

Produção Transmídia e Interfaces Jornalísticas em Dispositivos Móveis: Estudo de Caso da Série *The New Arrivals*, do *The Guardian*

Carolina Weber Dall’Agnese
João Canavilhas
Eugenia Mariano da Rocha Barichello

No ecossistema midiático atual, a comunicação móvel assume papel de destaque (Scolari, 2016). A exemplo de anos anteriores, dados do mais recente *Reuters Digital Media Report* apontam o crescimento do uso de *smartphones* no consumo de notícias em todos os mercados estudados (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2018). Para o jornalismo e, especialmente, no cenário de produção transmídia, dispositivos móveis (*e.g. tablets* e *smartphones*) não são meras plataformas de distribuição de conteúdo. Sua natureza convergente, que reúne características de mídias anteriores e outras próprias desses meios, abre inúmeros desafios e possibilidades – algumas ainda inexploradas – para produção, publicação e circulação do conteúdo noticioso. Diante de hábitos de consumo multiplataforma que privilegiam cada vez mais a mobilidade e a personalização, a tendência estratégica para as organizações midiáticas é a *user-centred* (Hill & Bradshaw, 2019): levar a informação onde o público está. Para as organizações, significa estar ciente de que os usuários (mais *prosumers* do que audiências passivas) consomem e interagem com os conteúdos jornalísticos “no formato e no dispositivo e plataforma que for mais conveniente, a qualquer momento – seja um telefone, uma TV ou um dispositivo *IoT*”¹. Para os jornalistas, significa ser “altamente adaptável às transformações tecnológicas” (Hill & Bradshaw, 2019, p. xiv).

A relação entre dispositivos móveis e produção transmídia é abordada por Scolari, Aguado e Feijóo (2013). O conceito é utilizado para referir histórias contadas por múltiplos meios e plataformas e expandidas por meio da participação do público. Para esses pesquisadores, a prática de *transmedia storytelling* é chave para compreender como a organização do ecossistema reflete-se nas práticas narrativas. Tais estratégias encontram bases sólidas para se desenvolverem no ambiente digital “independente do suporte, acessível a qualquer momento e em diferentes cenários, integrado na dinâmica das relações sociais e permanentemente sujeito à intervenção criativa do usuário” (Scolari, Aguado, & Feijóo, 2013, p. 90).

No contexto jornalístico, os *smartphones*, tecnologias de natureza convergente, são aponta-

1 As citações em língua estrangeira foram traduzidas livremente pelos autores.

dos, por Canavilhas (2018), como meios singulares para o desenvolvimento de produtos transmídia, podendo ser explorados pelas organizações de duas formas: como plataformas de consumo e como interfaces de participação. Isso porque suas características, como a capacidade de registrar momentos em áudio, vídeo ou fotografia, ou a facilidade de se fazer comentários por meio de seus *apps*, atuam como incentivos para que os usuários contribuam para a expansão da narrativa. Além disso, suas funcionalidades propiciam o engajamento e a propagação dos segmentos das produções (Ford, Green, & Jenkins, 2014).

Por sua vez, a própria mobilidade, o consumo fragmentado e a dispersão dos usuários representam desafios para os produtores de mídia, que devem compreender a fundo o funcionamento desses dispositivos de natureza social e móvel, bem como os hábitos de consumo a eles associados, a fim de ofertar conteúdos e interfaces que efetivamente possam cumprir os objetivos jornalísticos.

Este capítulo, de caráter exploratório, tem como objetivo abordar o papel das interfaces jornalísticas em dispositivos móveis no desenvolvimento de produtos transmídia. A reflexão é realizada a partir de um caso ilustrativo: o projeto *The New Arrivals*, acessado a partir de um *smartphone* com sistema operacional iOS. Com essa proposta, o trabalho divide-se em cinco seções: (1) aborda-se a aplicação do conceito transmídia ao universo jornalístico; (2) trata-se da relação entre dispositivos móveis, interfaces e produção transmídia; (3) apresenta-se brevemente o contexto do *The Guardian* no mercado de dispositivos móveis; (4) descreve-se a produção transmídia selecionada; (5) apresentam-se conclusões acerca do caso estudado.

Produção Transmídia no Contexto Jornalístico

O debate acerca da aplicação do conceito de *transmedia storytelling* ao jornalismo tem sido abordado por diversos investigadores na última década (Alzamora & Tárzia, 2012; Canavilhas, 2013, 2018; Moloney, 2011, 2015; Renó & Flores, 2018; Ryan, 2015; Scolari, 2013; Scolari, Bertetti & Freeman, 2014; entre outros). Elaborados para o universo das narrativas de ficção, a mera transposição dos princípios propostos por Jenkins, no início dos anos de 2000 (2009, 2009a), não condiz com a realidade de produção narrativa jornalística, exigindo adaptações rumo a uma definição mais específica (Canavilhas, 2018 ; Moloney, 2011, 2015). A confusão com outros conceitos relacionados à produção digital, como multimídia, crossmídia e intemídia² endossam a discussão.

Para Scolari, Bertetti e Freeman (2014), mesmo antes da digitalização, o jornalismo já tinha caráter transmidiático: notícias expandiam-se do rádio para a TV, dos jornais impressos às revistas semanais. Sem mídias sociais, as contribuições da audiência chegavam por telefone ou cartas. A diferença é que, no contexto atual, as estratégias transmídia são potencializadas pelos meios e pelas tecnologias que facilitam a produção, a distribuição e o acesso multiplataforma. Para Hill e Bradshaw (2019), trata-se de uma época única para os *storytellers* profissionais: “com dezenas de novas plataformas e poucas barreiras para se produzir conteúdo nelas, há grandes oportunidades para criar novas formas de contar histórias e descobrir novas regras para o que funciona melhor” (p. 91).

2 Ver mais em Gambarato e Tárzia (2017) e Canavilhas (2018).

Mas ser multiplataforma não basta: para ser transmídia, é preciso que cada meio ou plataforma contribua de maneira distinta para a compreensão de uma história global, sem redundâncias (Jenkins, 2009). “Em oposição às adaptações, na *transmedia storytelling*, cada meio conta algo novo, expande a história com novos personagens ou situações” (Scolari et al., 2013, p. 85). Ademais, ao mesmo tempo que se complementam, deve ser possível acessar cada segmento de forma independente. Ryan (2015) explica que, em uma narrativa transmídia, “diferentes objetos semióticos ou de mídia são entidades autônomas que podem ser consumidas separadamente, e não há necessidade de consumir todas elas” (p. 4). Nesse sentido, conta-se não apenas uma história, mas várias histórias ou episódios autônomos e ligados por um mesmo enredo, ou mundo narrativo, que pode ser desvendado por caminhos diversos, de forma mais ou menos profunda.

Mas se os mundos ficcionais precisam ser expandidos em detalhes para possibilitar a exploração pelos fãs, para Moloney (2015), o jornalismo lida com o problema oposto. Ao tratar de assuntos do “mundo real”, já rico em detalhes, o desafio é delimitar a história de forma que resulte em um volume de informações suficiente para se espalhar em diversos espaços, mas que não intimide a exploração. “Se o *storyworld* é vagamente definido ou grande demais, uma das maiores vantagens da narrativa transmídia – proporcionar o engajamento e o aprendizado através da mídia – é perdida” (p. 129). O engajamento está atrelado à disposição dos usuários de buscar conteúdos nos vários ambientes ofertados pela narrativa transmídia a fim de obter domínio sobre certa temática (Ford et al., 2014). Mais que potencial econômico, Moloney (2015), vê, no engajamento, a possibilidade de ação e transformação social ao informar melhor e com mais diversidade.

Além do caráter multiplataforma, a presença de usuários que colaboram para a expansão do relato ou mesmo são responsáveis por gerá-lo é crucial para identificar uma narrativa como transmídia (Canavilhas, 2018; Scolari, 2013). No contexto do entretenimento, Jenkins (2009) enfatiza o poder da participação e da criação coletiva de significados para assegurar uma experiência plena. Em contraponto, Ryan (2015) é cautelosa quanto aos limites da expansão narrativa a partir da ação do público, associando-a a uma “visão idealizada” da transmidiação. Apesar de reconhecer o valor de possíveis adições ou modificações para enriquecer um relato, a pesquisadora ressalta que nem todo o tipo de temática ou arranjo narrativo possibilita a criação coletiva: essa só seria viável nos casos em que o sistema narrativo apresenta, por exemplo, uma base de dados para coleta de histórias individuais, em vez de uma história global. De contrário, poderia ser desastroso para a coerência da narrativa permitir o acesso e a modificação dos documentos que constituem sua base. Esse aspecto fica claro no contexto jornalístico: por mais que receba colaborações dos usuários, utilizando-as, muitas vezes, para ampliar seu mundo narrativo, uma história jornalística (transmídia ou não) nunca é tão aberta a ponto de colocar em risco seu caráter institucional ou sua autoria organizacional.

Por sua vez, Ryan (2015) concorda com Jenkins (2009a) sobre a importância de dar ao usuário algo para decidir ou fazer³ e distingue três espécies de interatividade suportadas por uma narrativa transmídia: (1) externa ou exploratória – inerente aos sistemas de base de dados, refere-se à escolha

3 Aspecto referente ao princípio da *performance*, um dos sete apontados por Jenkins (2009a) para caracterizar uma narrativa transmídia, além de: capacidade de propagação X capacidade de perfuração; continuidade X multiplicidade; imersão X capacidade de extração; construção de mundo (*worldbuilding*); serialidade; subjetividade.

dos caminhos de leitura; (2) interna – referente à participação de forma pouco roteirizada (e.g. *quizzes* ou *newsgames*), mas que, como na primeira, não deixa traços permanentes no sistema; e (3) produtiva – quando usuários colaboram com opiniões ou materiais complementares que podem estar visíveis a outros usuários, deixando marcas permanentes; inclui desde a participação estimulada e controlada (e.g. formulários, comentários e fóruns) à criação espontânea (remixagens e hibridizações em mídias sociais e outros espaços).

De acordo com Canavilhas (2018), o aumento do número de celulares conectados e de usuários de mídias sociais que caracteriza um ecossistema de muitos-para-muitos reforça a participação como requisito para que um conteúdo seja considerado transmídia. Para ele, o emaranhado de opiniões e propostas tem o potencial de enriquecer o conteúdo. A fim de ofertar uma definição sintética que permita a identificação de produtos transmidiáticos no contexto jornalístico, o pesquisador aponta três condições que precisam ser atendidas:

1) Integração total entre conteúdo e plataformas [grifo nosso]. O conteúdo deve ser multi-plataforma, uma vez que a efetividade de cada tipo de conteúdo depende de seu uso na plataforma específica para a qual ele foi inicialmente criado, i.e. usando conteúdos expandidos ou adaptados, incluindo conteúdos imersivos, da simplicidade das imagens em 360° ao uso da realidade aumentada e realidade virtual. O uso da internet é obrigatório; 2) Cada história deve ser composta por pedaços independentes de informação e eles precisam ser suficientemente significativos para ser utilizados como pontos de acesso à narrativa [grifo nosso]. Esses pedaços podem ter links para um ou mais pedaços da mesma história, para permitir caminhos de leitura múltiplos e, conseqüentemente, permitir uma navegação personalizada para cada usuário. 3) O usuário deve ser capaz de contribuir com a história adicionando elementos que podem mudar o conteúdo [grifo nosso]. Essa participação pode variar entre baixa complexidade (comentários em notícias ou posts) à alta complexidade (reunindo elementos que mudam e/ou expandem o curso da narrativa). (Canavilhas, 2018, p. 10).

Com base nessas condições, que tipos de relatos jornalísticos podem ser desenvolvidos a partir de estratégias transmídia? Ao requerer profundidade e planejamento, parece ser ponto comum, entre os autores, que *transmedia storytelling* não é para o jornalismo diário. Exemplos de produções que atendam plenamente aos princípios transmídia são raros, uma vez que “implicam a existência de um conjunto de recursos humanos incomum nas redações atuais, que experimentam um tempo de crise” (Canavilhas, 2018, p. 10). Por isso, é mais provável em projetos especiais de médio e longo prazo, com prazos mais folgados e que objetivam ilustrar temáticas complexas (Moloney, 2015), seja para contar histórias com começo, meio e fim – por exemplo, um crime já resolvido – como para cobrir tópicos mais amplos – como o drama da fome ou da imigração (Ryan, 2015). Apesar de não ser exclusiva de um gênero ou formato jornalístico, a reportagem desenvolvida em formatos nativos da *web*, que tendem a expandir-se em ambientes digitais, como as notícias imersivas, a realidade virtual e os *newsgames*, pode ser considerada formas de jornalismo transmídia (Alzamora & Tárca, 2012).

Interfaces Jornalísticas em Dispositivos Móveis

Para Scolari et al. (2013), o surgimento dos dispositivos móveis, tecnologias convergentes para o consumo e a criação dos mais variados tipos de conteúdos e serviços, é um marco para o delinear do

atual ecossistema midiático. “A chegada de uma nova espécie muda todo o ecossistema: assim como há uma ecologia dos meios antes e depois da chegada da televisão nos anos 1960, também pode-se dizer o mesmo dos dispositivos móveis” (p. 81). Portáteis e sempre conectados, muitos recursos fazem deles melhores e mais interessantes para as notícias do que computadores portáteis ou de mesa. A capacidade de capturar imagem, áudio e vídeo, editar, produzir, distribuir e redistribuir conteúdo de qualquer lugar muda rotinas, modelos de negócio e perfis profissionais, ao permitir a interação e a colaboração de maneiras sem precedentes. A partir de uma série de sensores que obtêm informações sobre usuários e seus hábitos (*e.g.* localização, preferências, velocidade, contatos, etc.), são capazes de proporcionar alto nível de personalização e customização dos conteúdos (Hill & Bradshaw, 2019). Tais fatores, somados à capacidade de distribuição de conteúdos imersivos, de realidade virtual e aumentada, abrem inúmeras possibilidades narrativas.

Portanto, são muitas as maneiras pelas quais as organizações jornalísticas podem tirar proveito das características únicas desses dispositivos a fim de informar mais e melhor e garantir seu lugar no ecossistema. De acordo com Hill e Bradshaw (2019), atualmente, pode-se afirmar que mídias sociais e tecnologias móveis estão no centro do processo de produção noticiosa, tanto que falar sobre produzir conteúdo específico para essas plataformas já se tornou lugar comum e, nesse sentido, encorajam jornalistas e organizações a adotarem uma abordagem *user-centred*. Significa produzir com foco no usuário, levando em conta as relações entre dispositivos, mídias sociais, *sites* e aplicativos. “Significa também engajar com novos formatos do jornalismo visual, da cobertura ao vivo e do *streaming*, aos GIFS, emojis e memes” (Hill & Bradshaw, 2019, pp. 2-3). Em outras palavras, envolve o reconhecimento das potencialidades e limites das interfaces midiáticas a fim de promover o diálogo entre usuários e conteúdos (Scolari et al., 2013).

Para Scolari (2018), *interface* é uma das palavras-chave para compreender as transformações da sociedade contemporânea. Extensivamente utilizada nas últimas décadas, não se encaixa em uma definição única, sendo “um conceito guarda-chuva suscetível de ser interpretado e utilizado em diferentes contextos” (Scolari, 2018, 194/2539)⁴. Na obra *Las leyes de la Interfaz*, o autor propõe uma teorização que não se limita à tecnologia digital: o livro, por exemplo, é uma interface sofisticada que é acompanhada há vários séculos. Para Scolari (2018), as interfaces podem ser entendidas por meio de metáforas; a partir de revisão de literatura, ele aponta as mais comumente utilizadas:

4 Edição para Kindle.

Tabela 1.

Metáforas associadas às interfaces

Metáfora	Compreende a interface ideal como
Interface como superfície	A que não necessita de instruções (intuitiva).
Interface como intercâmbio de informação	A que transfere informação de maneira mais rápida, sem ruído.
Interface como conversa	A que facilita o diálogo interativo a partir de um código compartilhado entre usuário e máquina.
Interface como instrumento (a metáfora mais difundida)	A que desaparece e permite ao usuário focar no que está fazendo.
Interface como espaço de interação (contém todas as demais metáforas)	A que é o lugar no qual intercâmbios e movimentos se realizam de forma simples e natural, gerando um efeito de imersão no usuário.

Fonte: Elaboração própria a partir do livro *Las Leyes de la Interfaz* (Scolari, 2018)

Dessas metáforas, a última (espaço de interação) é a que o autor considera mais frutífera: a partir dela, a interface pode ser interpretada como a zona de fronteira entre mundo real e virtual, ambiente de tradução entre usuários, *designers* e artefatos; ponto de encontro e, também, de desencontros, por sua já mencionada natureza polissêmica (Scolari, 2018).

De acordo com os estudos da ecologia da mídia, meios e tecnologias formam ambientes para a ação e interação cujos efeitos são maiores que os conteúdos ou as mensagens que neles circulam (McLuhan, 2007). A partir dessa abordagem, interfaces não são meras ferramentas para realizar uma tarefa, mas entornos em que diferentes atores trocam informação e executam ações (Scolari, 2018). Ao mesmo tempo que se compreende interface no âmbito das relações usuário-tecnologia, interface, de igual modo, pode referir-se ao ambiente no qual tecnologias atuam umas sobre as outras. No caso dos *smartphones*, pode-se falar de interfaces tanto como os espaços nos quais os usuários entram em contato, interagem e engajam-se com os conteúdos, como do próprio aparelho como interface em que vários componentes dialogam.

Uma vez que a interface medeia a relação entre “conteúdo e o usuário, num processo de tradução da mensagem original para uma linguagem humana e cognitiva” (Renó & Renó, 2013, p. 4), o *designer* de interfaces será o especialista no planejamento e na criação de espaços para interação entre atores humanos e tecnológicos (Scolari, 2018). No contexto dos dispositivos móveis, organizações não só utilizam interfaces diversas para fins jornalísticos, como, também, criam suas próprias interfaces, enquadrando-se na linguagem das plataformas de distribuição digital como desenvolvidoras. Portanto, neste trabalho, consideram-se interfaces jornalísticas no ecossistema midiático digital aquelas desenvolvidas pelas organizações de mídia – portais de notícias e aplicativos – bem como as apropriadas para fins jornalísticos, como as mídias sociais.

***The Guardian*, Histórico de Inovação e o Mercado de Dispositivos Móveis**

Para Saad (2016), o *The Guardian* é um dos exemplos contemporâneos de organização a alcançar um estado de inovação contínua, ao engajar-se de forma profunda aos parâmetros da sociedade digitalizada sem abandonar sua essência jornalística. Parte do *Guardian Media Group*, o *The Guardian*, *on-line*, desde o final da década de 1990, adotou o modelo de redação integrada em 2008 (Salaverría & Negrodo, 2008) e, em 2011, a estratégia de publicação *digital-first* (The Guardian, 2017). Além do Reino Unido, possui operações na Austrália e nos Estados Unidos e, desde 2013, quando mudou o domínio de seu *website* para *.com*, após o impacto da cobertura *NSA Files*, investe na expansão de seus produtos digitais multiplataforma para se consolidar como marca global (Murrell, 2016). Segundo o próprio jornal, em 2017, as contribuições de cerca de meio milhão de assinantes e membros do periódico ultrapassaram o número de anunciantes como forma de financiamento (Viner, 2017). Apesar de não adotar *paywalls*, aposta em estratégias diversas para que leitores invistam no jornalismo “independente, investigativo e de qualidade”.

No mercado dos dispositivos móveis, a primeira versão do *app The Guardian* foi lançada em 2009, para os aparelhos iPhone e iPod. Em 2015, o jornal anunciou ser uma das primeiras organizações jornalísticas a construir adaptação para o Apple Watch⁵. Atualmente, na App Store e na Google Play, principais plataformas de distribuição de aplicativos digitais, o desenvolvedor *Guardian News and Media Limited* oferece duas opções para *smartphones*: o carro-chefe de notícias *The Guardian* e o *app* de realidade virtual *The Guardian VR*. Já o *The Guardian and Observer Daily Edition*, que entrega conteúdo das versões impressas mediante adesão a um dos planos mensais de assinatura, está disponível somente para iPad⁶.

Em maio de 2018, juntamente a uma atualização do aplicativo de notícias para Android e iOS, o *The Guardian* anunciou dois incrementos⁷ na versão *premium*: as funcionalidades *Discover* e *Live*. A primeira funciona como uma espécie de curadoria de variedades (entrevistas, reportagens longas, receitas, *reviews* de filmes ou séries) de forma visual, em um formato imagens mais chamadas que remete às postagens da rede social Instagram. A segunda, como o nome sugere, permite o acompanhamento de coberturas ao vivo e vai direto ao ponto, exibindo o sumário das últimas notícias (gerais ou esportivas), sem imagens, na ordem dos acontecimentos mais recentes. Pela navegação intuitiva (a partir da *home* do aplicativo, basta deslizar para a esquerda ou para a direita para acessar os recursos), *Live* e *Discover* apresentam possibilidades interessantes para a descoberta de conteúdo e engajamento dos usuários em certas temáticas.

5 Ver mais em <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2015/mar/09/introducing-moments-from-the-guardian-app-built-for-apple-watch>

6 Neste ano, a empresa desativou esse *app* para Android, Kindle e Amazon.

7 Ver mais em <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2018/may/15/the-guardian-app>

Estudo de Caso: *The New Arrivals* no *The Guardian*

Com o intuito de refletir sobre o papel das interfaces jornalísticas para dispositivos móveis no desenvolvimento das narrativas transmídia, apresenta-se, neste trabalho, um exemplo de produção transmidiática no contexto do jornalismo de referência (Zamin, 2014). Trata-se do projeto colaborativo *The New Arrivals*⁸, realizado pelo jornal *The Guardian* juntamente com *El País*, *Le Monde* e *Spiegel Online*. Por meio de diversas plataformas (imprensa, *web* e dispositivos móveis) e formatos (da reportagem e do documentário em vídeo e áudio às narrativas em mídias sociais e realidade virtual), as quatro organizações trabalharam durante 18 meses em parceria para acompanharem trajetórias de refugiados em busca de asilo no Reino Unido, na Espanha, na França e na Alemanha. Dessa forma, um extenso mundo narrativo transmídia é construído a partir de diferentes personagens a cujas vozes e perspectivas tem-se acesso por meio de texto, imagens, sons, movimento. Apesar de cada veículo prioritariamente dedicar-se à cobertura de casos de seus respectivos países de origem, as histórias e os cenários de imigração cruzam-se nas narrativas: ora pela reprodução de conteúdo traduzido, ora por textos assinados em conjunto por jornalistas de diferentes origens, além das menções e usos da *hashtag* #*TheNewArrivals* nas mídias sociais. A marca *The New Arrivals* (ícone de uma impressão digital) e as cores amarela e cinza identificam os conteúdos nos diferentes espaços.

Metodologia e pergunta de investigação

Neste trabalho foi realizado um estudo de caso de caráter exploratório cuja coleta de dados baseou-se nos conteúdos disponíveis *on-line* e na observação das interfaces jornalísticas que integram o universo narrativo transmídia da série *The New Arrivals* no âmbito do *The Guardian*. Como estratégia de pesquisa empírica, o estudo de caso é opção para responder a “questões do tipo ‘como’ e ‘por que’, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco encontra-se em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real” (Yin, 2001, p. 19). O método concentra-se no estudo de um ou mais casos particulares e representativos que possam subsidiar uma generalização, permitindo inferências (Severino, 2007) e, para isso, utiliza-se de evidências variadas (documentos, artefatos, observações) a fim de identificar elementos que constituem uma situação ou um problema (Duarte, 2005). Quando com objetivo exploratório, tem o intuito de obter conhecimento sobre certo tema ou problema e frequentemente aponta caminhos para pesquisas futuras.

A pergunta que guia esta investigação é a seguinte:

De que forma as características convergentes do dispositivo móvel são exploradas pela organização jornalística para potencializar a transmídiação em busca da integração entre conteúdos e plataformas e do engajamento do público?

Em busca de respostas, analisaram-se segmentos da produção transmídia acessíveis a partir de um *smartphone* com sistema operacional iOS, a fim de discutir o papel das interfaces jornalísticas

8 Projeto de iniciativa do Centro Europeu de Jornalismo, com apoio financeiro da Fundação Bill & Melinda Gates. A série foi premiada no *Online Media Awards 2018*, categoria *Editorial Team of the Year*. A página *thenewarrivals.eu* apresenta o projeto e direciona para publicações nos espaços *web* dos quatro jornais.

em dispositivos móveis (próprias e apropriadas para fins jornalísticos) pelo *The Guardian*, no desenvolvimento da narrativa.

A análise e discussão

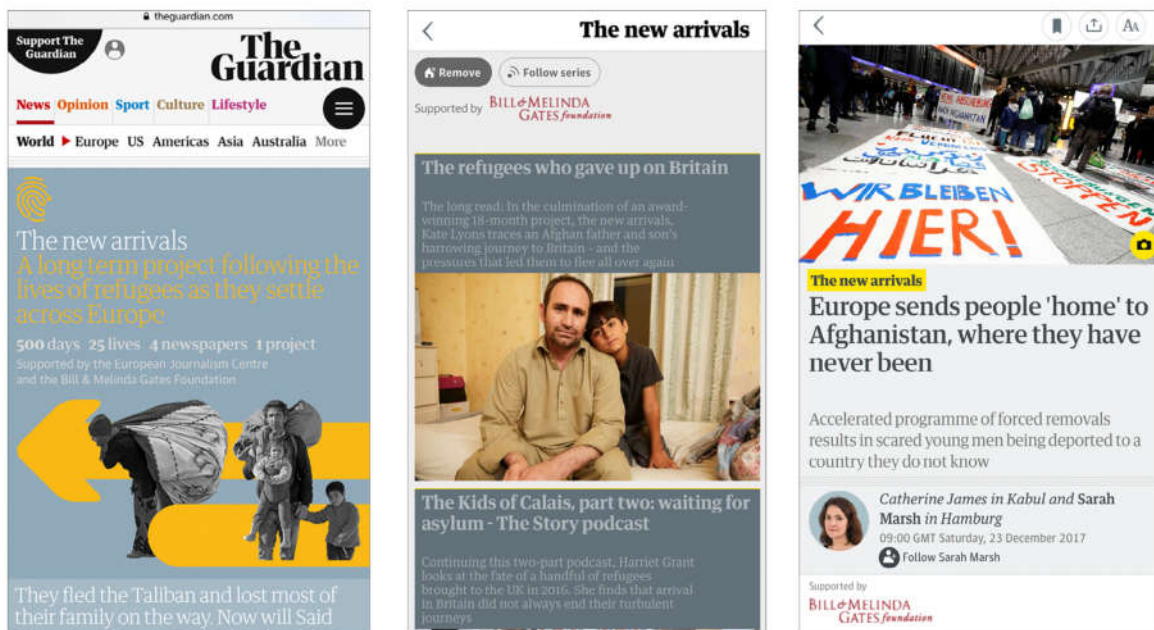


Figura 1. Página principal do projeto na versão adaptada do website *The Guardian* para *smartphone*; *The New Arrivals* no aplicativo; e exemplo de página acessada a partir do *app*

Fonte: captura de tela a partir de um *smartphone* com sistema iOS

Na versão adaptada do *website* do *The Guardian* para dispositivos móveis, o ponto de partida ideal para explorar o mundo narrativo de *The New Arrivals* é a página inicial do projeto (<https://www.theguardian.com/world/series/the-new-arrivals> - figura 1, à esquerda). No aplicativo, utilizou-se a ferramenta *Search* para chegar ao tópico homônimo (fig. 1, centro).

Ao olhar para as diferentes interfaces, percebe-se que os elementos visuais identificadores da série, mencionados anteriormente (cores específicas e marca), são suprimidos no *app*: prioriza-se a navegação simplificada e o rápido carregamento que demanda menor uso de dados móveis. No entanto perdem-se elementos que, na página *web*, facilitam o reconhecimento dos segmentos como integrantes de um mesmo universo narrativo. Uma vez que fora encerrado em junho de 2018, durante esta investigação⁹, o projeto não se encontrava em destaque nas *homepages* do *website* ou do aplicativo.

Duas funcionalidades para estimular o engajamento dos usuários à narrativa em questão podem ser observadas, na captura de tela da série no *app*: os botões *Add to Home* e *Follow Series*, localizados no canto superior à esquerda. O primeiro relaciona-se à customização da “capa”: ao adicionar um assunto, ele figurará em destaque no aplicativo até que seja excluído. O segundo ativa alertas para novas publicações. Outros botões *Follow* possibilitam acompanhar jornalistas ou colaboradores específicos que assinam os conteúdos de *The New Arrivals*.

9 Conduzida no mês de outubro de 2018.

Privilegia-se aqui a análise do aplicativo em detrimento da versão adaptada do *website* por ser uma interface desenhada especificamente para o dispositivo móvel. Hill e Bradshaw (2019) listam cinco vantagens, para as organizações, dos *apps* em relação às versões adaptadas dos portais jornalísticos: (1) possibilidade de enviar notificações; (2) personalização dos conteúdos com base nos hábitos do usuário; (3) oferta de leitura *on-line* e *off-line*; (3) localização (referente tanto à questão da onipresença dos *smartphones* como à possibilidade de oferta de conteúdo de acordo com a região geográfica); (4) *design* personalizado para cada sistema operacional; e (5) geração de receita mediante venda de *apps* ou funcionalidades desses.

A partir das três condições apontadas por Canavilhas (2018) para que um conteúdo jornalístico seja considerado transmídia (seção 1 deste capítulo), analisa-se, a seguir, como a narrativa *The New Arrivals* é desenvolvida pelo *The Guardian* a fim de discutir usos, potencialidades e limites das interfaces acessadas a partir do *smartphone*.

1) *Integração total entre conteúdo e plataforma...* O universo narrativo *The New Arrivals* expande-se nas múltiplas plataformas do *The Guardian* (*web*, publicações impressas, dispositivos móveis) e em outras pertencentes às demais organizações¹⁰ que fazem parte do projeto. Considerando os segmentos acessíveis via *smartphone*, o conteúdo espalha-se em:

(a) Interfaces jornalísticas próprias: portal do *The Guardian*, acessado em dispositivos móveis por meio de navegadores (*e.g.* Chrome ou Safari) e os aplicativos *The Guardian* e *The Guardian VR*, distribuídos gratuitamente. A partir dessas interfaces, tem-se acesso aos conteúdos da série que envolvem variados formatos narrativos e editoriais do jornal. Recursos exclusivos do *app* noticioso, como os botões para ativar alertas (da série, de um jornalista específico, de um tópico relacionado), destacam os benefícios deste em relação à versão adaptada do *website*. Soma-se a esse fator certa customização permitida pela interface: a série pode ficar sempre disponível ao ser adicionada à *Home* e páginas podem ser salvas para leitura posterior (*Save for later*). O recurso de aumentar/diminuir a fonte ajusta a leitura às necessidades visuais do usuário. A possibilidade de *download* dos conteúdos permite o consumo em momentos *off-line*, apesar de este recurso só estar disponível na versão paga do aplicativo e armazenar apenas texto. Destaca-se, ainda, o compartilhamento de conteúdos por meio de botão localizado no canto superior direito da interface. Já no *app* de realidade virtual, é possível acessar a narrativa imersiva *Limbo*, sobre a rotina de refugiados que aguardam uma decisão sobre seus pedidos de asilo. A experiência exige a utilização de um dispositivo *VR*, como o *Google Cardboard*.

(b) Interfaces apropriadas para fins jornalísticos: perfis ou páginas em serviços de distribuição de vídeo e/ou áudio e mídias sociais. Vídeos da série podem ser acessados pelo *app* jornalístico ou pelo canal do *The Guardian* no YouTube; assim como os *podcasts*, que podem ser acessados tanto pelo *app* como pelas páginas/perfis pertencentes à organização no Acast, iTunes, Soundcloud, Audioboom, Spotify e Google Podcasts. É possível baixar os áudios. O *The Guardian* apresenta *posts* relacionados ao projeto nas mídias sociais *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*, sendo em maior quantidade neste último, onde o projeto foi destacado em *Moments*.

(c) Outros espaços: em maio de 2018 foi realizada, em Londres, uma edição do *The Guardian Live*, aberta à participação mediante compra de ingresso, com a editora da série, ativistas e autoridades relacionadas à temática. O formato do evento é o de exposição e abertura para debate, no qual convidados respondem a perguntas previamente selecionadas da audiência. Além disso, no desenvolvimento do projeto, usuários poderiam cadastrar-se para receber atualizações por *e-mail* via *newsletter*¹¹.

2) *Cada história deve ser composta por pedaços independentes de informação...* A partir

10 Apesar de não ser objetivo deste trabalho analisar como a narrativa transmídia se desenvolve nesses espaços, destaca-se que conteúdos das outras três organizações são acessíveis a partir das páginas do *The Guardian* por meio de *links*, menções e do material compartilhado que serve como subsídio para a cobertura.

11 A *newsletter*, cujo texto pode ser acessado nas plataformas do *The Guardian* sob a tag *The new arrivals email update* seguiu o formato de “carta do editor”, fazendo referência ao trabalho de reportagem.

do *app*, são identificados elementos que atuam como pontos de acesso a outras páginas que, mesmo exploradas de forma independente, complementam-se. A retranca *The New Arrivals*, em amarelo, acima dos títulos (figura 1, à direita), é um elemento sensível ao toque que leva à página inicial da série e a partir da qual se pode visualizar a lista de todas as páginas do *The Guardian* relacionadas. Nos conteúdos, o box *About this series* contextualiza a produção ao leitor. Menções e *links* ao longo dos textos atuam como pontos que permitem ir de um segmento a outro, assim como *tags* e sugestões de conteúdos afins. Contudo a forma mais intuitiva de navegar pela narrativa, exclusiva do *app*, é simplesmente, a partir do tópico *The New Arrivals*, deslizar a tela. Ao fazê-lo, páginas serão exibidas na ordem cronológica da mais recente para a mais antiga (deslize para a direita) ou da mais antiga para a mais recente (deslize para a esquerda). Em outros espaços, porém, são verificadas algumas lacunas quanto aos pontos de acesso. A narrativa de realidade virtual *Limbo*, por exemplo, é referenciada somente como conteúdo relacionado (sob a tag *Immigration and asylum*) e, se acessada diretamente pelo *app The Guardian VR*, não apresenta ligação com o projeto. A partir das interfaces apropriadas para fins jornalísticos, a exploração torna-se mais problemática. No canal do *YouTube*, a conexão com a série é indicada no título e nas aberturas dos vídeos. Na descrição dos vídeos, todavia, não há *link* para outros conteúdos da produção. Nos *podcasts* hospedados em serviços de distribuição, não há menção ao projeto. No *Twitter*, ao contrário dos parceiros *Le Monde* e *El País*, o *The Guardian* não faz uso da *hashtag* #TheNewArrivals em seus *posts* (ela aparece somente no título do destaque da seção *Moments*). A série também não é identificada de outra forma nas publicações verificadas nessa mídia social.

3) *O usuário deve ser capaz de contribuir com a história...* Os conteúdos referentes à série publicados nas interfaces noticiosas próprias do *The Guardian* não permitem comentários, visto que a organização anunciou, em 2016, que não abriria mais espaços para opinião acerca de certas temáticas, como a imigração¹². Contudo, comentários e mensagens podem ser enviados por meio dos perfis oficiais no *Twitter*, *Facebook* ou *Instagram*. Além disso, ao assinar conteúdos, grande parte dos jornalistas e editores disponibiliza contatos de *e-mail* e perfis nas mídias sociais (porém nem todos permitem mensagens). Outra forma de envolver-se com a série foi propiciada por meio do debate no evento *The Guardian Live*. Apesar de a participação nesses exemplos ser de baixa complexidade, um recurso apresenta o potencial de contribuir com o desenvolvimento da produção transmídia no sentido de expandir ou modificar a narrativa. Trata-se da disponibilização de um formulário (com a chamada *Share your experiences*)¹³, possível de ser respondido anonimamente, para envio de relatos de pessoas que chegaram ao Reino Unido como refugiadas ou que trabalham com esse público.

Conclusões

Entende-se que o *smartphone* ocupa papel central para que um produto jornalístico alcance os requisitos transmídia apontados por Canavilhas (2018), podendo ser aproveitado, segundo aponta o pesquisador, como plataforma de consumo e como interface para a participação. Nesse sentido, este estudo exploratório teve como intuito verificar, no contexto da série *The New Arrivals*, de que forma as características convergentes desse dispositivo móvel são exploradas pelo *The Guardian* a fim de potencializar a transmidiação.

12 Sobre o anúncio, ver: https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jan/31/readers-editor-on-readers-comments-below-the-line?CMP=share_btn_tw

13 Disponível em algumas das páginas da série. Sobre esse formulário, cabe acrescentar que não foi encontrada, nos textos disponíveis, qualquer referência a informações recebidas por essa via. Para saber se esse instrumento, assim como outros espaços abertos ao envio de informações pelos usuários, realmente contribuiu para expandir e/ou modificar a narrativa, seriam necessárias entrevistas com membros do *The Guardian* envolvidos na produção – fonte de dados que poderá preencher lacunas e enriquecer possíveis desdobramentos desta pesquisa.

Foi possível detectar que, enquanto plataforma de consumo, a natureza convergente, social e móvel do *smartphone* por si só facilita a navegação de um segmento a outro do universo narrativo: do aplicativo vai-se às mídias sociais, aos serviços de distribuição de vídeo e/ou áudio e experimenta-se a narrativa imersiva de realidade virtual. A partir da interface jornalística própria (*app The Guardian*), a exploração do produto transmídia é possibilitada tanto por elementos da série, que permitem a identificação das diferentes partes como pertencentes a um universo narrativo particular (retranca, *links*, menções, tags), como pelos recursos de leitura inerentes ao aplicativo (*e.g.* navegação por rolagem ou deslizar da tela, adicionar série à *Home*, entre outros), que estimulam a continuação da leitura de forma personalizada e mais ou menos minuciosa – de acordo com o interesse de cada usuário. Contudo, com exceção da narrativa *VR*, cuja experiência não seria possível em um computador, não foram verificados conteúdos produzidos especialmente para o *smartphone*, mas adaptações: o conteúdo acessado por meio do *app* é o mesmo disponível no portal de notícias (plataforma *web*).

No entanto, no *app The Guardian*, características da interface jornalística que são aproveitadas pela série (*e.g.* a possibilidade de ativar alertas de novas publicações e marcar páginas para leitura posterior, além dos recursos de navegação já mencionados) podem contribuir para o engajamento a uma narrativa que, diferentemente do universo ficcional, não tem data e hora certa para publicar seus próximos “episódios”. A própria portabilidade dos conteúdos (que, inclusive, podem ser lidos *off-line*) pode ser apontada como outro benefício do dispositivo para a imersão no universo narrativo.

Como interface para a participação, novamente, não foram verificadas ferramentas desenvolvidas pela organização jornalística exclusivamente para o *smartphone*, mas adaptações. O aplicativo do *The Guardian* poderia atuar como facilitador de comentários, se não estivessem fechados para a temática. Em contrapartida, o dispositivo móvel oferta mais recursos para interação via interfaces apropriadas para fins jornalísticos, como os perfis da organização em mídias sociais acessadas por meio de *apps*. Um exemplo é o *Instagram*, cuja versão *web* não permite publicar ou enviar mensagens diretas.

A partir da análise realizada neste trabalho, conclui-se que o *smartphone* é prioritariamente utilizado como plataforma de distribuição de conteúdos adaptados em vez de espaço para ofertar conteúdos específicos plenamente integrados ao dispositivo. Portanto, do ponto de vista do desenvolvimento narrativo transmídia de *The New Arrivals*, as características convergentes do *smartphone* ainda são pouco exploradas pela organização. A exceção é a experiência imersiva *Limbo*. Apesar disso, pode-se inferir que, devido aos recursos da interface do *app* de notícias, que facilitam a descoberta de segmentos, bem como a possibilidade de redistribuição desses em mídias sociais e outros espaços, a exploração da narrativa a partir do dispositivo móvel, seja de conteúdos adaptados ou específicos, apresenta mais vantagens do que quando realizada nas plataformas *web*.

Referências Bibliográficas

Alzamora, G. & Tárzia, L. (2012). Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. *Revista SBPJor*, 8(1).

Canavilhas, J. (2013). Jornalismo Transmedia: Um desafio ao velho ecossistema mediático. In D.

Renó, C. Campalans, S. Ruiz, & V. Gosciola (Eds.), *Periodismo Transmedia: Miradas múltiples* (pp. 53–68). Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

Canavilhas, J. (2018) Journalism in the Twenty-First Century: to be or not to be transmedia? In R. Gambarato & G. Alzamora (Eds.), *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*. (pp. 1-14). Hershey: IGI Global.

Duarte, M. Y. M. (2005). Estudo de caso. In J. Duarte & A. Barros (Eds.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas.

Ford, S., Green, J. & Jenkins, H. (2014). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph.

Hill, S. & Bradshaw, P. (2019). *Mobile-First Journalism: producing news for social and interactive media*. Londres, Nova Iorque: Routledge.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.

Jenkins, H. (2009a). The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling [Blog]. Recuperado de <http://henryjenkins.org/>

McLuhan, M. (2007). *Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding Media)*. São Paulo: Cultrix.

Moloney, K. (2015). *Future of Story: Transmedia Journalism and National Geographic's Future of Food Project* (Tese de Doutorado). University of Colorado Boulder, Denver, Colorado, United States.

Moloney, K. T. (2011). *Porting transmedia storytelling to Journalism* (Tese de Mestrado). University of Denver, Denver, Colorado, United States.

Murrell, C. (2016). *The Guardian: Game of Editions* [arquivo PDF]. Londres: Autor. Recuperado de <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaWorkingPapers/pdf/WP39-FINAL.pdf>

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. & Nielsen, R. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018* [arquivo PDF]. Recuperado de <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>

Renó, D. & Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia. Edición actualizada*. Aveiro: Ria Editorial.

Renó, D. & Renó, L. (2013). Narrativa Transmídia e Interfaces Interativas como Suportes para a Educação. *Revista Ação Midiática*, 2(5).

- Ryan, M. (2015). Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience? *Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*, 7(2), 1-19.
- Saad, E. (2016). Inovação e empresas informativas: aliados, inimigos ou em permanente estado de “discussão da relação”? *Revista Parágrafo*, 4(2).
- Salaverría, R. & Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa Editorial [Versão Kindle]. Recuperado de <http://amazon.com>
- Scolari, C., Aguado, J. M. & Feijóo, C. (2013). Una ecología del medio móvil: contenidos y aplicaciones. In J. M. Aguado, C. Feijóo & I. Martínez (Eds.), *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital* (pp. 79-104). Barcelona: Gedisa Editorial.
- Scolari, C., Bertetti, P. & Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. Londres: Palgrave.
- Scolari, C. & Angeluci, A. (2016). A comunicação móvel está no centro dos processos de convergência cultural contemporâneos. *Revista Intercom*, 39(2), 177-184.
- Severino, A. J. (2007). *Metodologia do trabalho científico* (23a ed.). São Paulo: Cortez.
- The Guardian. (2017, dezembro 11). History of the Guardian. A brief history of the Guardian newspaper [Jornal online]. Recuperado de <https://www.theguardian.com/gnm-archive/2002/jun/06/1>
- Viner, C. (2017, outubro 26). Together, we are safeguarding the Guardian’s independent journalism [Jornal online]. Recuperado de <https://www.theguardian.com/membership/2017/oct/26/together-we-are-safeguarding-the-guardians-independent-journalism>
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (2ª ed). Porto Alegre: Bookman.
- Zamin, A. (2014). Jornalismo de Referência: o conceito por trás da expressão. *Revista Famecos*, 21(3), 918-942.