



## COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

# NARRATIVAS TRANSMÍDIAS E CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA: INDICAÇÕES DOS TERMOS NAS PESQUISAS APRESENTADAS NA INTERCOM

**Rogério Eduardo Rodrigues Bazi<sup>1</sup>**

**Gabriel Henrique Tim Oliveira<sup>2</sup>**

### RESUMO

Observa-se principalmente nas últimas duas décadas a incidência frequente dos termos narrativa transmídia e convergência midiática entre os estudos que envolvem o jornalismo e a comunicação. O estudo indica nos trabalhos dos Anais do Congresso Intercom, os Grupos de Pesquisa que utilizaram os termos durante o período de 2013 a 2017. Utilizou-se da pesquisa bibliográfica, descritiva, de caráter exploratório, associada a revisão bibliográfica. Notou-se 335 pesquisas que mencionavam os termos em 15 grupos de pesquisa diferentes. Houve um crescimento da atribuição dos termos a partir do ano de 2015, visto que o número de pesquisas quase dobrou em relação aos anos anteriores. Também, a pesquisa revelou que um maior número de grupos começou a discutir os termos nos trabalhos apresentados.

### PALAVRAS-CHAVE

Narrativa Transmídia. Convergência Midiática. Intercom.

## 1. INTRODUÇÃO

Muito frequentemente observa-se nas últimas duas décadas a atribuição dos termos narrativa transmídia e convergência midiática nos estudos que envolvem a comunicação. O termo narrativa transmídia foi descrito pela primeira vez em 2003 por Henry Jenkins (2009) e refere-se basicamente a uma história que se expande para diversos suportes midiáticos, cada um servindo, assim, como uma porta que dá acesso singular a um todo. Ou seja, permite que um filme explore jogos, histórias em quadrinhos, livros, séries e, cada um, é um membro independente da franquia tornando possível que alguém que jogue e goste dos

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação. Professor do Programa de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte e da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas. <bazi@puc-campinas.edu.br>

<sup>2</sup> Jornalista e ex. acadêmico do Programa de Iniciação Científica e da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas. <gabrieltim10@gmail.com>



jogos não necessariamente precise assistir ao filme para entender ou gostar, por exemplo.

No campo da comunicação o conceito é mais utilizado na área do entretenimento, estando circunscrito a um universo ficcional. Talvez isso aconteça não por um erro daqueles que estão informando, mas, sim, dos que estão recebendo; em alguns casos a interação de pessoas para a construção do mundo narrativo ocorre de forma errônea.

Com isso, a narrativa transmídia se mantém relativamente à margem no campo jornalístico. Pernisa Júnior (2010) diz que é difícil realmente definir o conceito no ambiente jornalístico. O comum são os veículos analógicos apenas se movendo para a era digital. Também afirma que essa é uma proposta que não pode ser vista como algo consolidado, mas como uma experimentação. Afinal, quando se tem um sistema consolidado há muito tempo as mudanças acabam sendo ainda mais difíceis, talvez por comodidade de já ter um método eficaz e simples, ou, talvez, por medo de acabar falhando.

Já o conceito em relação à convergência midiática é muito amplo. Seu significado ainda se mantém em aberto e diversos autores têm opiniões diferentes sobre ele. Quinn (2005), por exemplo, acredita que a definição varia de indivíduo para indivíduo, levando em conta sua cultura, país e pensamento. “Nos anos 1990, por exemplo, o termo remetia à conjunção de recursos de linguagem provenientes de vários meios em um único ambiente midiático, então chamado hipermídia” (ALZAMORA, 2012, p.25).

Jenkins (2009), por sua vez, define a convergência como um fluxo de conteúdo que atravessa diversas mídias. “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p. 29). O autor também afirma que ela apresenta uma mudança cultural, ligada diretamente aos consumidores que são levados a fazer conexões entre os conteúdos em busca de novas informações.



Os novos consumidores de mídia estão presentes e participam das dinâmicas midiáticas; migram de um veículo ao outro estabelecendo pontes entre eles, cada vez mais conectados com o mundo. Isso faz com que as empresas midiáticas tenham de repensar o consumo de mídia, uma vez que o perfil do receptor mudou.

A convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outros suportes. Por outro lado, a convergência representa um risco, já que a maioria dessas empresas teme uma fragmentação ou uma erosão em seus mercados (JENKINS, 2009, p. 47).

Os estudos ainda não apontam para respostas totalmente fechadas sobre a convergência por ser um assunto muito abrangente, e, em alguns casos, ambíguos. Com o avanço da tecnologia e a constante transformação das mídias e da comunicação é provável que as dúvidas sobre esse assunto demorem a ser entendidas com mais facilidade.

Isso posto, ao notar o avanço exponencial da atribuição dos termos narrativas transmídias e convergência midiática em várias pesquisas no campo da comunicação, notou-se a necessidade de entender de modo mais preciso em quais segmentos de estudo tais termos são nomeados. Com isso, poder-se-á oferecer contribuições aos pesquisadores e apontar os caminhos de apropriação dos termos.

Ademais, o avanço do uso das tecnologias no ambiente comunicativo e, por consequência, a utilização da materialidade da convergência midiática entre os meios também instigaram a pesquisa. Entende-se que a prática comunicativa admite a coexistência de múltiplos sistemas de mídia, na qual o conteúdo é transmitido fluidamente, seja por meio de passagens convergentes multimidiáticas ou transmidiáticas.

Assim, o que se pretende com o estudo é apresentar os resultados de uma análise realizada nos Anais do Congresso da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), disponível no [site http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173](http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173) utilizando os termos de busca 1-narrativas transmídia e 2-convergência



JORNALISMO



mediática, entre os anos de 2013 e 2017, indicando os Grupos de Pesquisas (GP) daquele Congresso que trouxeram, em suas apresentações, os termos. Não foi a intenção deste texto esgotar as análises sobre o tema em questão, muito menos realizar um estudo comparativo entre encontros científicos e os grupos que os compõe que citam os termos.

O trabalho foi realizado a partir das indicações das palavras-chave, citadas pelos autores em 335 *papers*. Não foi possível indicar com exatidão o número de Grupos de Pesquisas por ano, já que existiu certa variação entre eles, ou seja, o Congresso é dividido em oito temáticas de estudos com a inclusão de grupos de pesquisa em cada delas. Notou-se um crescimento da atribuição dos termos a partir do ano de 2015, visto que o número de pesquisas quase que dobrou em relação aos anos anteriores e que um maior número de grupos começou a discutir os conceitos nos trabalhos apresentados.

## 2. BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE NARRATIVAS E CONVERGÊNCIA

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 à 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 conteúdo, os consumidores enxergam-se como caçadores de informações e os produtores se veem obrigados a investir em mais meios para a produzir outros conteúdos. Para Scolari (2015) as NT são decorrentes do fato das grandes produtoras serem grandes corporações que investem ao mesmo tempo em várias áreas.

Como Massarolo (2015) 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.

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.

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. Essas 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 às plataformas midiáticas, como elucida Massarolo (2015). Facilitando aos usuários mais ativos utilizar suas habilidades para compreender a percepção contemporânea do seu cotidiano.



Massarolo (2015) aponta que os usuários são também criadores e produtores de imagens e outros conteúdos. Sem saírem de casa, utilizam os dispositivos móveis para compartilharem informações em rede, potencializando coberturas “ao vivo” diretamente em aparelhos de telefone celular.

Percebe-se, portanto, que os estudos que envolvem os termos narrativas transmídias e convergência midiática são importantes na atualidade, pois estabelecem uma clara relação com o cotidiano conectado e multifacetado dos usuários da informação. Ademais, a divulgação de pesquisas que envolvem tais discussões configura-se como uma das possibilidades para entender a aderência desse público com a transmidialidade, cenário exposto a seguir.

### 3. Procedimento e resultados

Assim, no que se refere à divulgação dos resultados, como já exposto anteriormente, a pesquisa foi realizada com base no *corpus* de 335 trabalhos encontrados nos Anais do Congresso da Intercom, entre os anos de 2013 e 2017, conforme indica o Gráfico I. Utilizou-se da pesquisa bibliográfica, descritiva, de caráter exploratório, associada à revisão bibliográfica.

Por meio das palavras-chave, os termos "narrativa transmídia" e "convergência midiática" foram identificados nos grupos de pesquisa. Registra-se que por uma opção desse trabalho, buscou-se também os termos “transmídia” ou “convergência” e, os termos foram considerados a partir da segunda ocorrência do trabalho a fim de facilitar a visualização dos resultados.

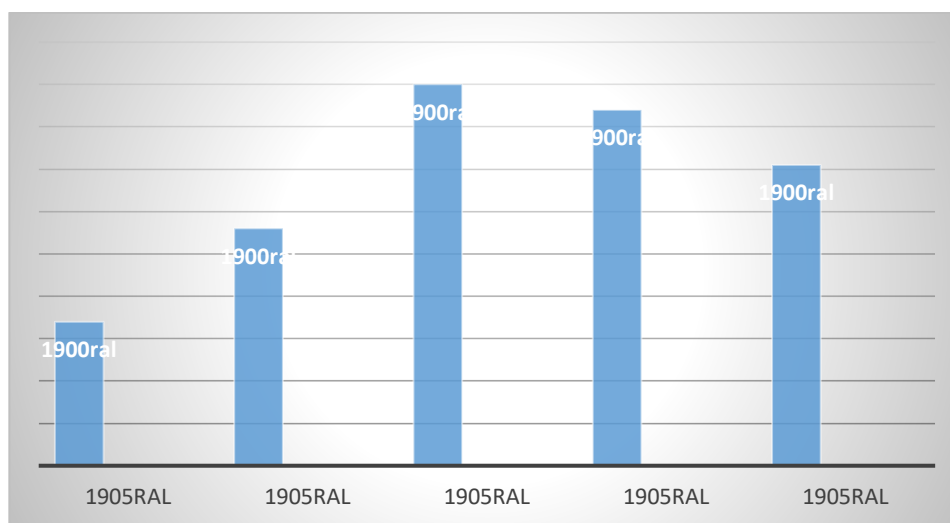
O estudo foi realizado levando-se em consideração a pertinência atual da discussão dos dois termos para os estudos da Comunicação e, a indicação que os Grupos de Pesquisa da Intercom são importantes para a divulgação da ciência.

**Gráfico 1- Número de trabalhos com a incidência dos termos nos Grupos de pesquisa da Intercom-2013-2017**





JORNALISMO



Fonte: Os autores.

De acordo com as análises dos resultados, 34 trabalhos foram publicados no ano de 2013. O grupo de pesquisa “Conteúdos digitais e convergências tecnológicas” dispõe de aproximadamente 1/5 das pesquisas nos Anais da Intercom que mencionavam os termos referenciados. Os grupos de pesquisa “Ficção Seriada” e o de “Rádio e mídias sonoras” também publicaram trabalhos. Vale destacar a participação do grupo de pesquisa “Intercom Júnior Interfaces Comunicacionais”, com 3 pesquisas que relataram os termos.

Já em 2014, 56 trabalhos trouxeram na palavras-chave os termos pesquisados, A exemplo de 2013, o GP “Conteúdos digitais e convergências tecnológicas” novamente se destacou com o maior número de comunicações com citações dos termos. O destaque em 2014 em relação a 2013 foi o aparecimento do grupo de pesquisa “Intercom Júnior Rádio, TV e Internet”. O grupo, com 8 pesquisas que mencionavam os dois termos, foi o segundo em número de comunicações.

Em 2015, foram encontrados 90 trabalhos. Foram 34 a mais em relação ao ano anterior. Novamente, o GP “Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológica” foi o que mais abordou os termos. Nesse mesmo ano, 15 diferentes grupos de





JORNALISMO



pesquisas discutiram os termos com os participantes do Congresso, o que talvez indique a dispersão dos conceitos entre os grupos.

Por sua vez, em 2016, foram 84 trabalhos que discutiram os termos nas apresentações das pesquisas. Novamente o grupo de pesquisa “Conteúdos digitais e Convergência Tecnológica” foi o detentor do maior número de artigos que mencionavam os termos com 19 publicações. A presença do grupo de pesquisa “Rádio e mídias sonoras”, com 9 incidências, evidencia certa regularidade visto que ao longo dos anos analisados o GP sempre esteve presente com um número de artigos considerável. Vale ressaltar que em 2016 houve um crescente no número de publicações nos GPs do Congresso da Intercom. Assim como em 2015, é nítido o crescimento do interesse pelos temas, evidenciado pelo aumento no número de trabalhos que mencionaram os termos em pelo menos uma publicação.

Foram 13 trabalhos apresentados a menos em 2017 em relação a 2016, ou seja 71. O destaque continuou sendo o Grupo de Pesquisa “Conteúdos digitais e Convergência Tecnológica”, com 13 publicações.

Na Tabela 1 é possível visualizar os cinco primeiros Grupos de Pesquisa que abordaram os termos selecionados e o número de trabalhos aceitos.

**Tabela 1 - Incidência dos termos nos Grupos de pesquisa do Congresso da Intercom- 2013 a 2017**

<b>Grupo de Pesquisa</b>	<b>Número de trabalhos</b>
1º- Conteúdos digitais e convergências tecnológicas	74
2º- Rádio e mídias sonoras	26
2º- Ficção Seriada	26
3º- Intercom Junior Jr.	19
4º- Telejornalismo	15



JORNALISMO



5º- Cibercultura	10
------------------	----

Fonte: Os autores<sup>3</sup>

Assim, como demonstrado durante o presente artigo, há no Grupo de Pesquisa “Conteúdos digitais e convergências tecnológicas” um predomínio dos termos “narrativas transmídias” e “convergência midiática” nos trabalhos apresentados, muito em função do que a ementa solicita: “Busca estudar novas formas de expressão no campo de produção digital com vistas às possibilidades da convergência tecnológica entre diferentes plataformas. Os estudos e pesquisas devem estimular a experimentação de novos formatos audiovisuais e de dados digitais através da criação e/ou exploração de processos, métodos e instrumentos para uma única ou mais plataformas tecnológicas, voltados à roteirização e execução de experiências interativas em áudio, vídeo, imagem e dados realizados de modo linear ou não linear, bem como a edição desses materiais, respeitando as características e linguagens de cada plataforma tecnológica”<sup>4</sup>.

Assim sendo, depois de todo o exposto é possível conjugar os principais pontos intercorrentes do presente artigo, expostos a seguir.

#### 4. Considerações Finais

Entende-se, antes de tudo, que a reflexão pontua aspectos que foram elencados como primordiais para o estudo e está circunscrita em seu próprio escopo e abordagem temporal.

Compreende-se que os Anais da Intercom são de grande valia para a divulgação científica brasileira e uma fonte de informação preciosa que auxilia,

<sup>3</sup> Outras 165 pesquisas mencionaram os termos no período analisado, mas tiveram menos de 10 trabalhos publicados nos Anais da Intercom.

<sup>4</sup> <http://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/gp-conteudos-digitais-e-convergencia-tecnologicas>



por meio dos trabalhos publicados, a entender a caracterização dos termos indicados neste artigo.

Logo, os resultados evidenciaram um crescente no número de pesquisa nos anais da Intercom, ano a ano, que mencionavam as expressões “Narrativas transmídias” e “Convergência Midiática”, com destaque para o ano de 2015, com maior número de pesquisas. Notou-se, contudo, que a partir do período do recorte do *corpus*, houve considerável presença de trabalhos que abordaram os dois termos, relevando, assim exponencial oportunidade de debate empírico na área.

Cabe salientar ainda como argumento providencial, a dispersão dos trabalhos que expuseram os dois termos entre os grupos de pesquisa: metade deles (50,74%) foram apresentados em apenas cinco grupos e, 49,25% nos demais grupos da Intercom. Por um lado, a evidência demonstra certa coerência dos cinco grupos; por outro, aponta a diversidade da aplicação dos conceitos, fato já apontado no decorrer deste artigo. Tal apontamento pode despertar o interesse dos coordenadores dos Grupos em um reordenamento dos aceites dos trabalhos nos próximos encontros.

Também, é importante registrar que a análise de conteúdo não fora realizada e, portanto, a atribuição aos conceitos destacados pelos autores dos *papers* – narrativa transmídia e convergência midiática- não se realizou. Tal apontamento indica que estudos a partir dessa ordem pode ser realizado em outras oportunidades.

Por fim, destaca-se a importância em revelar nos Anais da Intercom a presença dos estudos em narrativas transmídias e convergência midiática, haja vista as frequentes inovações tecnológicas em que todos os segmentos de mídia atravessam com a confluência desses dois termos nos projetos midiáticos das empresas de comunicação. Estudar e entender, portanto, os fundamentos inovadores das mídias é tarefa desafiadora para os pesquisadores.

## REFERÊNCIAS



JORNALISMO



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

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

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

PERNISA JÚNIOR, Carlos. Jornalismo Transmídia ou Multimídia? **Revista INTERIN**. v. 10, n. 2, 2010.

QUINN, Steven. *Convergent Journalism: the fundamentals of multimedia reporting*. United States: Peter Lang Publishing, 2005. In: ALZAMORA, Geane. TÁRCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. In: **Brazilian Journalism Research**. Brasília. v. 8, n. 1, 2012.

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 14 out.2019.