

Sobre a mediação do consumo ficcional transmidiático e seus efeitos¹

About the mediatization of fictional transmedia storytelling consumption and its effects

Ramon Queiroz Marlet²
João Carlos Massarolo³

RESUMO

Partindo-se de uma abordagem conceitual, utilizaremos a mediação como conceito-chave para o entendimento das estruturas que constroem o sentido social e cultural a partir do consumo ficcional das narrativas transmidiáticas em nossa atualidade, que se dá por meio de novos dispositivos interacionais sócio-técnicos-discursivos. Analisaremos também os efeitos decorrentes desse processo no que diz respeito à fruição dessas manifestações, caracterizadas tanto pela criação de universos narrativos expandidos como também pelo alto grau de complexidade narrativa, o que altera, por sua vez, a lógica pela qual a indústria da mídia opera e pela qual os consumidores processam os conteúdos recebidos.

Palavras-chave: mediação, narrativa transmídia, efeitos.

ABSTRACT

Starting from a conceptual approach, we use the term mediatization as a key concept for understanding the structures that build the social and cultural meaning from the fictional consumption of transmedia narratives in our present time, which occurs by new social-interactive and technical-discursive devices. We also analyze the effects of this process with regard to the enjoyment of these manifestations, characterized both by creating expanded narrative universes and by the narrative complexity, which changes, in turn, the logic by which the media industry operates and for which consumers process the content received.

Keywords: mediatization, transmedia storytelling, effects.

¹ Uma versão anterior deste trabalho foi apresentada no GP Ficção Seriada do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2014.

² Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes. Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, 05508-020, Butantã, São Paulo, SP, Brasil. E-mail: ramonmarlet@gmail.com

³ Universidade Federal de São Carlos. Rod. Washington Luís, km 235, SP-310, 13565-905, São Carlos, SP, Brasil. E-mail: massarolo@terra.com.br

Introdução

A relação entre indivíduos, mídia e meios de comunicação foi, e continua sendo, um campo muito vasto e inesgotável de estudos. As várias abordagens que trataremos aqui procuraram analisar, entre outros fatores, as influências recíprocas provenientes dessa interação, bem como as ressignificações dos papéis de emissores e receptores no decorrer das transformações das ações desses, até então, polos comunicacionais, as trocas simbólicas realizadas entre ambas as instâncias e o papel facilitador/mediador que os meios de comunicação possuem nesse intercâmbio de sentidos midiaticizados.

Buscando refletir sobre a presença midiática na formação dos hábitos e atitudes de consumo ficcional em nossa atualidade, utilizaremos a midiática como conceito-chave para o entendimento das estruturas que constroem o sentido social e cultural decorrentes desse processo, a partir de uma ferramenta promissora para a expansão e a reconfiguração da arte de contar histórias específica das plataformas midiáticas: as narrativas transmídia (Jenkins, 2009a). Essa nova manifestação estética surgida na cultura da convergência midiática faz-se onipresente nas sociedades conectadas em rede, “estimulando o compartilhamento de informações e o desenvolvimento de modelos de negócio baseados na cultura participatória, ou seja, priorizando o diálogo entre produtores e consumidores/fãs” (Massarolo, 2013, p. 338), e, conseqüentemente, desenvolvendo novas práticas de produção cultural. Além disso, devido às suas características específicas que abordaremos mais adiante, sua fruição exige novas habilidades e capacidades dos consumidores, que passam a se envolver em níveis cada vez mais profundos com as narrativas ficcionais: “o *storytelling* transmídia se diferencia dos modelos narrativos convencionais pela criação de universos narrativos expandidos e pelo alto grau de complexidade narrativa” (Massarolo, 2013, p. 337).

A dimensão comunicacional proposta pelo presente estudo entende a midiática e os hábitos e atitudes de consumo decorrentes dessas narrativas como dispositivos articuladores de sentidos/significados dessas manifestações na vida das pessoas que transitam em seus universos ficcionais criados. Entretanto, antes de aprofundarmos nossas reflexões sobre a presença midiática nessas construções de vínculos de sentidos, torna-se necessário uma breve explanação a respeito de algumas abordagens teórico-conceituais sobre a midiática, objetivando entender a influência que a mídia exerce em nosso cotidiano, entre outros fatores.

A mídia em perspectiva: entre a mediação e a midiática

A midiática, em seu sentido geral, vem acompanhando o desenvolvimento evolutivo do pensamento comunicacional, se associando a outros termos no cenário mundial, “cuja discussão, que passou por vários autores, visava orientar e alargar o espectro teórico dos estudos comunicacionais para o entendimento dessa presença midiática na vida cotidiana” (Trindade e Perez, 2014, p. 2). Nessa perspectiva,

Termos e processos sob a denominação de comunicação mediática, midiática, centralidade da comunicação, sociedade da informação e da comunicação sinalizariam no âmbito da comunicação diferentes processos onde essa tendência de determinação social da técnica se expressa (Sousa, 2007, p. 13).

Uma das associações do termo midiática que merece nosso destaque é a associação em relação ao conceito de mediação cultural, que vê a comunicação em processos extrínsecos aos meios e na realidade social mediada. Segundo Silverstone (2011), devemos pensar essa mediação como uma constante circulação de significados entre enunciadore e enunciatários/receptores, a qual envolve produtores e consumidores de mídia em uma atividade contínua de engajamento e desengajamento com significados que têm sua fonte ou seu foco nos textos mediados, mas que dilatam a experiência e são avaliados à sua luz de diversas maneiras.

Disso, resulta um certo sentimento de pertencimento à sociedade comunicacional, que se reforça como estratégia simbólica de busca de inclusão, uma vez que “o estar junto social na sociedade complexa, o mundo mesmo das representações simbólicas em interação, cada vez mais se manifesta mediaticizado” (Sousa, 2005, p. 12). Nesse processo, a mídia “filtra e molda realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para produção e manutenção do senso comum” (Silverstone, 2011, p. 20).

O lugar das mediações se visualiza não em si mesmas mas no seu resultante, nas práticas de vida, e que dão sentido estruturante ao tecido social. Assim, se há

mediações que qualificam e distinguem a relação das pessoas e os media, estes também exercem papel de mediação diante do eixo básico que define a comunicação como sustentada na relação das pessoas e a sociedade, ou, as pessoas e a vida (Sousa, 2007, p. 15).

Assim, os meios de comunicação atuando como mediadores desse processo na esfera simbólica, “lidam com um comum social de informações, valores e necessidades que constituem a representação do que passa a ser buscado e circulado na concretude das práticas sociais cotidianas, segundo tempos e espaços sociais definidos” (Sousa, 2005, p. 15).

Já Martín-Barbero considera a existência das mediações comunicativas da cultura na medida em que o comunicativo está se transformando em protagonista da vida cultural e social de todas as pessoas (2009, p. 152-153), o que não apaga, em sua visão, os determinantes econômicos, geracionais, étnicos ou de gênero. As mediações que atravessam a relação dos receptores/consumidores com os meios não existem fora da relação com esses, ou seja, os determinantes estão sendo modelados pela cultura mediática da mídia.

Como pode-se observar, de um modo geral, a mediação deslocou a pesquisa dos meios para as mediações culturais, entendendo os processos que envolvem os meios, as mídias e seus vínculos socioculturais, isto é, proporcionando uma análise extrínseca aos meios, como apontado anteriormente.

Por outro lado, como veremos a seguir, a midiaticização é um processo que verifica nos dispositivos midiáticos e nos seus respectivos processos de interação as lógicas das mídias na vida social, assim como as possibilidades de construção de sentidos na realidade cotidiana. Por meio de um panorama crítico sobre os estudos da comunicação, Couldry e Hepp (2013) trabalham a “midiaticização” como um termo chave para o pensamento contemporâneo dos estudos midiáticos e comunicacionais. Um dos principais eixos do estudo dos autores é a abordagem das consequências da inserção da mídia na vida cotidiana, onde essa midiaticização ultrapassa as atividades sociais e é testada nos diferentes processos comunicacionais.

A midiaticização, assim, é vista como “um conceito utilizado para analisar criticamente a inter-relação entre as mudanças nos meios e na comunicação, de um lado, e as mudanças na cultura e na sociedade, de outro” (Couldry e Hepp, 2013, p. 197). O acompanhamento do percurso evolutivo desse conceito permitiu, na visão dos autores, a configuração de duas tradições de estudos sobre a midiaticização: a perspectiva institucionalista e a social-construtivista, que, embora coexistam, têm se tornado

mais próximas (convergentes) com o passar do tempo, uma vez que “não há construção social de realidades que não envolvam instituições” (Trindade e Perez, 2014, p. 2). A seguir, analisaremos cada uma delas.

A perspectiva institucionalista, com destaques para as contribuições de Stig Hjarvard (2012), propõe uma teoria sobre a importância intensificada e mutante da mídia inserida dentro da cultura e da sociedade, caracterizando sua midiaticização. É através desse processo que a sociedade, em graus cada vez maiores, se submete ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica em suas manifestações. De acordo com o autor,

Esse processo é caracterizado por uma dualidade em que os meios de comunicação passaram a estar integrados às operações de outras instituições sociais ao mesmo tempo em que também adquiriram o status de instituições sociais em pleno direito. Como consequência, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – acontece através dos meios de comunicação (Hjarvard, 2012, p. 64, grifos do autor).

Ou seja, essa dualidade se caracteriza pela transformação da mídia “em uma instituição semi-independente na sociedade à qual outras instituições têm que se adaptar” (Hjarvard, 2012, p. 53), ao mesmo tempo em que se “integrou às rotinas de outras instituições, como política, família, trabalho e religião, já que um número cada vez maior das atividades desses domínios institucionais é realizado” (Hjarvard, 2012, p. 53) através dos diversos meios de comunicação existentes. O autor aponta ainda duas formas de midiaticização possíveis: uma direta (forte) e uma indireta (fraca). “A midiaticização direta (forte) refere-se às situações em que uma atividade antes não mediada se converte em uma forma mediada, ou seja, a atividade é realizada através da interação com um meio” (Hjarvard, 2012, p. 66); por exemplo, podemos citar a transformação progressiva dos livros físicos (em papel) para *e-books*, na qual sua leitura se dá através de dispositivos digitais. Já a midiaticização indireta (fraca) “é quando uma determinada atividade é cada vez mais influenciada, no que diz respeito à forma, ao conteúdo ou à organização, pelos símbolos ou mecanismos midiáticos” (Hjarvard, 2012, p. 67); por exemplo, a preferência por uma determinada marca específica de um produto em detrimento às demais.

Por outro lado, na perspectiva social-construtivista, a midiaticização é designada para entender como a construção comunicativa da realidade se manifesta dentro de certos processos midiáticos, e quais são suas consequên-

cias para a vida social (Couldry e Hepp, 2013), ou seja, percebe as estruturas que constroem o sentido social que se dá por meio desses dispositivos interacionais sócio-técnico-discursivos. Nessa linha de abordagem, destacamos as contribuições de dois autores brasileiros, Braga (2006, 2012) e Fausto Neto (2010), as quais detalharemos brevemente na sequência.

Partindo da ideia de que a sociedade não apenas produz a sua realidade através das interações sociais, como também os próprios processos interacionais que utiliza nessa elaboração, Braga (2006) trabalha com a ideia de mediação como reformulações sócio-tecnológicas de transição de passagem dos processos midiáticos à condição de processualidade interacional de referência, que são os principais direcionadores na construção e constituição do tecido social em nossa atualidade. Porém, toda produção concreta do indivíduo e do social gera expectativas não atendidas, e é exatamente isso que impulsiona a contínua produção de realidade. A aparente hegemonia dos processos de mediação da sociedade esconde incompletudes tanto estruturais, como ainda está relacionada a riscos de distorção da realidade construída por seus próprios processos.

Isso é evidenciado através de seis ângulos diferentes: indefinição dos sub-universos ou setores sociais em que a realidade possa ser apreendida e constituída de modo estável; dificuldade de percepção de papéis sociais; ausência de claras articulações de subsunção em práticas midiáticas; lacunas existentes nos processos de legitimação de novas práticas midiáticas; o fato de a mediação ainda não ter gerado modos relevantes de socialização e, por fim, os problemas existentes de circulação, retorno e resposta social. Enquanto essas lacunas não obtiverem bons desenvolvimentos de superação, não se poderá afirmar que a mediação seja, efetivamente, o sistema interacional de referência. A mediação, nesse sentido, é vista como algo que ainda não se consolidou totalmente, mas que evidencia essas incompletudes estruturais para as possíveis leituras da realidade a partir dos dispositivos de interação/comunicação. Tais práticas culturais midiáticas dar-se-iam como contextos da comunicação/interação, revelando gradientes ou níveis de intensidades, qualidades que determinariam e ajustariam as lógicas da força comunicativa na construção das realidades (Braga, 2012).

Fausto Neto analisa a mediação a partir do trajeto da circulação de sentidos midiáticos estabelecidos pelos dispositivos interacionais sócio-técnico-discursivos nas relações entre as instâncias de produção e recepção no processo comunicacional. Para ele, trata-se da complexificação desse processo de “ordem interdiscursiva, onde a

circulação – como “terceiro” – se oferece como um novo lugar de produção, funcionamento e regulação de sentidos (Fausto Neto, 2010, p. 60). A circulação deixa de ser um elemento invisível no processo de comunicação para ser instituída como um dispositivo com claros níveis de evidência, organizando novas possibilidades de interação entre a mídia e a recepção.

Os mídias não são apenas compêndios de um processo interacional, mas oferecem seus postulados e lógicas para a própria organização social. Instituem, por suas novas feições, zonas complexas de intensos feedbacks entre os atores removendo posições, redefinindo protocolos de comunicação, estabelecendo novas concepções e natureza de vínculos, alterando espacialidades e temporalidades sobre as quais se funda o ato comunicativo (Fausto Neto, 2010, p. 63).

A realidade midiática é construída a partir desses dispositivos interacionais sócio-técnico-discursivos, que encontram em sua circulação um novo lugar de produção e manifestação de sentidos. Posto isso, retornando à ideia levantada no início deste tópico, podemos concluir que a mediação “descreve o ato concreto da comunicação através de um meio em um contexto social específico” (Hjarvard, 2012, p. 66), enquanto que a mediação se refere a um processo mais de longo prazo, “segundo o qual as instituições sociais e culturais e os modos de interação são alterados como consequência do crescimento da influência dos meios de comunicação” (Hjarvard, 2012, p. 66); e que sua associação pode ser feita da seguinte maneira: “a mediação reflete como as consequências gerais dos múltiplos processos de mediação têm mudado com o surgimento de diferentes tipos de mídia” (Couldry e Hepp, 2013, p. 197).

No item a seguir, buscaremos discutir como esses processos se manifestam no consumo ficcional de histórias em nossa atual cultura da convergência para, na sequência, analisar alguns efeitos decorrentes de sua respectiva fruição.

A mediação do consumo ficcional transmidiático

A narrativa ficcional sempre esteve presente no decorrer da evolução humana, se constituindo como uma

importante ferramenta de interpretação da realidade, produção de sentidos e troca de significados. Por várias razões, possuem um *status* privilegiado em relação aos demais tipos de discursos, uma vez que as situações e os acontecimentos de uma narrativa possuem correspondências muito próximas às nossas experiências diárias, o que faz com que os mecanismos de sua compreensão se tornem muito mais naturais do que os empregados em outros gêneros discursivos. As tramas e os temas das narrativas refletem conflitos, soluções de problemas e também os valores da cultura de um modo geral (Graesser *et al.*, 2002).

Além disso, seu acesso pode ser feito de diversas maneiras diferentes. No presente estudo, enfocaremos o acesso que se dá através dos meios de comunicação, uma vez que eles “não são apenas tecnologias, mas também adquirem formas sociais e estéticas que estruturam as maneiras em que eles são utilizados em diferentes contextos” (Hjarvard, 2012, p. 66), ou seja, os meios possuem características que lhe são próprias e que variam tanto na relação de uso quanto de conteúdo entre diferentes culturas. No atual cenário, vivenciamos sua convergência, a qual “envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (Jenkins, 2009a, p. 44). Mais do que apenas uma transformação tecnológica, a convergência altera tanto a relação entre produtores e usuários quanto dos grupos de comunicação e as mídias sociais, caracterizando uma nova dinâmica interacional entre a lógica de operação midiática e a forma de processamento do conteúdo recebido pelos consumidores. Nesse processo, evidenciamos certas características específicas do consumo de ficções, assim expressa:

Muito embora as histórias e os contadores de histórias perdurem aos longos dos séculos, o que se apresenta como novidade no contexto cultural da convergência é que o storytelling transmídia se transformou na arte de contar histórias que é específico das plataformas midiáticas, pressupondo a interatividade e o compartilhamento de histórias. Assim, a arte milenar de contar histórias é submetida a uma série de choques e tensões que reconfiguram e atualizam o modelo narrativo tradicional, fazendo dessa nova forma narrativa uma ferramenta de inovação e de mudanças, capaz de estimular o crescimento e a expansão das sociedades em rede, além de exercer uma influência decisiva para o surgimento e a consolidação da cultura participativa (Massarolo, 2013, p. 338-339).

Desse modo, as narrativas desenrolam-se através de múltiplas plataformas de mídia, onde “cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos” (Jenkins, 2009a, p. 138), ou seja, seu acesso passa a ser mediado simultaneamente pelos diversos meios de comunicação, onde a “compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo” (Jenkins, 2009a, p. 138).

A emergência dessa forma inovadora de contar histórias se deu basicamente no contexto da televisão contemporânea através da complexidade narrativa das séries norte-americanas, juntamente com o desenvolvimento das tecnologias de reprodução e armazenamento de dados (Massarolo, 2013), e principalmente com os dispositivos de recepção digital, que permitiram um consumo muito mais flexível (Scolari, 2008) de seus conteúdos. Dessa forma, “o principal serviço das novas mídias é produzir relações sociais entre as pessoas, e os usuários são cada vez mais estimulados a gerar o conteúdo por si próprios” (Hjarvard, 2012, p. 74). A necessidade do telespectador buscar informações em outras plataformas para entender não somente o que é narrado, mas a forma como a história é contada, caracteriza a estética da repetição, entendida como a experiência de reassistir ao material veiculado pelos mais diversos motivos, até o hábito de compartilhamento de suas inquietações em fóruns de fãs e redes sociais. “Essa experiência representa um ato de imersão mais profundo do que a simples prática de releitura de um texto em busca de novas significações” (Massarolo, 2013, p. 339).

Todo esse processo só é possível devido a dois fatores principais: o alto grau de complexidade narrativa dessas manifestações, como visto anteriormente, e também pela criação de universos narrativos expandidos, “à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia” (Jenkins, 2009a, p. 161). A dispersão textual narrativa reforça a coerência ficcional do universo criado, requerendo a participação e a imersão da audiência para sua consolidação, no qual a imaginação é o motor desse jogo ficcional. Essa funcionalidade lúdica se manifesta muito frequentemente devido ao desenvolvimento das tecnologias de reprodução e armazenamento de dados, principalmente as plataformas de reassistência, que permitiram aos usuários interagirem de forma mais manipulativa e participativa com os conteúdos.

Temos, então, uma diversificação da organização do social decorrente dessas novas práticas da audiência, ao mesmo tempo em que “parecem reforçar antigas

formas de ritualização midiática responsáveis pelo papel preponderante que os meios massivos de comunicação ainda desempenham na sociedade atual” (Campanella, 2014, p. 8). A convergência, assim, é tanto um processo corporativo (convergência corporativa), entendido como o “fluxo comercialmente direcionado de conteúdos de mídia” (Jenkins, 2009a, p. 377), de cima para baixo, quanto um processo de baixo para cima, o que caracteriza a convergência alternativa, ou seja, o “fluxo informal e às vezes não autorizado de conteúdos de mídia quando se torna fácil aos consumidores arquivar, comentar os conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los de volta em circulação” (Jenkins, 2009a, p. 377). O resultado interativo dessas duas instâncias caracteriza o universo ficcional discursivo de uma determinada narrativa transmídia.

A midiática dessas narrativas, assim, através de seus dispositivos, institui novas lógicas de interação na vida social das pessoas que vivenciam ativamente o ambiente ficcional criado, da mesma forma que oferece novas possibilidades de construção de sentidos em sua realidade cotidiana. Na sequência, analisaremos os efeitos decorrentes desse processo no que diz respeito à fruição dessas manifestações.

Os efeitos da midiática na fruição das narrativas transmídia

Na fruição da ficção midiática, podemos observar alguns processos fundamentais, como observado em Bulhões (2009), uma vez que as distintas mídias captam o ficcional através de seu poderio técnico que está em permanente desenvolvimento, ao mesmo tempo que essa tecnicidade é voltada para as estruturas do nosso imaginário universal. Antes de aprofundarmos as análises desses processos, cabe destacar que utilizamos o termo fruição porque “seu campo de sentido abarca tanto as mídias visuais calcadas na *espectação* (cinema, televisão) quanto aquelas em que se prefere falar em *interação* (hipermídia, videogames, ambientes colaborativos em rede etc.)” (Bulhões, 2009, p. 103, grifos do autor).

Embora o interesse em avaliar e estudar o desempenho midiático em nossa interioridade já tenha sido explorado em diversas oportunidades, “a ficção midiática é sempre um canal para que vivamos nossas fantasias de

identificação” (Bulhões, 2009, p. 105), ou seja, ela é um campo poderoso de captação e inserção de nossa subjetividade. Desse modo, “a narrativa ficcional oferece-se como uma extensão especial de nossa vida diária” (Bulhões, 2009, p. 105), além de permitir o exercício mais livre de nossa imaginação na fruição de mundos ficcionais mais discordantes do nosso. “Portanto, esteja próximo ou distante do nosso universo cotidiano, há sempre uma interação com o nosso imaginário” (Bulhões, 2009, p. 105). Com base nessas considerações, Bulhões aponta dois processos mutuamente permeáveis e fundamentais da fruição midiática: a substituição e o reconhecimento.

Desse modo, dispomos, de um lado, de produtos ficcionais afinados com uma atitude escapista, dedicada a dissipar os contornos da realidade palpável, associados à substituição, e, de outro, dos que estão afinados com uma atitude de adesão à concretude da vida aparente, próprios do reconhecimento (Bulhões, 2009, p. 106, grifos do autor).

A seguir, abordaremos mais detalhadamente cada um deles. Em relação à substituição, “esses universos, impregnados de sentido de evasão e escapismo, permitem que façamos uma troca imaginária da concretude do nosso cotidiano por outro mundo, mais venturoso, pleno de transfiguração” (Bulhões, 2009, p. 107), ou seja, quando assistimos a um filme ou jogamos um *game* cujo ambiente em nada se assemelha ao do nosso cotidiano, por exemplo, somos convidados a nos retirar de nossa realidade palpável para nos ligar a esse novo universo narrativo, cuja gratificação consiste na vivência de um mundo ficcional que representa um conjunto de experiências significativas. Nesse processo, adotamos um comportamento evasivo-substitutivo, o qual, além de pressupor certo distanciamento do espaço familiar, também é marcado pelo distanciamento temporal.

Na substituição, por fim, também imaginariamente projetamos nossa existência na figura do herói, substituindo de maneira simbólica nossa identidade por uma alteridade. É isso o que acontece principalmente nos *games* quando assumimos suas ações. Por outro lado, em sentido contrário ao da substituição, temos o processo de reconhecimento, no qual o mundo narrativo-ficcional é incorporado ao nosso pelo que nele há de familiar, prevalecendo a integração e a associação de seus elementos ficcionais. É exatamente esse processo que nos leva a perceber certas similitudes entre a nossa vida cotidiana e aquela retratada nas narrativas midiáticas de ficção,

como as relações familiares nas telenovelas, os conflitos da juventude em filmes e séries, entre outros.

Muito da atração que exerce em nós a ficção, de modo geral, e as narrativas midiáticas contemporâneas, em particular, está na nossa capacidade de ambivalência entre a substituição e o reconhecimento. A fruição midiática é, no final das contas, uma moeda de duas caras que, quando lançada, nos faz ver uma imagem ambígua e desfocada: somos convidados ao mesmo tempo à substituição e ao reconhecimento (Bulhões, 2009, p. 121).

Os processos descritos se intensificam em nossa atual cultura da convergência, pois a audiência é impactada simultaneamente por diversas narrativas independentes em vários meios. Constrói-se assim, a partir dessa circulação de conteúdos associados, um ambiente explorado pelas distintas mídias a partir de suas peculiaridades e com forte apelo à participação e intervenção do público. A instauração desse cenário consiste na utilização de uma ou mais plataformas para a expansão não apenas da narrativa em si, mas também da própria experiência que o consumidor de mídias pode ter com cada meio.

A exploração de múltiplas perspectivas narrativas e a construção de universos ficcionais, características das narrativas transmídia vistas anteriormente, estão diretamente relacionadas a outras duas propriedades apontadas por Jenkins (2009b): a imersão e a extração. A imersão diz respeito à habilidade/capacidade dos espectadores/usuários para “entrar” no universo ficcional criado, promovendo a alternância voluntária de realidades (entre a real e a imaginada) e o deslocamento de objetos de uma para outra. Nesse sentido, diante da abrangência do termo, temos uma série de estudos desenvolvidos, como os apontados por Massarolo e Mesquita (2014), dos quais destacamos as contribuições de Murray (2003), que entende esse fenômeno como uma experiência psicológica semelhante a quando realizamos um mergulho em um ambiente aquático, no qual há “a sensação de estarmos numa realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar”, ou seja, um ato de inundar a mente com uma fluidez de sensações e estímulos que levam o sujeito a uma experiência prazerosa pela vivência em realidades ficcionais, capaz de ativar sentimentos e desencadear processos cognitivos e imaginativos irrestritos diante das possibilidades permitidas no cotidiano.

Frank Rose (2011) entende essa qualidade de aprendizado com as experiências ficcionais como algo

inerente ao ser humano, pois, da mesma forma que ele é capaz de encontrar padrões na natureza e torná-los familiares à sua imaginação, também é capaz encontrar padrões nas histórias e associar a significados pessoais; e Arsenault (2005), que classifica a experiência de imersão a partir de três formas: sensorial (foca os estímulos dos sentidos na experiência do mundo ficcional), sistêmica (se refere à aceitação de um sistema de regras elementares que rege uma realidade ficcional, o que permite o envolvimento cognitivo com a mecânica de funcionamento do mundo ficcional e o conhecimento das regras desse ambiente para tornar a experiência mais intensa) e ficcional (aborda o envolvimento do sujeito com a história em um trabalho de construção do sentido da trama, formulando hipóteses sobre o desfecho e atribuindo motivações aos personagens).

Como se pode observar, o processo de imersão em realidades ficcionais não é de natureza física, palpável, “ocorrendo de forma cognitiva através de uma mudança na orientação do sujeito para o centro *dêitico* da nova realidade” (Massarolo e Mesquita, 2014, p. 56). O centro *dêitico* se refere ao núcleo do mundo ficcional, composto por tempo, espaço e características próprias de onde os eventos são representados (Dena, 2009). Ou seja, “quando o sujeito assume o deslocamento cognitivo, ele se reposiciona conceitualmente nas coordenadas temporais e espaciais da realidade ficcional” (Massarolo e Mesquita, 2014, p. 56-57), além de responder a isso com emoções reais (Walton, 2014), o que determina sua experiência subjetiva no processo.

A imersão ficcional, ainda, é capaz de nos persuadir em relação às mudanças de crenças e atitudes no mundo real. Esse processo ocorre através de um mecanismo denominado de *transportation*, concebido inicialmente por Green e Brock (2000), como um distinto processo mental, ou seja, uma fusão integradora entre atenção, imaginação e sentimentos, no qual todos os sistemas e capacidades mentais são direcionados aos eventos que ocorrem na narrativa. Os indivíduos, então, são “absorvidos” ou “transportados” para o mundo das narrativas, sendo influenciados/persuadidos por meio de três formas possíveis: em primeiro lugar, o “transporte” pode auxiliar na diminuição da contra-argumentação sobre as questões levantadas na história. Se as pessoas deixam de lado os fatos do mundo real, então elas não podem utilizar esses fatos para contradizer implicações da narrativa, além de serem menos críticos em relação a elas.

A redução de respostas cognitivas negativas pode acontecer tanto pelo fato das pessoas estarem tão focadas na experiência com a narrativa que não conseguem de-

sacreditar em suas conclusões, como isso também pode estar baseado em suas motivações, ou seja, a interrupção desse processo para a contra-argumentação pode destruir o prazer dessa experiência; uma segunda forma de influência é em relação ao fato dos eventos da narrativa serem muito parecidos com as nossas experiências individuais, simulando a vida real, ou seja, por sua verossimilhança.

Se uma pessoa sente que faz parte desses eventos, as lições implicadas por eles se potencializam e tornam-se mais influentes; por fim, a terceira forma de influência ocorre pelo forte vínculo emocional criado com determinados personagens de uma narrativa. Pela experiência do “transporte” parecer tão real para as pessoas, os personagens tornam-se seus amigos, companheiros de viagem na aventura. Consequentemente, as declarações feitas pelo personagem ou as implicações dos acontecimentos vividos por ele podem carregar um peso especial em relação às atitudes positivas que o indivíduo possa ter com a narrativa (Green e Brock, 2000). Desse modo,

Seja por um estímulo sensorial direto ou pelo estímulo imaginativo, a imersão é popularmente compreendida como uma potência de atração do sujeito humano à experiência vivenciada, num ideal de transportar sua consciência a uma construção ficcional e fisgá-lo sensorialmente, emocionalmente e cognitivamente para uma paisagem de acontecimentos mimetizados. Algo que constitui em um forte sentimento de presença na realidade ficcional (Massarolo e Mesquita, 2014, p. 49).

Entretanto, do mesmo modo que podemos “entrar” nesses universos ficcionais, é possível, de acordo com Jenkins (2009b), “extrair” elementos desses ambientes imaginados e incorporá-los ao nosso dia a dia. Isso pode acontecer em vários níveis diferentes, indo da simples aquisição de produtos licenciados de uma determinada narrativa à incorporação de certas atitudes de personagens na personalidade real dos indivíduos, entre outros.

Por fim, a substituição e o reconhecimento dos processos de fruição das narrativas midiáticas, intensificados pela imersão e extração provenientes das experiências proporcionadas pelo consumo ativo das narrativas transmídia só se tornam possíveis, em nossa atual cultura da convergência, devido aos efeitos da presença midiática dessas manifestações, instituindo novas lógicas de interação na vida social das pessoas que vivenciam ativamente o ambiente ficcional, da mesma forma que oferece novas possibilidades de construção de sentidos em sua realidade cotidiana.

Considerações finais

Buscando refletir sobre a presença midiática na formação dos hábitos e atitudes de consumo ficcional em nossa atualidade, utilizamos a midiática como conceito-chave para o entendimento das estruturas que constroem o sentido social e cultural decorrentes desse processo, a partir das narrativas transmídia, entendidas como uma reconfiguração da arte de contar histórias que é específica das plataformas midiáticas. Esses processos caracterizam a dimensão comunicacional proposta pelo presente estudo, que percebe a midiática e os hábitos e atitudes de consumo decorrentes dessas narrativas como dispositivos articuladores de sentidos/significados dessas manifestações na vida das pessoas que transitam em seus universos ficcionais criados.

Retomando Couldry e Hepp (2013, p. 197), “a midiática reflete como as consequências gerais dos múltiplos processos de mediação têm mudado com o surgimento de diferentes tipos de mídia”. Neste artigo, a mediação corresponde à necessidade de se buscar nas diversas plataformas midiáticas o acesso às narrativas e, consequentemente, ao universo ficcional criado, enquanto a midiática decorrente desse processo diz respeito à mudança na lógica pela qual a indústria da mídia opera e pela qual os consumidores processam o conteúdo recebido, caracterizando a cultura participativa e a cultura *underground* dos fãs, como apontado no decorrer deste artigo.

Por fim, nesses processos, a narrativa transmídia e suas expressões se expandem, tornando-se os grandes protagonistas do consumo midiático, e se firmam como elementos midiáticos do consumo ficcional em nossa atual cultura da convergência.

Referências

- ARSENAULT, D. 2005. Dark Waters: Spotlight on Immersion. *In: Game on North America 2005 International Conference Proceedings*, Ghent, Bélgica, 2005. *Anais...* 1:50-52.
- BRAGA, J.L. 2006. Sobre “mediática” como processo interacional de referência. *In: Encontro Nacional da Compós, XV*, Bauru, 2006. *Anais...* PPGCOM UNESP, 1:1-16. (Grupo de Trabalho comunicação e sociabilidade).
- BRAGA, J.L. 2012. Interação como contexto da Comunicação. *Revista Matrizes*, 6(1):25-42.
- <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v6i1-2p25-42>

- BULHÕES, M.M. 2009. *A ficção nas mídias: um curso sobre a narrativa nos meios audiovisuais*. São Paulo, Ática, 135 p.
- CAMPANELLA, B. 2014. Novas práticas, antigos rituais: A organização do cotidiano e as configurações de poder na mídia. *Revista GEMInIS*, Ed. Especial - JIG 2014, p. 8-12.
- COULDRY, N.; HEPP, A. 2013. Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, **23**(3):191-102. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/comt.12019/pdf>. Acesso em: 30/06/14.
- DENA, C. 2009. *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. Sydney, Austrália. Tese de Doutorado. University of Sydney, 372 p.
- FAUSTO NETO, A. 2010. As bordas da circulação. *Alceu*, **10**(20):55-69.
- GRAESSER, A.C.; OLDE, B.; KLETTKE, B. 2002. How does the mind construct and represent stories? In: M. GREEN; J. STRANGE; T. BROCK (ed.), *Narrative Impact: Social and cognitive foundations*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, p. 229-262.
- GREEN, M.C.; BROCK, T.C. 2000. The Role of Transportation in the Persuasiveness of Public Narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, **79**(5):701-721. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>
- HJARVARD, S. 2012. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Revista Matrizes*, **5**(2):53-91. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>
- JENKINS, H. 2009a. *Cultura da Convergência*. 2ª ed., São Paulo, Aleph, 428 p.
- JENKINS, H. 2009b. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. Disponível em: http://henrykenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html. Acesso em: 30/06/14.
- MARTÍN-BARBERO, J. 2009. Uma aventura epistemológica. *Matrizes*, **2**(2):143-162. (Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassalo de Lopes).
- MASSAROLO, J.C. 2013. Storytelling Transmídia: Narrativas para Multiplataformas. *Triade*, **1**(2):335-347.
- MASSAROLO, J.C.; MESQUITA, D. 2014. Imersão em realidades ficcionais. *Revista Contracampo*, **29**(1):46-64.
- MURRAY, J. 2003. *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo, Itaú Cultural/UNESP, 281 p.
- ROSE, F. 2011. *The Art of Immersion: how the digital generation is remaking Hollywood, Madison avenue, and the way we tell stories*. New York, W.W. Norton, 354 p.
- SCOLARI, C. 2008. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, Gedisa, 317 p.
- SILVERSTONE, R. 2011. *Porque estudar a mídia?* 3ª ed., São Paulo, Edições Loyola, 302 p.
- SOUSA, M.W. 2007. Recepção mediática e novos media: rearticulações práticas e conceituais. *Novos Olhares*, **X**:17-27.
- SOUSA, M.W. 2005. Recepção mediática: linguagem de pertencimento. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, **2**:10-21.
- TRINDADE, E.; PEREZ, C. 2014. Dimensões do Consumo midiático. In: Confibercom, II, Braga, 2014. *Anais...* GT Publicidade, v. 1, p. 9.
- WALTON, K. 2014. Espeleologia, Simulação e Gosma: Sobre ser afetado pela ficção. *Revista Contracampo*, **29**(1)26-45.

Submetido: 03/02/2015

Aceito: 29/04/2015