

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Departamento de Artes & Design

Programa de Pós-graduação em Design – 2003.1

Narrativo no Discurso Visual

Prof.: Luiz Antonio Coelho

Aluna: Luiza Novaes

Transmídia e a questão narrativa

Verifica-se hoje em dia uma tendência para a convergência de mídias TV-Internet-Vídeo-Computador-Simulador, que gera um campo de estudo ainda pouco explorado, ideal para a investigação e para a experimentação prática. Nele, questões de interatividade, narratividade, recepção, interface, formato, representação da imagem e linguagem se apresentam como questões de Design, envolvendo a Comunicação, a Informação, a Computação e o Entretenimento.

É fato que, atualmente, estamos vivendo o que podemos denominar de “era da imagem”, “da interatividade”. Praticamente, em todas as esferas de nossa vida, somos bombardeados por imagens de diferentes naturezas: aquelas que informam, as que ajudam a formar; aquelas que divertem e as que denunciam; imagens que esclarecem, que confundem, as que narram... Ou seja, a imagem faz parte indissociável do mundo do homem contemporâneo.

Nesse vasto universo de imagens, o estudo de experiências e ambientes interativos, envolvendo inúmeros conceitos inovadores, tais como Supervias de Informação, Comércio Eletrônico, TV digital, HDTV, Internet 2, TV Interativa, Realidade Virtual, Entretenimento sob Demanda, Educação à Distância, e Telemedicina, se apresenta como um veio de pesquisa rico e instigante.

Para Carl Mitcham (*apud* Lauria), as tecnologias modernas de certa forma colaboraram com o processo de fragmentação e separação da unidade social e cultural em instituições sociais autônomas. Entretanto,

hoje, com a tendência à convergência, e ao desenvolvimento de uma “infraestrutura de eletro-mídia global”, estamos entrando em uma fase tecnológica caracterizada pela construção de uma cultura virtual comum, na qual todos os âmbitos da sociedade e da cultura estão sendo interligados, conectados em rede, imitando a cultura tradicional. Brenda Laurel (2000) ressalta a visão de que *paggers*, rádios, filmes, TV, email, jogos, sites e telefones estão se tornando, cada vez mais, receptáculos que recebem e transmitem conteúdos, produzidos por autores profissionais, comunidades de fãs e até mesmo por pessoas comuns. Laurel entende esse processo como processo de construção de uma cultura transmidiática. Para ela, essa cultura transmidiática força uma abordagem transdisciplinar, ao invés de interdisciplinar.

Entendamos então o que é um trabalho transdisciplinar. Transdisciplinar significa ter a capacidade de funcionar em diferentes contextos e disciplinas. Isso exige que se parta de princípios de fundamentação que permitam contextualização cruzada. Laurel, no livro *Utopian Entrepreneur*, enumera sete princípios de design essenciais na criação de conteúdos transmidiáticos:

- 1- Pense em termos de transmídia desde o princípio;
- 2- Construa mundos, não somente histórias;
- 3- Crie uma narrativa de base;
- 4- Incentive rituais;
- 5- Favoreça a formação de comunidades;
- 6- Forneça meios para que as pessoas criem identidades pessoais;
- 7- Crie cenários para explorar contextos específicos.

Para Laurel, o processo de desenvolvimento de conteúdos vinha se resumindo à “readaptação” de conteúdos de uma mídia para a outra – filme para TV, TV para filme, videogame para filme, TV para internet,

histórias em quadrinhos para o rádio, etc., às vezes com sucesso e outras vezes nem tanto. Nesse momento de convergência, essa readaptação se torna ainda menos eficiente. Verifica-se então a necessidade de redefinição desse processo.

O presente trabalho pretende estabelecer, portanto, algumas reflexões sobre o fenômeno da transmídia e sua relação com a questão narrativa.

Para iniciar, gostaria de citar algumas idéias de Henry Jenkins sobre transmídia, extraídas do artigo "Transmedia Storytelling - Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling", publicado na revista Technology Review, do MIT:

"Eu via o movimento transversal de conteúdos através das mídias como enriquecedor do processo criativo. Outros o viam como um fator de distração e deturpação".

"Havia uma discussão sobre como desenvolver, de forma colaborativa, conteúdos que pudessem ser adequados ao uso em diferentes mídias. Essa discussão refletia uma realidade crescente na indústria da mídia de que o que chamamos de transmídia, multiplataforma, ou contar uma história de forma enriquecida, representa o futuro do entretenimento".

"Vamos admitir: nós entramos em uma era de convergência de mídias que faz com que o fluxo de conteúdos através de múltiplos canais seja praticamente inevitável. O movimento na direção da utilização de efeitos visuais em filmes e a melhora da qualidade gráfica de videogames apontam para o fato de que está ficando muito mais barato para as produções, o compartilhamento de recursos nas diferentes mídias. Tudo na estrutura da nova indústria do entretenimento foi desenhado com essa única idéia - a construção e enriquecimento de franquias de entretenimento".

"Computadores não anulam outras mídias, pelo contrário, usuários de computadores consomem, em média, mais televisão, filmes, CDs e outras mídias afins do que a população em geral".

“Precisamos um novo modelo de co-criação, ao invés de adaptação, de conteúdo que suporte cruzamentos de mídia”.

“Na realidade, o público quer que cada novo trabalho ofereça novas possibilidades aos personagens e novas experiências para o mundo fictício. Se as companhias satisfazem esta demanda, os usuários se sentem recompensados e merecedores, caso contrário, eles se desinteressam”.

“... cada mídia faz o que pode fazer melhor – assim, uma história pode ser primeiramente introduzida em um filme, posteriormente desenvolvida na televisão, em romances, em histórias em quadrinhos, e por fim o seu mundo pode ser explorado e vivenciado através de jogos eletrônicos (*games*). Cada uma dessas franquias deve ser auto-suficiente, para permitir o consumo autônomo. Isso significa, por exemplo, que você não precisa ter visto o filme para apreciar o *game* e vice-versa.

“A redundância entre mídias acaba com o interesse do fã e faz o negócio fracassar. O oferecimento de novos níveis de *insight* e experiência reanima o negócio e garante a lealdade do consumidor. Essa abordagem em multicamadas, multicanais, para contar uma história, permite o surgimento de uma narrativa mais complexa, sofisticada, mais recompensadora, dentro dos limites do entretenimento comercial”.

“Não precisa ter medo - nem todas as histórias fluirão transversalmente através das mídias. A maior parte das histórias não fluirá, mas um número crescente, sim. As histórias transmidiáticas não são necessariamente histórias ruins; elas são histórias diferentes. De acordo com a tradição de Hollywood, um bom caminho para começar é ter uma personagem atraente ou um mundo interessante. Portanto, podemos traçar as seguintes considerações: uma boa personagem permite múltiplas narrativas, e por conseguinte, pode propiciar uma franquia de filme bem sucedida. Um bom “mundo” pode sustentar múltiplas personagens (e suas histórias) e, conseqüentemente, alavancar uma franquia transmidiática.

Todas essas considerações nos deixam mais atentos ao que vemos e vivenciamos através das diferentes mídias. É interessante verificarmos como a linguagem e a representação características de uma determinada mídia acaba influenciando a outra.

Com a crescente onda de informações, diferentes modos de comunicação são também cada vez mais utilizados de forma paralela, criando uma maneira mais efetiva de captura da atenção do espectador em um curto espaço de tempo. Esses multi-canais nos apresentam inovadoras formas de comunicação multimídia. Observa-se a utilização de símbolos. A abstração da linguagem escrita é combinada a mensagens visuais rápidas, e o uso de símbolos aumenta, porque eles têm a capacidade de acelerar o processo de absorção da informação. Percebe-se uma estética originária da internet influenciando outras mídias e vice-versa. Se observarmos as capas de livros atuais, ou mesmo as vinhetas e chamadas de canais de TV para jovens, constatamos esse fato.

Somado a isso tudo, temos a questão narrativa propriamente dita. Como desenvolver conteúdos e obras, considerando-se obras interativas, transmidiáticas? Forest (*apud* Plaza) entende que os sentidos da obra estão diretamente relacionados a um processo dialógico, lançado pelos autores. Nele, o destinatário potencial passa a co-autor no momento de sua participação. As obras tornam-se um campo aberto a múltiplas possibilidades e passíveis de desenvolvimentos imprevisíveis, numa co-produção de sentidos. Para Mario Costa (*apud* Plaza), a estética da comunicação não fabrica objetos nem trabalha sobre formas; ela tematiza o espaço-tempo. Couchot (*apud* Plaza) apresenta a obra como produto de um diálogo entre modalidades de linguagem visual, sonora, gestual, tátil, escrita, fazendo com que o leitor deixe de estar reduzido somente ao olhar. Dessa forma, o autor delega ao fruidor uma parte de sua autoridade, responsabilidade e capacidade para fazer crescer a obra.

Deve-se, portanto, partir de perspectivas múltiplas, utilizando-se mídias variadas, de tal forma que cada perspectiva, cada ponto de vista, apresente um ângulo da imagem total. A soma desses vários ângulos nos informa sobre o todo. No final, não há uma única experiência, mas muitas. Isso não significa que em cada uma das experiências tenhamos muitas opções, muitos caminhos a seguir.

Estudos desenvolvidos no MIT Media Laboratory, relatados no artigo *Physically Interactive Story Environments* (2000), apontam para o fato de que narrativas completas, que conduzem os participantes através de um caminho claro, com uma introdução, desenvolvimento de personagem e de história, e um final, ou seja, com uma história bem estruturada, têm o poder de envolver efetivamente o usuário em interações significativas.

É possível manter os usuários e os personagens no contexto de uma história bem estruturada e interessante, concentrando o desenvolvimento da história em interações locais, ao invés de proporcionar múltiplos caminhos para a história. Uma boa história é uma conjunção especial, feliz e rara de idéias, eventos e personagens.

Dessa forma, a partir do desenvolvimento de um sistema que responde localmente às ações do usuário, na medida em que o usuário progride através de uma história de caminho único, podemos assegurar que os usuários desfrutem o impacto total da melhor história possível (planejada pelo autor), sem perder a sensação de que a história se desenrola como uma consequência das ações dos participantes.

Bibliografia

Jenkins, Henry. Transmedia Storytelling - Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Boston: MIT, January 2003.

Laurel, Brenda. Creating Core Content in a Post-Convergence World. AIGA "Collision!". 14 April 2000, New York City. Disponível na internet:

http://www.tauzero.com/Brenda_Laurel/Recent_Talks/ContentPostConvergence.html
[8dez2003]

Lauria, Rita. Brenda Laurel, Utopian entrepreneur: a book review. *Spark-online.com*. Issue 30, March 2002.

Pinhanez, C.S. et al. Physically interactive story environments. *IBM Systems Journal*. Vol.39. NOS 38.4. 2000

Plaza, Julio. Arte e Interatividade: Autor-Obra-Recepção. Maio de 2000. Disponível na internet: **<http://www.plural.com.br/jplaza/texto01.m>** [18nov2003]