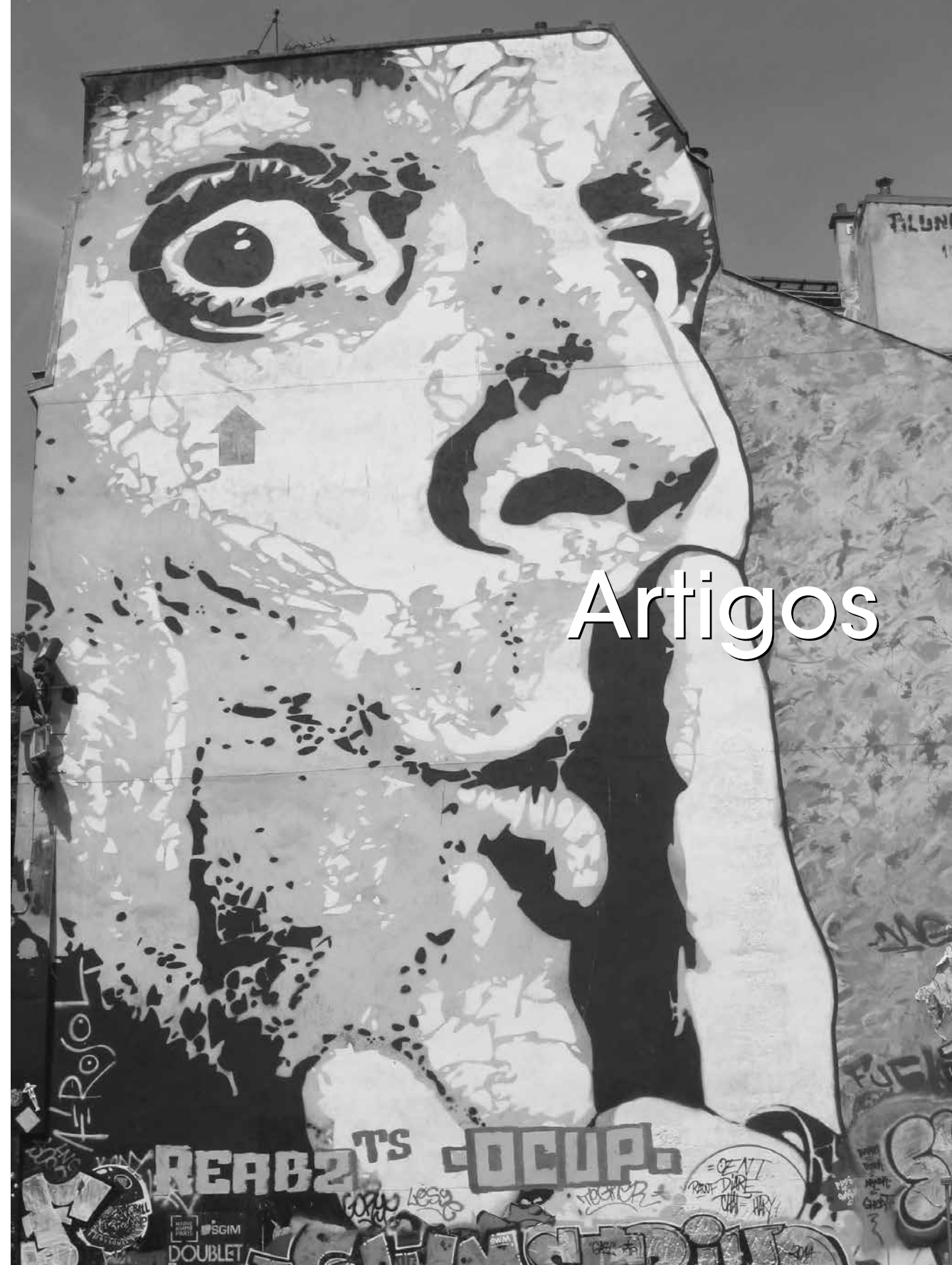
**RRG** – Rússia e Brasil têm um contexto e um percurso de desenvolvimento da comunicação bastante distintos. Não é difícil entender essas diferenças se, por exemplo, considerarmos o fato de que a União Soviética se dissolveu em 1991, portanto, há apenas 26 anos. Pesquisando narrativas transmídia no Brasil com as professoras Geane Alzamora (UFMG) e Lorena Tárzia (UniBH), e na Rússia com Ekaterina Lapina-Kratasyuk (HSE) e Sergei Medvedev (*Dublin Institute of Technology*), concluo que o Brasil está à frente da Rússia tanto na teoria quanto na prática desse tipo de narrativa. Entretanto, ambos os países estão em fase de desenvolvimento e experimentação em relação às narrativas transmídia. Os dois países estão cientes do avanço de narrativas transmídia e estão cada vez mais investindo em produções transmidiáticas. Um exemplo claro disso são as recentes coberturas das Olimpíadas de Inverno na Rússia, em Sochi, em 2014, e das Olimpíadas de Verão no Brasil, no Rio de Janeiro, em 2016. Em setembro de 2017, a minha universidade aqui na Rússia vai lançar o programa de mestrado *Transmedia Production in Digital Industries*, o primeiro nessa área no país.

**Communicare – Recorrentemente, você utiliza a semiótica como fundamentação teórica para analisar casos de narrativas transmídia. Como a semiótica contribui para o entendimento dos fenômenos e do próprio conceito de *transmedia storytelling*?**

**RRG** – Na noosfera, o reino de interações entre natureza e sociedade, os signos estão se expandindo ininterruptamente e as novas tecnologias são parte importante desse crescimento exponencial. Isso se reflete nos processos midiáticos em general e nas narrativas transmídia em particular. O engajamento da audiência, que está no cerne do conceito de *transmedia storytelling*, sobretudo em relação aos prosumidores (consumidores que são também produtores), contribui vastamente para a variabilidade de geração e, conseqüentemente, de interpretação dos signos. Essa variabilidade contribui para a ausência de condicionamento e eliminação do óbvio, gerando interpretantes mais ricos e criativos. Recentemente publiquei com o professor Alessandro Nani (*Tallinn University*, Estônia) o capítulo de livro intitulado *Blurring Boundaries, Transmedia Storytelling and the Ethics of C. S. Peirce*, no qual descrevemos pormenorizadamente as relações da Semiótica Peirceana com as narrativas transmídia. Ressalto os conceitos semióticos de *summum bonum*, crescimento da razoabilidade concreta, e incompletude produtiva dos interpretantes como aspectos relevantes da relação da semiótica com as narrativas transmídia.

**Communicare – Você já realizou análises entre a narrativa transmídia e casos de áreas como educação, comunicação e design. Existem especificidades em cada um desses processos ou podemos tratá-los como gerais?**

**RRG** – Trabalho com narrativas transmídia ficcionais e não-ficcionais, incluindo entretenimento, marketing, ativismo, educação, política, jornalismo, entre outras áreas. Assim como outros autores, tais como Kerrigan e Velikovsky, entendo que os princípios da lógica transmidiática são gerais e mantêm-se os mesmos nas diversas áreas de aplicação da dinâmica transmídia. Isso não significa que não haja especificidades que possam ser identificadas e trabalhadas de maneira pontual em diferentes áreas. Por exemplo, desenvolvi há alguns anos um modelo analítico geral para analisar projetos transmidiáticos e no ano passado, juntamente com a Professora Lorena Tárzia (UniBH), adaptamos esse modelo para a análise da cobertura jornalística transmídia de eventos planejados, tais como as Olimpíadas e a Copa do Mundo. A estrutura do modelo permaneceu a mesma exatamente porque as características primordiais de *transmedia storytelling* são gerais.



# Artigos