

Digitalização: mudam as narrativas ou mudam os meios?¹

Janaina Leonardo GARCIA²
Alexandre S. KIELING³
Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

Resumo:

O presente artigo propõe a uma reflexão crítica com base nas transformações que o advento da digitalização e a ampliação do acesso à internet geraram nos meios de comunicação. O esforço, inspirado na semiótica discursiva, faz parte de um estudo maior em desenvolvimento no âmbito do grupo de Pesquisa de Conteúdos Digitais do Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília. Parte-se de uma análise quanto os impactos na narrativa audiovisual do processo de digitalização das mídias.

Palavras Chave: Narrativas audiovisuais; Comunicação; Convergência.

1. INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, quando nos deparamos com as mudanças na comunicação social, oriundas principalmente do advento da digitalização e da interação social mediada pela internet, percebemos algumas diferenças entre os meios de comunicação tradicionais e os novos suportes de conteúdo. A questão que surge neste contexto é: Mudam as narrativas ou mudam os meios?

Nos últimos anos, vivencia-se a utilização de novas mídias, ao mesmo tempo em que as antigas permanecem ainda em uso. O presente trabalho tem como objetivo discutir qual o impacto que os novos suportes exercem sobre as narrativas, avaliando se estas foram modificadas pelos novos meios de comunicação, ou mantêm-se com seus elementos intactos. Para a realização de tal análise, realizaremos uma revisão bibliográfica

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação Social da UCB – Universidade Católica de Brasília, email: jana.leo@gmail.com.

³ Doutor em Ciências da Comunicação, professor e pesquisa do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília - UCB, email: askieling@gmail.com

para compreensão do conceito de narrativa, principalmente a audiovisual e avaliação de quais efeitos a digitalização e os novos suportes tiveram sobre este tipo de narrativa.

2. COMPREENDENDO A NARRATIVA

A narrativa audiovisual é a capacidade de contar uma história, por meio de imagens e sons, produzindo novos sentidos através de códigos simbólicos (Jimenez, 1996). Depreende-se, desta forma, que a narrativa audiovisual abriga uma ideia de linguagem híbrida.

O texto audiovisual, com o intuito de produzir sentidos, mobilizando códigos que gerem significados, configura-se em diferentes formas de discursos (Jimenez, 1996). Se o discurso é uma manifestação do poder (Foucault, 1996), no caso da narrativa audiovisual então, este discurso com intencionalidades, nada mais é do que uma manifestação das ideias do autor, uma vez que qualquer ação posta em uma narrativa fílmica é uma forma discursiva.

Procurando entender a intencionalidade de um discurso, nos remetemos teoria semiótica francesa também conhecida como semiótica discursiva, que trabalha o estudo da significação. Conforme Greimas e Courtés (1979, p.15), sua preocupação primária é explicitar, “sob forma de construção conceptual, as condições da apreensão e da construção do sentido”, ou seja, apresenta um modelo para a análise da significação que vai além da palavra e do enunciado, na dimensão do discurso que lhe é inerente. Os procedimentos dessa teoria propõem articular a apreensão do sentido, segundo um percurso que vai das formas mais concretas às mais abstratas e gerais. Por este motivo aquilo que interpretamos como sendo uma narrativa, é a sucessão dos elementos concretos (figuras) que estão presentes no texto. Estes trazem ao texto uma “impressão de realidade”. “A significação que se forma e se atualiza na passagem de uma figura a outra, e não em cada uma delas tomada individualmente, pertence precisamente ao que a semiótica chama de nível *figurativo* da leitura” (Bertran, 2003, p.38).

Segundo Greimas (1975) o conceito de texto se dá a partir de um percurso gerativo de sentido, e a narratividade é o princípio organizador de todo o discurso.

A geração de significação não passa pela produção dos enunciados e sua combinação no discurso; em seu percurso, ela é revezada pelas estruturas

narrativas e são estas que produzem o discurso significativo, articulado em enunciados. (1975, p. 146)

O discurso, no caso da narrativa audiovisual, é percebido pela forma de manipulação, pelo autor, da realidade narrada, na imagem e no som, com ação intencional, visando compor sua história. O autor cria o tempo e o espaço, construindo o tempo fílmico. (Jimenez, 1996)

Nesta construção de tempo e espaço, é importante ressaltar também a ideia de que a linguagem audiovisual deve ser compreendida como forma de expressão, e seu sentido de “linguagem” como metáfora (Jimenez, 1996). Considerando-se que, por sua vez, a narrativa audiovisual se trata de uma realidade figurada, é uma representação do real, a noção de metáfora, que transcende a realidade (Genette, 1972), se aplica ainda ao próprio constructo narrativo.

Para Genette, a metáfora traz uma idéia de conotação e é fundamental à narrativa:

Assim a metáfora não é um enfeite, mas instrumento necessário a uma restituição, pelo estilo, pela visão das essências, pois ela é o equivalente estilístico da experiência psicológica da memória involuntária, que é a única a permitir pela aproximação de duas sensações separadas no tempo, a manifestação da essência comum no milagre de uma analogia- com a seguinte vantagem da metáfora sobre a reminiscência: esta é uma contemplação fugitiva da eternidade, enquanto aquela se beneficia da perenidade da obra de arte. (Genette, 1972, p..)

Mostra-se pertinente, desta maneira, a discussão sobre a representação e a realidade. E o ponto de partida é reconhecer que em nenhuma forma de narrativa, nem mesmo a factual, confirma-se a teoria do espelho. Dito de outro modo, não há um espelho da realidade. O que se realiza, no máximo, é uma reprodução sob condições, que são contaminações do autor, mas que também resultam de filtros impostos por alguma instância da produção. Jost afirma: “A realidade não existe, ela varia conforme os pontos de vista” (2009, p.13).

A perspectiva de representação nos remete a Aristóteles, em sua obra *Arte Poética*, (traz) quando retoma o conceito de mimese e diegese no sentido de Platão, para desenvolver sua noção de imitação. No caso da mimese, entendida como uma imitação, ou representação do real e a diegese aristotélica designada como a narrativa pura, como um relato, fazendo-nos crer que é outro quem fala. Ao focarmos na ideia de mimese, novamente, depreende-se que as narrativas, efetivamente, não são um espelho ou um congelamento da realidade, mas sim, constitui-se em uma nova verdade, criada por um

autor. Porém é relevante comentar-se que, conforme Aristóteles, a mimese e a diesege podem coexistir dentro de uma narrativa.

Nos anos 1990, Jimenez vai, igualmente, trabalhar ideia de mimese, porém na narrativa audiovisual, resgatando alguns conceitos de Percy Lubbock, que afirmava que é a mimese, na linguagem audiovisual é o *showing* (mostrar) e a diesege é o *telling* (contar). O *showing*, conforme o autor representa a imitação, ou uma representação narrativa, de caráter visual e ilusório, onde há muito detalhe dentro da narrativa, utilizando-se de elementos como imagens e sons associados aos demais elementos, significações, escala de planos, luz, cor, e montagem. Já o *telling* seria a narrativa pura, mostra a essência, cênica e representacional, mostrando o ocorrido, onde o narrador está distante e há uma concisão das informações, como no exemplo do documentário (JIMENEZ,1996)

Aristóteles ainda considera que a história, seja uma imitação ou uma representação da realidade, para dar-se, constrói-se a partir de um mito (fábula), que nada mais é do que a ideia de conjunto das ações e que toda narrativa, todo mito, tem princípio, meio e fim (ARISTÓTELES, 2010 [334 AC e 330 A.C]). Dado esse constructo da narrativa, encontra-se pertinência para o abrigo da representação.

Como já mencionado, a narrativa audiovisual é composta por diversas linguagens que unidas, dão sentido para uma história. Cada narrativa, no sentido de Hjelmslev (1975), contempla, em sua estrutura, conteúdo e expressão, cada qual em sua forma e substância. O conteúdo, cuja forma é a história, composta pelo acontecimento, ação, personagens, tem como substância o modo como os seus componentes são contextualizados e tratados, com o código particular do autor. No que se refere à expressão, a forma mobiliza o sistema semiótico ao qual pertence o relato, cinema, rádio, televisão, (ballet, ópera, etc.) e a substância envolve a natureza material dos significantes que configuram o discurso narrativo – a voz, a música, os sons (ruídos), a imagem gráfica, fotográfica, videográfica, infográfica, etc. Desta maneira, para a construção de um texto, sobretudo audiovisual, mobiliza-se esta multiplicidade de aspectos, sendo empregadas simultaneamente, dando conta do texto e também fora dele (Genette,1979)

2. OS NOVOS CAMINHOS DA NARRATIVA PÓS-DIGITALIZAÇÃO

Este contexto anteriormente demonstrado recorde-se, nos remete a uma forte referência do mundo analógico, Castro (2011) destaca que vivemos um momento de transição que bem pode ser representado como um caminho que nos induza ao mundo digital, estabelecendo uma transição da era analógica à era digital. Nessa transição entre para o universo digital, vindo principalmente a partir do advento da digitalização das mídias, notamos o surgimento de novas dinâmicas tanto na produção quanto na recepção dos conteúdos. Conforme Scolari: “As transmissões de rádio, TV e cinema são desenhados, produzidos, pós-produzidos, e cada vez mais, distribuídos usando as tecnologias digitais” (2008, p.82).

Ao pensarmos no espaço digital, todas estas linguagens acontecem simultaneamente, em diferentes camadas, sendo admitido o uso de várias formas de expressão e vários meios de comunicação com uso concomitante, ou seja, agregando novos dispositivos aqueles que já eram mobilizados, e ao mesmo tempo, para a compreensão da narrativa. Conforme Scolari: “Os sistemas digitais também permitem que os sinais sejam amplificados, modulados, arquivados, identificados, reconvertidos e reproduzidos, mantendo-se idênticas aos originais, sem se perder informação” (2008, p.80).

Este processo de digitalização acaba por abrir novos caminhos para a interação entre emissor e receptor, incluído até construções coletivas, ou colaborativas, de conteúdo. Scolari acrescenta ainda: “A conversão dos textos em um formato digital facilita não só a reprodução e distribuição, sem perda de qualidade, mas também a fragmentação, manipulação, combinação e recomposição de seus elementos” (2008, p.82). O fato é que esse processo possibilita dinâmicas de produção, distribuição e consumo de conteúdos de uma maneira mais horizontal, interacional entre as instâncias produtoras e de recepção gerando uma ambiência midiática (KIELING, 2009)⁴.

A nova forma de comunicação digital tende a promover uma dimensão hipertextual. O hipertexto tem como características a estrutura descentralizada dos

⁴ Ver tese de doutorado onde foi descrita e analisada essa esfera de produção, publicação e consumo em que o produtor e receptor compartilham textos, constroem discursos, portanto geram sentidos que articulam bens simbólicos de maneira mais interativa e colaborativa. Nessa ambiência de convergência das mídias, a Mídiosfera, há uma circulação de conteúdo por meio da qual a instância de recepção, o telespectador é mais ativo. KIELING, A.S.. **Televisão: a presença do telespectador na configuração discursiva da interatividade no programa “Fantástico”**. São Leopoldo, tese de doutorado na Unisinos, 2009.

conteúdos, a leitura não sequencial, sem uma ordem que determine a leitura do texto, existe também maior interatividade entre o usuário e o sistema, e ainda há redefinição dos papéis de autor e leitor. Além disso, o hipertexto une palavras, imagens, infográficos, sons, ou seja, uma narrativa em camadas, ampliando as possibilidades de interpretação (SCOLARI 2008).

Ao aproximarmos o conceito de hipertexto para a narrativa audiovisual, a ruptura da sequencialidade mostra-se como grande tendência presentes na filmografia contemporânea. No contexto brasileiro, podemos citar duas, entre várias, produções que trabalham com esta quebra de linearidade, primeiramente em alguns episódios da série da TV Globo, os Normais, veiculado na emissora de 2001 até 2003 e com direção geral de José Alvarenga Junior. Nessa obra notamos que em meio à “história”, ocorria um momento intitulado *Flashback* com o intuito de explicar melhor determinado acontecimento. Se levarmos semelhante análise à produção cinematográfica brasileira, percebemos também a quebra da linearidade no longa metragem *Tropa de Elite* (2007), dirigido por José Padilha, que utiliza de deslocamento de presente para passado, para poder explicar melhor o motivo da entrada no morro pelos policiais cariocas.

No caso das produções colaborativas, cada vez mais recorrentes na produção jornalística brasileira, temos exemplo a interatividade e geração de conteúdo com a participação dos telespectadores no programa Fantástico, da TV Globo. A revista eletrônica dominical, pioneira na experiência televisiva, realiza há alguns anos uma série de quadros que visam interagir com o público. O mais longo deles é o quadro “Bola Cheia e Bola Murcha”, que desde 2007 vem recebendo contribuições dos telespectadores que buscam exhibir-se em rede nacional. Os internautas enviam seus flagrantes de jogadas nas partidas amadoras de futebol conhecidas como “peladas”. Imagens capturadas por câmeras caseiras são selecionadas pela produção do programa e veiculadas. O público, especialistas e celebridades selecionam a cada mês a melhor performance. O material ainda é completado por um produtor profissional que vai atrás dos protagonistas para mostrar rotinas e gravar depoimentos. Esses personagens ganham visibilidade nacional e podem se tornar famosos. No final do ano há uma nova eleição ao vivo, durante a exibição do Fantástico, no interior do próprio programa, para a escolha do melhor e pior do ano. (KIELING, 2009)

Nesse contexto de horizontalidade as narrativas ganham ainda uma estrutura transmidiática. Para Scolari (2008) um processo no qual o discurso da narrativa se

expressa por meio de vários dispositivos, sejam os móveis (telefones celulares, leitores de MP3 com funções de vídeo, mini consoles de jogos, etc.) ou portáteis como o computador. Jenkins (2009) amplia essa perspectiva da produção textual para estratégia de distribuição e dos negócios de entretenimento a partir da noção de multiplataforma.

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distintiva e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida para televisão, romances e quadrinhos, seu universo passa a ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (2009, p.138)

O fato é que este tipo de vídeo é tende a ser visto em diversos suportes, por isso tendem a privilegiar uma temporalidade fílmica breve, rápida, ágil, principalmente para facilitar a prática de baixar conteúdos por meio da rede de computadores, ou redes sem fio. São vídeos que tem optado por seguir uma estética comum ao videoclipe encadeando sequencias de várias ações de curta duração. A circulação em diversas mídias insere esses conteúdos na dinâmica de narrativas que alimentam um fluxo que oferece consistência à noção de convergência proposta por Jenkins (2009).

Refiro-me ao 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, que vão a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que define transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. Jenkins, 2009, p.29

Destaque-se que a convergência deve ser compreendida de três maneiras distintas, que podem estar, ou operar, integradas ou não. Jenkins (2009) defende que o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas confere o efeito de convergência. Scolari (2008) encontra a convergência no uso da tecnologia, telefone, televisão e computador. Mas há também a convergência semiótica, os dos códigos de significação. Um texto quando busca uma acomodação nos processos de produção, circulação e distribuição dos diversos meios faz também uma aproximação de códigos sígnicos buscando uma base comum, fundamental nessa fluidez midiática. Somente a partir desse terreno comum assegura-se comunicabilidade e, principalmente, possibilidade de interação com o texto, com a tecnologia e de compreensão com vistas à produção de sentido.

Um texto, ao procurar um lugar nos processos de produção, circulação e distribuição dos diversos meios, faz também uma aproximação de códigos sígnicos buscando uma base comum, fundamental nessa fluidez midiática. Somente a partir desse

ambiente comum assegura-se comunicabilidade e, especialmente, possibilidade de interação com o texto, com a tecnologia e de compreensão com vistas à produção de sentido. O objeto da semiótica discursiva não é a mensagem em si, mas a “produção ou reconhecimento do sentido” (VERON, 2005, p.237).

A circulação do sentido é marcada pela indeterminação. Entre a produção do sentido e seu reconhecimento, entre a produção dos discursos e seus efeitos, não há causalidade linear. Um discurso jamais produz um único efeito; ao contrário, desenha um campo de efeitos possíveis. (VERON, 2005)

Entretanto, cada vez mais os códigos linguísticos tendem a ser compatíveis com os códigos dos aplicativos em favor das interfaces entre os meios e entre as narrativas ou no interior delas. O papel da convergência semiótica é aproximar o diálogo entre os códigos da tecnologia e das estruturas textuais de cada mídia. Assim, quando se pensa em convergência, depreende-se, a partir dessa perspectiva, que combina a tecnológica, a textual e a semiótica.

Infere-se que a narrativa convergente é contaminada pelas características dos outros textos e das outras mídias, constituindo uma nova forma de narrativa. Assim, no efeito de diluição do digital, itens são apropriados ou integrados, criando novos lugares de encontro entre múltiplas plataformas de comunicação. Sobretudo, porque no ambiente digital a mobilização de dispositivos tecnológicos, conteúdos e códigos semióticos encontram um lugar de diluição que é a narrativa para a qual convergem integrados, constituindo novos estatutos textuais.

Esse contexto de convergência também exige um novo tipo de narrativa audiovisual. O fato é que esse tipo de vídeo tende a ser visto em diversos suportes, por isso tendem a privilegiar uma temporalidade filmica breve, rápida, ágil, principalmente para facilitar a prática de baixar conteúdos por meio da rede de computadores, ou redes sem fio. São vídeos que têm optado por seguir uma estética comum ao videoclipe encadeando sequências de várias ações de curta duração. A circulação em diversas mídias insere esses conteúdos na dinâmica de narrativas que alimentam um fluxo que oferece consistência à noção de convergência proposta por Jenkins (2009).

Não obstante, cada vez mais os códigos linguísticos tendem a ser combinados com os códigos dos aplicativos em favor das interfaces entre os meios e entre as narrativas ou no interior delas. É o caso das histórias audiovisuais que mobilizam a linguagem da TV e da Internet, como já visto no exemplo do Fantástico. É a convergência

semiótica que aproxima o diálogo entre os códigos da tecnologia e das estruturas textuais de cada mídia. Desta maneira quando se fala em convergência entende-se a partir dessa perspectiva que combina a tecnológica, a textual e a semiótica.

3. A INTERFERÊNCIA DAS INSTÂNCIAS DE PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E RECEPÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA AUDIOVISUAL

O movimento de intersecção entre domínios antes isolados pela visão cartesiana é acelerado pela digitalização. Francois Jost já nos falava da interferência do processo comunicacional no processo narrativo. O autor francês propôs o estatuto da promessa como instrumento de negociação entre as instâncias de produção e recepção para ajustar a compreensão dos gêneros televisivos dado que as tênues fronteiras entre os gêneros antológicos ainda na TV analógica já se diluíam. Com a digitalização, os textos híbridos, que sempre estiveram na construção textual televisiva, se hibridizam ainda mais no cenário convergente. Sobretudo quando mobilizam múltiplas tecnologias e códigos, como já mencionado. Nesse cenário, acredita-se ganha força a noção de promessa.

Jost (2004) nos ensina que o gênero é uma moeda de troca que regula a circulação dos textos ou programas audiovisuais no mundo midiático se o texto ou o programa é um objeto semiótico complexo, resulta que o gênero é uma construção por exemplificação de algumas amostras de propriedades que o texto possui. As emissoras ao anunciar um programa procuram definir institucionalmente o gênero. Há uma preocupação em batizar cada programa. Ao fazê-lo o canal de TV estaria enunciando uma promessa ao telespectador de que aquele texto terá tal referente de realidade (real, ficcional, lúdico) e sua estrutura narrativa, por essas razões, vai fazer este ou aquele percurso para contar a história. Trata-se, portanto, de uma promessa propõe um engajamento em relação ao outro. Para Jost: “Aquele que promete não se compromete com ele próprio a não ser na medida em que está engajado ao olhar do outro” (2004, p. 28).

Ao receptor (grifo nosso), por sua vez, a promessa confere o direito de exigir que o prometido se cumpra. Esse espaço simbólico de interlocução possibilita que haja atualizações da promessa de gênero televisivo. Um processo que se baseia na confiança mútua. Têm funcionado desta maneira entre a TV Globo e os telespectadores do Fantástico que cria novos quadros de tempos em tempos (caso Bola Cheia e Bola Murcha, mencionado), ou com as novelas e os realities Shows que se atualizam a cada edição.

Em vista disso, é importante ressaltar que um documento (escrito ou audiovisual) é produzido em função de um tipo de crença visada pelo destinador; em contrapartida ele só pode ser interpretado por aquele que possui uma ideia prévia do tipo de ligação que o une a realidade. “Todo gênero, repousa na promessa de uma relação com o mundo cujo modo ou grau de existência condiciona a adesão ou a participação do receptor” (JOST, 2004, p.34). Nesse sentido, o espaço de interrelação entre instâncias de produção e recepção por meio da promessa refina-se nessa ambiência midiática digital convergente, especialmente pela tecnológica que permite a mobilização de vários dispositivos (TV, Internet, Telefone) com vistas à interatividade. Tanto o contato em tempo real mediado pela tecnologia quanto à possibilidade de construção colaborativa.

François Jost vem nos demonstrando que a construção de uma narrativa acaba por tornar-se contaminada pela ótica não apenas do autor, mas das diferentes instâncias de produção. Como visto anteriormente, a reprodução do real é uma reprodução de algum ponto de vista vivenciado pelo autor de determinada obra, como se fosse um relato de uma experiência vivida por ele. E se for não pelo autor, poderá ser por outra instância da produção tais como a emissora, o editor, a ideologia vigente no momento, entre outros. Porém é necessário um código comum ao receptor e ao emissor, para que exista a identificação de elementos da narrativa pelo espectador, e que a assistência seja capaz de compreender o gênero e perceber que a promessa foi cumprida, desta forma, provavelmente voltará a assistir determinado programa, em um processo de adesão. Então a promessa, nada mais é do que uma relação afetiva com o espectador (JOST, 2004)

Jenkins ainda nos trás a ideia de “cocriação” como outra instância que interfere na criação de conteúdos, na narrativa transmídia, para o autor:

Na cocriação, as empresas colaboram desde o início para criar conteúdos considerados adequados a cada um dos setores, permitindo que cada meio de comunicação gere novas experiências ao consumidor e aumente os pontos de acesso a franquia. (2009, p.149)

Aliado as influências na construção da narrativa por instâncias de produção, distribuição e até da própria recepção, não podemos esquecer do poder de influência dos anunciantes, cujas marcas acabam por interferir na construção de algumas produções. Jenkins nos traz como exemplo disso, o conceito de “economia afetiva” que denota a forte ligação das marcas com as indústrias de mídia. Assim, torna-se mais clara a capacidade de contaminação também pelas organizações que acabam por interagir com a instância produtora de conteúdo (JENKINS, 2009) diluindo as escrituras negociais e comerciais no interior do texto.

O fato é que essa natureza de mesclagem dos textos digitais que incorporam nas suas construções os sujeitos da comunicação, o âmbito criativo das histórias e os interesses comerciais, os dispositivos tecnológicos e as estruturas textuais, tudo diluído num conteúdo único circulando fluídico pelos meios, nos remete a uma natureza de narrativa.

Num caráter ainda especulativo e preliminar poderíamos pensar numa narrativa que pode ser transmidiática (JENKINS, 2009) ou não, hipermidiática (SCOLARI, 2008) ou não, mas que, sobretudo configura uma característica convergente do meio, do conteúdo e dos níveis semióticos. Essa narrativa convergente encontra sua dinâmica operativa no âmbito da mídiósfera onde estão presentes as influências de diversas instâncias de produção, distribuição e consumo de conteúdos e que negociam suas lógicas particulares a partir do terreno comum oferecido pelo processo da promessa (JOST, 2004) e do engajamento.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O fato é que junto ao advento da internet, nota-se uma importante mudança nas TIC'S, associada à passagem do analógico para o digital, originado a partir dosurgimento da digitalização. Como visto até aqui, há mudanças em curso das

características dos meios de comunicação digital em relação aos meios tradicionais. Estamos diante de novas necessidades na produção de conteúdo e na adaptação aos suportes atualmente à disposição sem ignorar os meios analógicos e mesmo práticas analógicas. O que se percebe é uma incorporação e uma atualização dessas culturas pelos processos digitais.

Hoje, não necessitamos exclusivamente da utilização dos meios tradicionais de comunicação para termos acesso a conteúdos audiovisuais, todavia, muitos deles (como TV e rádio) ainda são, para a maior parte da população brasileira, a única forma de acesso ao mundo midiático. De outro lado, os suportes portáteis e móveis como celulares, computadores e *Tablets*, que nos permitem acesso a uma variada gama de produtos midiáticos, vão sendo naturalizados cada vez mais na vida cotidiana.

Nessa amplitude de oferta, de abundância de suportes, que permitem uma multiplicidade de acesso aos meios de comunicação, o desafio que demanda a construção de bons conteúdos, estéticos, mesmo inovadores, persiste. Novas tendências narrativas vão surgindo sem a eliminação das referências narrativas tradicionais.

Tomemos como exemplo disso o jornal híbrido (disponível na web e no meio impresso) em alguns sites da web, como os principais jornais do país (Folha de São Paulo, O Globo, Jornal Zero Hora, de Porto Alegre) se têm acesso à versão impressa (porém digitalizada) inclusive com a paginação original. Neste caso a estrutura do texto não varia, ao contrário, permanece conforme as regras tradicionais do jornalismo impresso, porém disponível *online*. Ou seja, consumimos os mesmos textos de formas diferentes e, além disso, estamos abertos a novas formas de comunicação.

Outro exemplo é a narrativa fílmica, que mantém os mesmos padrões aristotélicos, porém adaptadas aos suportes atuais. Hoje há novas formas, como os filmes para celular, com menor duração, onde se trabalha com menor atenção do receptor, e mostra-se necessária a concepção de um universo criativo próprio, além de cunhar-se uma nova gramática narrativa para compreensão. Neste universo de hibridização, naturalmente surgem novos tipos de TV (na internet, nas redes sociais como o *YouTube*⁵, na popularização da TV por assinatura), que também trazem consigo

⁵Rede social que disponibiliza vídeos. Disponível em www.youtube.com. Acesso em 28 de junho de 2012.

uma atualização na oferta e consumo de conteúdos como o modelo de vídeo sobdemanda.

Para Scolari: “A web vem se contaminando com muitos outros meios- a televisão, o rádio, os videogames, etc.- ao mesmo tempo em que se trata de definir sua própria interface e gramática de interação” (2008, p.220). Estes novos formatos fazem com que migremos a um espaço onde se tem acesso a todos os palimpsestos narrativos e mais, ainda criam-se novos palimpsestos, instituindo novas tendências narrativas, em um universo hipermediático. “Falar do produto hipermediático implica, portanto, em descrever suas contaminações e hibridizações com os formatos tradicionais da comunicação” (SCOLARI, 2008, p.214).

É nessa contaminação que vamos encontrando a configuração da narrativa convergente que se apropria de mais de uma linguagem textual, é híbrida como a essência da linguagem audiovisual (como uso da linguagem gráfica, visual, sonora, etc), apropria-se das novas estruturas narrativas, sobrepondo duas ou mais mídias ou incorporando seus códigos comunicacionais. A narrativa convergente é inoculada pelo DNA dos outros textos e das outras mídias, constituindo numa nova cadeia de DNA.

Como já mencionado no efeito de diluição do digital, itens são apropriados, ou integrados, criando novos lugares de encontro entre múltiplas plataformas de comunicação.

Reforçamos que se trata aqui de uma primeira aproximação com essa perspectiva em investigação no âmbito de um grupo de pesquisa de conteúdos digitais da Universidade Católica de Brasília. Nesse estágio pode-se, a priori, aferir que não morreram as tecnologias antigas, mas sim, nasceram novas. Porém estas novas plataformas tecnológicas chegam produzindo movimentos de releitura das estruturas narrativas. O palimpsesto tradicional tende a se perpetuar principalmente no que diz respeito a sua estrutura e as ideias aristotélicas de construção ocupam por vezes diluídas, as novas formas de conteúdos digitais. Enquanto os meios se tornaram mais fluidos. O conteúdo parece se libertar das limitações do suporte por meio dessa narrativa da convergência, uma questão ainda para avançar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ARISTÓTELES, Arte Poética. São Paulo. Ed.Martin Claret, 2010.
- BERTRAND, Denis. Caminhos da semiótica literária. Bauru, EDUSC, 2003.
- BRUNS, Alex. *Blogs, Wikipedia, second Life, and Beyond*. New York: Ed.Peter lang, 2008
- CASTRO, Cosette. *A Produção de Conteúdos Digitais Interativos como Estratégia para o Desenvolvimento – um breve estudo sobre a experiência latino-americana para TV digital*. 2011. 141f. Tese (Programa de pós-doutorado). Cátedra da Unesco em Comunicação - Universidade Metodista de São Bernardo (Umesp). São Paulo, março de 2011.
- FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. 19ªed. Edições Loyola: São Paulo,1996
- GENETTE, Gerard . **Figuras**. São Paulo: Ed Perspectiva, 1972.
- _____. **Discurso da Narrativa: ensaio de método**. Lisboa: Ed Arcádia, 1979).
- GREIMAS,A.J;COURTÉS,J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979
- JOST, F.. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- _____ in GOMES, Itania Maria Mota (Organização): **Televisão e realidade**. Salvador, EDUFBA, 2009
- JIMÉNEZ, Jesús Garcia. **Narrativa Audiovisual**. Madrid: Cátedra, 1996
- KIELING, A.S.. **Televisão: a presença do telespectador na configuração discursiva da interatividade no programa “Fantástico”**. São Leopoldo, tese de doutorado na Unisinos, 2009
- JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Barcelona (ES). Ed. Gedisa, 2008.
- VERON, Eliseo: **Fragmentos de um tecido**. Editora Unisinos. São Leopoldo, RS, 2005