

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

DAS NARRATIVAS TRANSMÍDIA ÀS NARRATIVAS “TRANSOCIAIS”: REDES SOCIAIS E PERSPECTIVAS DO JORNALISMO NA INTERNET

Renato Essenfelder, doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, professor do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP.

Paulo Ranieri, doutor em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Mackenzie, professor da graduação em jornalismo da ESPM-SP.

Resumo:

Considerando que a internet no Brasil é largamente utilizada para o acesso às redes sociais digitais, e considerando ainda que o brasileiro é dos povos do mundo que mais tempo passa por dia conectado a essas plataformas, o estudo realiza uma revisão de literatura sobre a noção de narrativas transmidiáticas e propõe a perspectiva de estudo e exploração de narrativas “transsocialmidiáticas”, ou seja, de cruzamento de linguagens específicas de redes sociais, no campo do jornalismo.

Palavras-chave

jornalismo; narrativas; transmídia; redes sociais; internet.

1. Introdução

As possibilidades de comunicação foram radicalmente ampliadas, nas últimas décadas pela introdução e massificação das tecnologias digitais de produção e difusão de conteúdos. Em paralelo, mídias ditas tradicionais não apenas subsistem, mas se atualizam e assumem novos papéis nesse ecossistema informativo reconfigurado, num processo de convergência (Jenkins, 2009) em que as velhas e as novas mídias se cruzam.

Orozco Gómez (2006) lembra que essa coexistência, ainda que não resulte em convergências em sentido estrito, é suficiente para gerar ecossistemas comunicativos cada vez mais complexos.

Em outra frente de complexificação desse cenário, produtores e consumidores de conteúdos interagem de maneiras imprevisíveis. Carlos Alberto Scolari (2009) fala

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

em “prossumidor”, aproximação entre esses dois atores, para designar o hibridismo e o apagamento de fronteiras até então muito claramente colocadas.

O público ganha poder com as novas tecnologias, exige o direito de participar intimamente dessa cultura comunicacional e a transforma. Esse movimento, diz Jenkins (2009, p. 51), irá redefinir a cultura pública do futuro.

Inserido neste contexto, este estudo promove uma revisão bibliográfica dos conceitos de convergência, prossumidores, multimídia, crossmídia e transmídia para propor a noção de narrativas “transsociais”, aquelas que exploram e cruzam diversas plataformas de mídias sociais digitais. A importância dessa nova concepção se justifica, a nosso ver, pela própria prevalência das redes sociais na vida contemporânea, conforme veremos a seguir.

2. Discussão

Mesmo entre os estudiosos do tema, a definição de transmídia não é consensual. Jenkins (2009), que foi pioneiro no emprego do termo (porém num contexto de entretenimento e publicidade), definiu transmídia como “processo onde os elementos integrais da ficção são sistematicamente dispersos através de múltiplos canais de distribuição para criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento”. Scolari (2009), no entanto, lembra que outros autores utilizam termos como *narrative media studies*, *transmedial narratology*, *cross media*, *multimodality*, *multiplataforma*, *enhanced storytelling*, dentre outros, para falar de narrativas transmidiáticas.

Neste estudo, que busca introduzir a noção de jornalismo transmídiassocial, empregamos o termo transmídia como uma estratégia narrativa presente desde a fase de planejamento (ou seja, não como transposição de enredos e formatos de uma para outra mídia) em que a concepção é explorar as contribuições únicas que mídias diferentes proporcionam a uma narrativa global, que atravessa inúmeras plataformas. Também consideramos fundamental haver algum grau de interação com o público na estruturação dessa narrativa, convidando-o à coautoria à medida em que permite que a audiência defina espontaneamente e de modo imprevisível seu percurso de leitura.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

A modalidade transmídia para a qual chamamos a atenção neste momento é essencialmente social, e o jornalista transmídiassocial ou simplesmente transsocial aqui referido age segundo quatro pressupostos fundamentais:

1 – Sabe que a internet é hoje tomada por redes sociais digitais em que a troca e disseminação de conteúdos segue lógica própria, independente do desejo das indústrias jornalísticas;

2 – Acompanha a expansão da internet pelo mundo, e, com ela, das redes sociais, que não só ganham escala como mudam constantemente de formato, obrigando seus narradores a se adaptarem também constantemente;

3 – Assume que a principal tendência em termos de acesso à internet se dá por meio de plataformas e dispositivos móveis, como celulares, tablets, relógios e outros;

4 – Conhece os meandros e recursos das principais redes sociais digitais, como hoje Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, WhatsApp, LinkedIn, Vine e outras, e sabe explorá-los narrativamente para criar verdadeiros enredos transmidiáticos.

3. Considerações

Quantitativamente, a experiência transsocial se impõe diante de um cenário em que as redes sociais são cada vez mais acessadas no Brasil. Em muitos casos, são, aliás, a única fonte de informação relevante para certos públicos.

Segundo dados do IBGE com base na última Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) divulgados em abril de 2015, 85,6 milhões de brasileiros com mais de 10 anos de idade acessaram a internet ao menos uma vez nos últimos três meses de 2013 no país todo. Isso representa quase metade da população total, de 201 milhões de habitantes¹. Já a consultoria We Are Social² aponta que o acesso a redes sociais é rotina para 43% dos brasileiros. Em termos gerais, 98% dos utilizadores de internet do Brasil têm ao menos um perfil em redes como o Facebook. Além disso, o

¹ <http://www.ibge.gov.br>, acesso em 20 de setembro de 2016.

² <http://wearesocial.net/blog/2014/01/social-digital-mobile-worldwide-2014/>. Acesso em 21 de julho de 2015.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

interesse do brasileiro por plataformas sociais é digno de nota: os usuários nacionais passam, em média, 3h08min diários conectados a alguma dessas redes.

Diante disso, é plausível afirmar que, no Brasil, quem está na internet, está também nas redes sociais.

E mais: informa-se ao acessá-las. Segundo o próprio Facebook, metade de seus usuários usa a plataforma primordialmente para descobrir e para ler notícias. O jornalista que souber tirar proveito disso e construir narrativas que atravessem as redes sociais mais populares da atualidade certamente terá nas mãos um poderoso instrumento de difusão de informação e, muito além do entretenimento raso, de atendimento ao interesse público.

4. Referências

4.1 Do resumo

GOMEZ, G. O. Comunicação Social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desornamentos. In: MORAES, Denis de. (org.) *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

SCOLARI, C. A. Alrededor de la(s) convergencia(s). *Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios*. Revista *Signo y Pensamiento*. Bogotá, v. 28, n. 54, p. 45-55, jan/jul 2009.

4.2 Da pesquisa

BORDENAVE, J. E. D. *O que é participação*. (8ª ed.). São Paulo: Brasiliense, 2008.

CANAVILHAS, J. M. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. Portugal: Biblioteca on-line de Ciência da Comunicação, Universidade de Beira Interior, 2001.

FLUSSER, V. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MANCINI, P. *Hackear el periodismo*. Buenos Aires: Futuribles, 2011.

MOTTA, L. G.. *Narratologia: análise da narrativa jornalística*. Brasília: Casa das Musas, 2004.

VICTORRI, B. *Homo narrans: the role of narration in the emergence of human language*. HAL: disponível em <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00153724/document>. 2007.