



TRANSMÍDIA E PUBLICAÇÕES DIGITAIS: EXPERIÊNCIA DIDÁTICA NA GRADUAÇÃO

Bárbara Emanuel¹, be@id.uff.br

RESUMO

Relato de experiência em disciplina prática optativa com participação de estudantes de graduação de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda, na qual foram elaboradas publicações digitais dentro de uma estratégia transmídia, ou seja, um tema articulado de forma complementar em diferentes meios e com diferentes linguagens. As publicações criadas pelos discentes incluíram páginas web, colagens digitais, memes de recontextualização, infográficos, vídeos para TikTok, capas animadas de revistas e portfólios digitais. A abordagem transmídia promoveu uma visão estratégica, assim como o desenvolvimento de diferentes competências do design de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Transmídia. Ensino de Comunicação. Design de Comunicação. Educação Transmídia. Publicações Digitais.

1. INTRODUÇÃO

Apresento aqui uma experiência didática realizada com alunos de graduação de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda em uma disciplina optativa chamada Oficina de Publicações Digitais, com duração de um semestre letivo. A disciplina aconteceu em um laboratório de informática e foi baseada em uma sequência de atividades práticas de criação de publicações digitais.

Cada equipe de até três alunos escolheu um tema, que foi abordado, ao longo do semestre, nas publicações criadas por eles. O conteúdo deveria ser trabalhado com uma abordagem transmídia, ou seja, de maneira complementar em diferentes meios e linguagens.

O termo transmídia não é propriamente novo, mas ainda há divergências da sua definição e na sua diferenciação do termo crossmídia. Este tem sido usado,

¹ Doutora em Design pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF).

principalmente na área de marketing e publicidade, como referência a estratégias que empregam mais de uma plataforma (FINGER, 2012), mas pode ser entendido como a veiculação do mesmo conteúdo em diferentes meios, de forma a aumentar o seu alcance (ANTIKAINEN et al., 2004; FINGER, 2012). As estratégias transmídia, por outro lado, privilegiam a complementação, com cada meio trazendo uma parte diferente da história (FINGER, 2012; DUDACEK, 2015). Henry Jenkins (2009, p. 384) define a narrativa transmídia como uma “história que se desenrola em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo”.

Nesta oficina, os estudantes trabalharam com um tema de forma complementar, tendo que identificar que parte do conteúdo seria mais adequada para cada meio e linguagem, a fim de formar uma comunicação transmídia, na qual cada item funciona de forma autônoma ao mesmo tempo que contribui para a experiência total do público.

2. METODOLOGIA

A disciplina foi estruturada em seis módulos: 1) conteúdos digitais; 2) texto; 3) imagem; 4) como (funciona / fazer); 5) texto, imagem e movimento; e 6) compilação. Cada módulo teve três momentos distintos: uma breve introdução, com apresentação e discussão de conceitos ou técnicas pertinentes ao seu tópico, e o lançamento da proposta de publicação a ser criada; um tempo em sala de aula para a execução da proposta; e uma apresentação para a turma, com comentários e sugestões.

A disciplina tinha dois encontros semanais e, na maior parte dos módulos, a introdução e a execução ocorreram em uma aula e a segunda aula era reservada para a apresentação e discussão coletiva. Em alguns módulos, com publicações de maior complexidade, foi adicionado um encontro intermediário, para acompanhamento e discussões específicas. As atividades poderiam ser realizadas em sala de aula, utilizando os computadores do laboratório, ou fora de sala, com o equipamento de escolha do estudante.

A escolha do tema de cada equipe foi livre, a fim de exercitar as competências de tomada de decisão e de recorte narrativo, assim como para estimular o envolvimento com as atividades a partir dos interesses pessoais.

3. DESENVOLVIMENTO: A DISCIPLINA

3.1 Módulo 01: conteúdos digitais

O primeiro módulo, sobre conteúdos digitais, levantou pontos fundamentais para a disciplina, como o próprio conceito de estratégia transmídia de comunicação. Também foram discutidas questões de distribuição e circulação de conteúdo, considerando especialmente o que torna um conteúdo propagável (JENKINS et al., 2014) e uma plataforma aderente (MILLER, 2004).

Para que as equipes (de um, dois ou três alunos) pudessem ser formadas, considerando que a turma era composta de alunos de diferentes períodos de dois cursos, a atividade do módulo 01 foi uma apresentação pessoal, incluindo informações como curso, período, experiência profissional, suas expectativas para a disciplina e, de forma opcional, preferência de pronome e perfis em redes sociais.

3.2 Módulo 02: texto

O segundo módulo foi dedicado a dois tipos publicações textuais, sem imagens: um cartaz tipográfico interativo e uma página web. Na discussão inicial, falamos sobre expressão e hierarquia tipográficas. Vimos também alguns pontos de linguagens de programação a partir do funcionamento básico de páginas web, com a estrutura feita com HTML (*Hyper Text Markup Language*), a formatação com CSS (*Cascading Style Sheets*) e a interatividade com JavaScript.

3.2.1 Cartazes tipográficos interativos: expressão e interação

A primeira publicação a ser criada foi um cartaz interativo, ou seja, uma página HTML com uma mensagem sintética, comunicada com texto, formatado com CSS, e com alguma interação que fortalecesse a comunicação.

Dentro da estratégia transmídia, os alunos deveriam pensar em algo, dentro do tema escolhido, que despertasse a atenção do público e que possibilitasse uma exploração do conteúdo através da interação.

3.2.2 Páginas web: hierarquia tipográfica com Google Fonts e CSS

A segunda atividade foi a criação de uma página web contendo apenas texto, com pelo menos três níveis de hierarquia visual, expressados por aspectos tipográficos. A formatação do texto deveria ser feita usando a linguagem CSS e fontes do catálogo online Google Fonts.

Nestas publicações, havia espaço para textos mais longos, ou seja, era o momento de selecionar questões a serem aprofundadas dentro de cada tema.

3.3 Módulo 03: imagem

O terceiro módulo teve a criação de dois tipos de publicação imagética: colagens digitais e memes.

3.3.1 Colagens surrealistas: levantando questões de forma lúdica

A primeira publicação do módulo deveria ser uma colagem digital surrealista, ou seja, com elementos e combinações inusitados. Como introdução, vimos trabalhos do artista Max Ernst (1891–1976).

A abordagem surrealista foi usada, na estratégia transmídia, para tratar, de forma lúdica, de questões sensíveis de cada tema.

3.3.2 Memes de recontextualização: pontos polêmicos de forma provocadora

Memes de internet são piadas e comentários remixados e disseminados, geralmente em redes sociais, caracterizados por sua capacidade de replicar e se transformar (MARTINO, 2014). Nesta atividade, as equipes deveriam criar memes de recontextualização, ou seja, imagens que incluem adaptações de outras imagens, como forma de reação a elas (SHIFMAN, 2014). Eles selecionaram parte de uma imagem e a inseriram em um contexto diferente do original, a fim de comunicar algo.

Seguindo a estratégia transmídia, era o momento de abordar questões polêmicas de forma provocadora.

3.4 Módulo 04: como...?

O quarto módulo foi sobre publicações que explicam como algo funciona ou trazem instruções de como fazer algo.

3.4.1 Infográficos: explicando como algo funciona

A infografia trabalha com a combinação de imagem e texto (PABLOS, 1998), permitindo uma leitura mais rápida e navegável e representando visualmente aquilo que o texto, sozinho, não comunica com eficiência (KANNO, 2013). Nesta atividade, os alunos criaram infográficos explicando o funcionamento de algo relacionado ao seu tema. Entre a primeira aula, de introdução e execução, e a última, de apresentação, houve uma aula intermediária de consultoria, na qual os alunos trouxeram esboços dos infográficos.

Na estratégia de comunicação, era o momento de trazer questões complexas, explicitando conexões e processos de forma visual.

3.4.2 Tutoriais no TikTok: ensinando a fazer algo

Nesta atividade, as equipes deveriam criar tutoriais em vídeos curtos (entre 30 e 60 segundos) para publicação na plataforma TikTok, mostrando ao público como fazer algo relacionado ao seu tema. Assim como a anterior, esta atividade teve uma aula intermediária de consultoria, na qual as equipes apresentaram o planejamento do vídeo, como roteiros e/ou storyboards.

Dentro da estratégia transmídia, era uma oportunidade de envolver o público, trazendo algo que poderia ser útil para eles.

3.5 Módulo 05: texto, imagem e movimento

3.5.1 Capa animada para revista: síntese e movimento

O quinto módulo tratou da combinação de texto, imagem e movimento, com a criação de capas animadas de revistas. Na introdução, discutimos os papéis das capas e questões específicas das suas versões digitais animadas.

Na estratégia transmídia, era o momento de fazer um recorte específico do tema e apresentá-lo de forma sintética e atraente.

3.6 Compilação

3.6.1 Website: portfólio digital

O módulo final da disciplina tratou da criação de websites, com a produção do portfólio online de cada aluno, incluindo pelo menos três publicações desenvolvidas na disciplina. Como introdução, vimos questões de design de interação e de interfaces, assim como de arquitetura de informação.

Como conclusão da estratégia transmídia, era o momento de apresentar um panorama do tema, com entradas para diferentes publicações.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As publicações criadas em cada módulo, de forma complementar dentro de uma estratégia transmídia, oportunizaram o desenvolvimento de diferentes competências de comunicação. Além disso, a visão estratégica da narrativa como um todo, com a articulação das publicações, promoveu uma compreensão geral do design de comunicação. A abordagem prática, autoral e criativa foi aliada à colaboração, na produção em equipe e nas apresentações, com discussões coletivas.

Uma abordagem transmídia pode trazer maior engajamento dos alunos (DUDACEK, 2015), considerando que os estudantes estão acostumados a um universo midiático complexo e esperam uma maneira contemporânea de ensino-aprendizagem, onde possam exercitar a criatividade (DUDACEK, 2015; PENCE, 2012).

REFERÊNCIAS

ANTIKAINEN, H.; KANGAS, S.; VAINIKAINEN, S. **Three views on mobile cross media entertainment**. 46 f. Relatório. VTT Information Technology, Espoo, 2004.

DUDACEK, O. Transmedia Storytelling in Education. In: **7th World Conference on Educational Sciences**. 2015. WCES-2015. Atenas: Elsevier, 2015. pp. 694-696.

FINGER, C. Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. **Em Questão**, v. 18, n. 2, pp. 121-132, jul/dez de 2012.

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

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

KANNO, M. **Infografe**: Como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. São Paulo: Infolide, 2013.

MILLER, C. h. **Digital Storytelling**: A Creator's Guide to Interactive Entertainment. Oxford: Elsevier, 2004.

PABLOS, J. M. Siempre ha habido infografía. **Revista LATINA de Comunicación Social**, 5, np., maio de 1998.

PENCE, H. E. Teaching with transmedia. **J. Education Systems**, vol. 40, n. 2, pp. 1310140, 2012.

SHIFMAN, L. **Memes in Digital Culture**. Cambridge: The MIT Press, 2014.