



GEMINIS

[ABORDAGENS MULTIPLATAFORMAS]

REFLEXÕES SOBRE AS NOVAS FORMAS DE CONTEÚDO NARRATIVO INTERATIVO PARA OS GAMES NA TV DIGITAL

PATRÍCIA MARGARIDA FARIAS COELHO

Pós-doutoranda TIDD/PUC-SP. Bolsista FAPESP.

E-mail: patriciafariascoelho@gmail.com

RESUMO

Esta pesquisa é o resultado parcial de minha pesquisa de pós-doutoramento, em desenvolvimento, no Programa de pós-graduação do TIDD (Tecnologia da Inteligência e Design Digital), na PUC-SP, com o auxílio de fomenta da FAPESP. Este artigo busca refletir: a) sobre as novas formas de conteúdo narrativo interativo criado para os games na TV Digital, b) sobre o comportamento do telespectador do século XXI e c) desenvolvimento do meio de comunicação – TV Digital. Dentre as novas formas de conteúdo desenvolvido para TV Digital destacamos os jogos por suas características lúdicas e interativas que são as que nos interessam compreender nesta pesquisa. Como arcabouço teórico nos ancoraremos em pesquisadores das mídias como: Jenkins (2009), Coelho (2012, 2011), Machado (2005), Medula (2006), Vilches, (2009, 2003), Cannito (2010), Santaella (2008) e Squirra e Fachine (2009). Dessa forma, este estudo tem como objetivo principal compreender como o conteúdo narrativo desses jogos estão sendo criados para seduzirem os telespectadores através das novas possibilidades lúdicas e interativas da TV Digital.

Palavras-chave: Narrativas interativas; TV Digital; *Games*; Mídia; Comunicação.

RESUMEN

Esta investigación es parte de mi investigación post doctoral en desarrollo del programa de post-graduo TIDD (Tecnologías de la Inteligencia y Diseño Digital) en la PUC-SP, con la ayuda de la una beca FAPESP. Este artículo busca reflexionar: a) sobre las nuevas formas de narrativas interactivas creadas como contenido para los videojuegos de la TV Digital, b) sobre el comportamiento del espectador del siglo XXI y c) el desarrollo de medios de comunicación - TV Digital. Entre las nuevas formas de contenido desarrollado para la televisión digital interesa los videojuegos por sus características lúdicas e interactivas que son el interés de nuestra investigación. Usaremos las investigaciones de los teóricos de los medios digitales como Jenkins (2009), Conejo (2012, 2011), Machado (2005), Bone (2006), Vilches, (2009, 2003), Cannito (2010), Santaella (2008) y Squirra y Fachine (2009). Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo principal comprender cómo se están creando el contenido narrativo de estos juegos para seducir a los espectadores a través de nuevas posibilidades lúdicas e interactivas de la televisión digital.

Palabras clave: Narrativas Interactivas, TV digital, juegos, medios de digitales, comunicación.

1 INTRODUÇÃO

Os limites do meu mundo são os limites da minha linguagem”.
(Wittegeinstein, filósofo alemão).

A maneira de pensar a *comunicação* foi totalmente transformada a partir da evolução da internet. Conforme Coelho (2012, p. 1) nos explica o “modelo emissor-canal-receptor desenvolvido por Abraham Moles, em 1940, apud Miège (2000, p. 25), foi rompido e substituído por novo modelo emissor-emissor-emissor”, no qual todos passaram a ter voz. Dessa forma, os conceitos da comunicação de massa – de um ou poucos para muitos – e completamente transformado e substituído por uma nova e complexa forma de compreender e fazer (criar) *comunicação*.

Dentre os pesquisadores da comunicação (e das novas mídias) destacamos os estudos de Jenkins (2009). O autor a partir de seu livro *A cultura da Convergência* faz um mapeamento no qual nos explica sobre os três conceitos emergentes das novas formas de refletir sobre os meios comunicacionais a partir das transformações e avanços da internet, a saber: a) convergência dos meios de comunicação, b) cultura participativa e c) inteligência coletiva. O pesquisador nomeou tais conceitos como: economia afetiva, narrativa transmídia e cultura participativa.

Dessa forma, Jenkins (2009) nos explica detalhadamente sobre as rupturas e modificações de paradigmas comunicacionais, uma vez que, de acordo com o autor as velhas mídias não estavam e nem iria ou irão morrer o que está mudando é à maneira de como nós – consumidores - nos relacionarmos com elas. Assim, verificamos que as pesquisas de Jenkins (2009) anteciparam as transformações relacionais entre mídia e usuário (receptor) e evidenciaram, ainda, que as mesmas, também influenciariam em diferentes esferas da cultura contemporânea.

Neste estudo escolhemos a televisão como *corpus* dentre as diversas mídias que estão se transformando. A escolha por essa mídia deve-se ao fato da mesma alcançar milhões de usuários (telespectadores-receptores) ao mesmo tempo e por possuir um

grande poder e força comunicacional. Como nos explica Machado (2005) à televisão é um grande potencial catalisador de público, conteúdos e valores diversos. Entre essas características descritas pelo autor nos interessa, nesse artigo, refletir sobre a produção de conteúdo criado para o *game na e da* TV Digital.

A TV Digital passa a permitir uma maior interação entre conteúdo e usuário, pois rompe com o modelo tradicional analógico no qual o usuário (receptor-telespectador) podia apenas receber a mensagem tendo pouca ou quase nenhuma oportunidade de expressar suas opiniões. Médola (2006) evidencia que foi somente no ano de 2004 com o lançamento do *site* da central de conteúdo de vídeo *Globo Media Center*, do portal e provedor *Globo.com* que o telespectador pode pela primeira vez na história da televisão brasileira influenciar no conteúdo narrativo ali apresentado. Assim, concluímos como nos explica Cannito (2010, p. 219) que “A TV Digital deverá ser ‘mais interativa’, mas não como costuma ser a interatividade na internet, baseada na informação e no raciocínio, e sim na brincadeira e no lúdico”.

O lúdico e interatividade são aspectos encontrados, principalmente, nos *games* (COELHO, 2012, 2011). Logo, verificamos que neste novo contexto da TV Digital os *games* se tornam um forte atrativo, pois se apresentam como uma nova forma de conteúdo narrativo interativo e lúdico para os telespectadores. Assim, a TV Digital se torna mais dialógica e traz dentre os seus conteúdos os jogos interativos como uma estratégia de aproximação e sedução com o telespectador-receptor.

Assim sendo, pretendemos com esse artigo refletir sobre o conteúdo narrativo lúdico interativo desenvolvido para os *games na e da* TV Digital compreendendo, dessa maneira, como esses jogos seduzem os telespectadores. Buscaremos, também, observar o comportamento do telespectador-consumidor do século XXI e o avanço-desenvolvimento do meio de comunicação, em destaque para TV Digital. Para tanto, nos ancoraremos em pesquisadores que analisam as mídias, em destaque, para os que estudiosos da televisão digital, sem que se perca o foco principal de nosso estudo: refletir sobre conteúdos narrativos interativos - *games* – nessa mídia televisão digital.

2 AS TRANSFORMAÇÕES COMUNICACIONAIS DO SÉCULO XXI.

O século XXI é marcado pelas mudanças advindas da evolução da *Web 2.0*. Na atual conjuntura o receptor-usuário (telespectador) se tornou consciente de seu *poder* diante das possibilidades que esse possui de *falar e ser ouvido* através dos novos meios de comunicação: redes sociais (COELHO, 2012). O consumidor a partir das evoluções das redes sociais, também, assumem outras atitudes: buscam experiências e vivências

interativas (lúdicas) com as mídias.

Hoje fazemos parte de um mundo no qual todos passam a *poder interagir* independente do local onde estejam. As pessoas se comunicam através de celulares, *noot-book*, *tablets* dentre outros. O receptor-usuário reconhece e faz uso de seu *poder* diante das novas mídias, ou seja, o mesmo assume uma nova postura diante dos meios de comunicação. Temos, assim, uma *conscientização do usuário* e conseqüentemente uma transformação no tipo de usuário-consumidor e de seu comportamento. Os novos aparatos de comunicação permitiram uma nova relação sinestésica entre usuário e mídia.

Verificamos, portanto, como nos explica Vilches (2003, p. 181) que: “Os novos meios exigem novos usos cujos efeitos produzirão uma diversificação radical que dependerá da variação das distâncias frente às telas, do compromisso entre o caráter portátil e funcional dos terminais telefônicos, assim como de seu caráter coletivo e individual”.

Ainda amparados nas ideias do autor (VILCHES, 2009) verificamos que o mesmo nos direciona a refletir sobre o comportamento migratório do consumidor-usuário para o universo digital, principal, característica dos usuários-receptores século XXI. Logo, depreendemos que o consumidor-usuário da atualidade incorpora a cada dia, em suas ações, esses pequenos aparatos digitais. Dessa forma, seus atos comunicativos se tornam indissociáveis desses aparelhos (SANTAELLA, 2007). Na atual conjuntura se torna impossível, a qualquer consumidor-receptor, imaginar sua vida sem esses aparelhos de comunicação que representam verdadeiras extensões de nossas capacidades comunicacionais e de nossas ideias (SANTAELLA, 2007).

Sabemos que ainda há muito para se refletir tanto sobre a mudança do comportamento dos usuários-consumidores como de suas relações com os novos aparelhos de comunicação advindos da era *Web 2.0*. Mas estamos atentos às mudanças e transformações não somente do usuário mas também das mídias.

3 A TV ANALÓGICA E INTERATIVIDADE DA TV DIGITAL

Vilches (2003, p. 176) nos explica que a televisão tradicional (analógica) é “a televisão que tende a aprisionar o espectador em seu próprio mundo” enquanto Becker e Zuffo (apud SQUIRRA; FECHINE, 2009, p. 47-48, *grifo nosso*) pontuam que a “TV interativa consiste em aplicações de *software* executando em servidores multimídia e de vídeo, *set-top boxes* avançados, computadores pessoais e telefones móveis”. Temos assim, a mesma mídia que passa a possuir ações e características distintas.

Conforme Cannito (2010) ressalta que a TV Digital deve ser mais interativa

apresentando conteúdos lúdicos com brincadeiras e jogos que possibilitem a aproximação do consumidor-receptor da televisão. Logo, verificamos que para que aja interatividade na TV Digital é necessária à mediação através de um *software* executado por um computador que permita que o usuário-receptor *possa* interagir com ela (COELHO, 2012). Portanto, conforme, ainda, nos explica Cannito (2010) à televisão digital manterá suas características de TV mesmo sob a influência da internet, pois ambas não e nem serão *nunca* a mesma coisa. Logo, observamos que a televisão digital possui suas próprias características que permitem a produção e a distribuição de seus conteúdos se adaptando às diversidades culturais enquanto a internet também preservará as suas características segundo Cannito (2010).

Dessa forma, verificamos que as transformações emergentes da *Web 2.0* colaboram para elevar ao máximo os conceitos de interatividade, que passam a estarem presentes em *quase* todos os meios de comunicação. Logo, segundo Coelho (2012, p. 9) nos explica: “a interatividade é consequência da (r)evolução tecnológica, tornando-se um quesito indispensável dentro da arquitetura discursiva das novas mídias; e causa dessa (r)evolução tecnológica”.

4 AS NOVAS FORMAS DE CONTEÚDO NARRATIVO INTERATIVO PARA A TV DIGITAL: OS GAMES.

Jenkins (2009) em seu livro *A cultura da convergência* escreve sobre as mudanças que estavam ocorrendo na cinematografia clássica, séries e nos *reality shows* televisivos. O autor evidencia que os conteúdos perpassam por múltiplos suportes midiáticos que visam acolher o público que parte em busca de experiências de entretenimento.

O pesquisador evidenciou, ainda, o aparecimento de um novo tipo de narrativa: *narrativa transmidiática*. A narrativa transmidiática se caracteriza como uma extensão da narrativa primeira em distintas plataformas: TV, *games*, internet e dispositivos móveis. Logo, observamos como pontua Coelho (2012) que a TV digital interativa também se caracteriza como uma dessas plataformas midiáticas, pois permite a extensão da narrativa principal, uma vez que, possibilita uma interação entre o usuário e a narrativa. A narrativa é expandida pela *ação participativa* de seus interlocutores que passam a *poder* produzir conteúdo.

Cannito (2010) salienta que o importante não é somente refletir sobre o meio de comunicação e seus interlocutores, mas, sim sobre os *conteúdos* criados para esses meios e como esses se concretizam na mídia. O autor ressalta que os conteúdos produzidos tanto para a *televisão* como para a *internet* poderão ocupar o mesmo aparelho receptor, sem necessariamente se tornarem a mesma coisa. Assim, o autor conclui que a TV Digital mesmo tendo a possibilidade

de interação com *game*, cinema e internet continuará possuindo as características de televisão.

Já para Murray (2003), outra pesquisadora das mídias, seus estudos e afirmações sobre a TV Digital são exatamente o oposto das afirmações de Cannito (2010). Para a autora a TV digital se estabelece *entre e a partir* de dois meios de comunicação – a televisão e a internet –, pois “o futuro imediato da narrativa digital é o casamento entre o aparelho de televisão e o computador” (MURRAY, 2003, p. 236). Dessa forma, verificamos que casamento entre dois meios de comunicação, de acordo com Murray (2003), possibilita que se criem diferentes formas de conteúdos narrativos para a TV digital (COELHO, 2012).

Logo, depreendemos que há diferentes definições a respeito da usabilidade e das características da Televisão Digital, mas, em um ponto os autores, Murray (2003) e Cannito (2010), concordam que é de que a TV Digital permitirá a criação de outros tipos de conteúdos narrativos interativos, entre eles, o *game*. Ressaltamos, também, que observamos que o foco de estudo de Murray se dá sobre narrativa digital enquanto que as preocupações de Cannito (2010) se detêm sobre a televisão. Embora aparentemente os autores possam estar refletindo sobre temáticas distintas ambas se encontram intrinsecamente ligadas e conectadas.

Murray (2003) defende que a narrativa que encontramos nos *games* se apresenta como um conteúdo narrativo interativo nomeado pela pesquisadora como narrativa multiforme ou multissequencial. A narrativa multiforme (ou multissequencial) se caracteriza como uma narrativa na qual várias versões podem se estabelecer a partir de uma mesma temática (COELHO, 2012).

Gosciola (apud SQUIRRA; FECHINE, 2009, p. 219) complementando as ideias de Murray (2003) explica que conteúdo narrativo desenvolvido para TV Digital além de possibilitar distintas versões ao telespectador deve ser acessível e de fácil uso, de maneira, a estabelecer uma aproximação entre narrativa e o telespectador-usuário. Assim, para o autor (GOSCIOLA apud SQUIRRA; FECHINE, 2009, p. 219) essas narrativas se estabelecem de duas formas, a saber: a) “por narrativas em que é oferecida, aos espectadores interativos, a possibilidade de alterar a continuidade narrativa ou b) por narrativas em que é oferecida a possibilidade de acessar os mais diversos pontos de vista das ações”.

Verificamos, assim, que ambos as formas de narrativas propostas por Gosciola (apud SQUIRRA; FECHINE, 2009, p. 219) se definem como narrativas não lineares, ou seja, um hipertexto, no qual o telespectador *pode e deve* interagir modificando o rumo da mesma, sem que se perca a temática inicial.

Santaella (2008) também defende o conceito de hipertexto e de não linearidade nas narrativas criadas para esses meios comunicacionais. A autora parte de sua reflexão do conceito de hipertexto, evidenciado, que a narrativa nessas mídias aparece dividida em unidades de informação ou fragmentos de texto. Logo, podemos verificar que o conteúdo narrativo criado para os *games* da TV Digital são formados por diferentes (VILCHES, 2003, p. 131) “Linguagens de simulação presentes nessas novas formas narrativas” que se apresentam sedutoras ao

telespectador-consumidor que tem a oportunidade de *brincar* com a narrativa enquanto interativa e se diverte com a mesma.

Sendo assim, nesse estudo nos atentamos a refletir sobre as pesquisas de Jenkins (2009), Santaella (2008), Squirra e Fechine (2009), Cannito (2010), Coelho (2012), Vilches (2003) e Murray (2003) sobre o conteúdo narrativo interativo (lúdico) encontrado nos meios de comunicação. Logo, compreendemos que os diferentes estudos realizados por esses pesquisadores das mídias nos permitem várias leituras e apresentam distintas interpretações a partir de um mesmo objeto, uma vez que, suas definições e opiniões se diferenciam e de alguma maneira se complementam, uma vez que, cada autor parte de uma perspectiva teórica para definir o mesmo conceito: narrativa nas mídias.

Assim, todos os autores partem de um conceito e de uma de definição de *narrativa*, que pode ser nomeada de narrativa não linear (Santaella, 2003), *transnarrativa* (JENKINS, 2009) e *narrativa multiforme* (MURRAY, 2003), dentre outras. Verificamos que não importa qual foi a nomenclatura utilizada para definir a narrativa e sim o *como* esses pesquisadores a *definem* e a *estruturam* refletindo sobre seu uso e sua aplicabilidade nos meios de comunicação. Assim, concluímos que as novas formas de narrativas se apresentam como um (COELHO, 2012, p. 11) “*sistema complexo, no qual um elemento está intrinsecamente associado a outro e que uma pequena alteração em uma unidade pode modificar a estrutura do todo*”.

Logo, concluímos que é essa possibilidade de não linearidade da narrativa, que permite o lúdico e a brincadeira entre mídia e telespectador, que torna o jogo atrativo (sedutor) e envolvente para o usuário que acredita que é ele quem está fazendo as escolhas na narrativa sem que saiba que suas ações já foram idealizadas pelo programador do *game*.

Verificamos, portanto, que o conteúdo narrativo interativo criado para a TV digital se assemelha aos conceitos de *hipertexto* defendidos por Gosciola (apud SQUIRRA; FECHINE, 2009, p. 219) e Santaella (2008), pois o telespectador/usuário da TV Digital *pode/deve* direcionar o conteúdo narrativo a partir de suas ações interativas. Desse modo, observamos que muito, ainda, há para se refletir e pesquisar sobre os conteúdos narrativos interativos produzidos para a TV Digital. Mas avançamos um passo e estamos ávidos por mais respostas e por outras leituras de pesquisadores que, assim como nós, se atentem sobre essa temática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou refletir sobre, a saber: a) as novas formas de narrativas lúdicas interativas criadas como conteúdo para TV Digital, b) o comportamento do telespectador-consumidor do século XXI e c) o avanço/desenvolvimento dos meios de comunicação, em destaque para TV Digital. Logo, observamos que os conteúdos narrativos criados para os *games* da TV Digital podem se caracterizar como lúdicos e interativos, uma vez que, buscam entreter o telespectador.

Dessa maneira, verificamos que esses conteúdos narrativos encontrados e desenvolvidos para esses jogos seduzem os telespectadores, pois se apresentam como uma brincadeira (lúdico) em uma narrativa não linear interativa, ou seja, um hipertexto, no qual o usuário-telespectador a partir de suas ações vai alterando a sequência da narrativa sem que se perca a temática inicial. Assim, o telespectador-jogador crê que suas ações estão alterando a sequência do conteúdo narrativo sem que observe que suas ações já foram previstas pelo programador desenvolvedor do jogo.

Nesta pesquisa apresentamos uma das possíveis interpretações (reflexões) de estudo (visões) sobre o desenvolvimento de conteúdo narrativo lúdico interativo para os *games* na TV Digital. Nos ancoramos em vários pesquisadores das mídias para buscar distintas perspectivas teóricas a partir de diferentes olhares sobre os mesmos objetos: narrativa para os meios de comunicação, em destaque para a TV Digital.

Verificamos, no decorrer dessa pesquisa, que telespectador-usuário dos meios de comunicação tem tido um comportamento migratório para o universo digital, principal característica desses usuários-receptores século XXI. Observamos, ainda, que a maior contribuição para as mudanças de comportamento do usuário atual foram o desenvolvimento da *Web 2.0*. Com a evolução da internet foi possível desenvolver os meios de comunicação interativos, que passaram a fazer parte de nossas vidas. Assim, que o receptor-usuário da contemporaneidade se torna a cada dia mais conectado e dependente de seus pequenos aparatos de comunicação.

Os avanços dos meios de comunicação e as mudanças do comportamento dos usuários-telespectadores colaboraram para o desenvolvimento e criação do conteúdo narrativo lúdico interativo para a TV Digital, uma vez que, a cada dia o receptor-telespectador se torna mais interativo e participativo. Assim, observamos que os consumidores passam a *querer ter experiências e vivências* com os produtos e não apenas consumi-los. Concluímos, assim, que conteúdo narrativo-interativo criado para a TV Digital, *hipertexto*, contribui para realizar os desejos do consumidor contemporâneo, pois as narrativas (não lineares) interativas e lúdicas encontradas nesses jogos possibilitam concretização dos sonhos de consumo do telespectador que é acreditar que é ele quem tem o *poder* de agir e fazer escolhas nos e sobre os meios de comunicação.

Sabemos que muito, ainda, há para se refletir sobre: a) os conteúdos lúdicos narrativos interativos produzidos para o *game* da TV Digital, b) o comportamento do consumidor do século XXI, e c) os desenvolvimentos dos meios de comunicação. Mas avançamos um passo, abrindo caminho, para futuros estudos. Muitas pesquisas, ainda, se farão necessárias para responder aos questionamentos de pesquisadores que assim como nos se debruçam sobre essas temáticas.

REFERÊNCIAS

- CANNITO, N. G. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus. 2010.
- COELHO, P. M. F. Os Games Como Novas Formas de Conteúdo Narrativo Interativo na TV Digital. **Hipertexto**, v. 2, p. 37-53, 2012.
- _____. **Um Mapeamento do Conceito de Jogo**. Revista GEMInIS - jan./jun. 2011, v. 2, p. 293-311, 2011.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Trad. Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 4.ed. São Paulo: Editora. 2005.
- MÉDOLA, A. S. L. D. Globo Media Center: televisão e internet em processo de convergência midiática. In: LEMOS, A.; BERGER, C.; BARBOSA, M. (Orgs.). **Narrativas midiáticas contemporâneas**: livro da Compós XIV / 2005. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 181-190.
- MIÈGE, B. **O pensamento comunicacional**. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- MURRAY, J. H. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. Trad. Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.
- SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.
- _____. O novo estatuto do texto nos ambientes de hipermídia. In: SIGNORI, I. (Org). **(Re)Discutir**: texto, gênero e discurso. São Paulo: Parábola, 2008. p. 47-72.
- SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs.). **Televisão digital**: desafios para comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- VILCHES, Lorenzo (2009). **Televisión digital**: entre la esperanza y el exceptismo. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão digital**: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- _____. **Migração Digital**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.