

GEMINIS
[ESPAÇO CONVERGENTE - ENTREVISTA]

CONVERSAS SOBRE TRANSMEDIA STORYTELLING: ALTERNATIVAS PRODUTIVAS

ENTREVISTA COM **RAFAEL NUNES**

FERNANDA CASTILHO

Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade de Coimbra (2010-2014) com bolsa integral da CAPES. Mestre pela mesma instituição e pesquisadora do CIMJ (Centro de Investigação Media e Jornalismo).

E-mail: fernandacasty@gmail.com.

ENTREVISTA COM RAFAEL ANTUNES¹

Rafael Antunes realizou recentemente em Portugal projetos de ficção orientados pela lógica *transmedia* aplicada ao *storytelling*. Tanto *Lápis Azul* como *Mutter* conseguiram ter impacto na mídia portuguesa, mas o produtor admite que ainda existe um grande abismo entre os projetos *transmídia* e a lógica de produção tradicional do cinema e da televisão. Rafael Antunes integra o projeto CIAKL, *European course in entrepreneurship for the creative industries*, que envolve várias Universidades Europeias e empresas do ramo na procura de novos modelos de negócio para as indústrias criativas. Para além disso, desenvolve o seu doutoramento em Ciências da Comunicação na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, instituição que tem apoiado o desenvolvimento dos seus projetos em conjunto com a emissora SIC (Sociedade Independente de Comunicação), na qual trabalha desde 2001. O seu currículo ainda conta com a realização de curtas-metragens premiados por festivais portugueses.

FC: Como costuma definir o conceito de *transmedia storytelling*?

RA: Costumo definir o *transmedia* como meios autônomos que trabalham em conjunto num universo, mas podem ser consumidos separadamente, ou seja, eu posso ver o filme sem nunca ter visto o documentário, fico satisfeito e percebo a história. Isso é muito importante: que todas as plataformas sejam independentes, mas que cada peça vá acrescentando ao *puzzle*. No projeto *Lápis Azul*, temos o ponto de vista do censor no filme, depois, no documentário, temos os pontos de vista das pessoas que foram vítimas da censura. O *transmedia* também quer dizer “para além” do meio, e o que tenho pena de nunca ter feito, no caso do projeto *Lápis Azul*, é levar as pessoas à um passeio pelos edifícios da censura.

¹ Entrevista realizada em Lisboa no dia 3 de fevereiro de 2014.

FC: A partir da sua experiência como realizador de *Lápis Azul* e produtor de outros projetos *transmedia*, como *Mutter* e *Lápis Azul*, como vê o desenvolvimento do *transmedia storytelling* em Portugal?

RA: Desde 2010 há mais pessoas interessadas no *transmedia* porque começaram a perceber que podem rentabilizar os investimentos. Quando se faz uma pesquisa para um filme, é possível trabalhar o mesmo universo sob outra perspetiva, pois há muito material que fica de fora e pode ser reutilizado noutra plataforma. Como colaborador da SIC e aluno de doutoramento na Universidade Lusófona, a minha ideia foi fazer os meus trabalhos de maneira que pudesse aplicar o que aprendi teoricamente na universidade ao nível prático na SIC.

FC: Existe alguma especificidade nos projetos *transmedia* de ficção científica? Podemos dizer que é mais fácil expandir a narrativa neste género e atrair os conteúdos gerados pelos usuários?

RA: *Mutter* e *Lápis Azul* têm universos diferentes exatamente porque eu quis experimentar estes dois modelos. No *Mutter*, eu sabia que os espetadores estão habituados a saltar de plataforma em plataforma e são *multitaskers*, por isso foi muito mais fácil obtermos maior nível de participação desta faixa etária mais jovem do que no *Lápis Azul*. Por outro lado, no *Lápis Azul* eu queria perceber se as pessoas também adeririam, ou seja, não só os nativos digitais, mas se os imigrantes digitais adeririam à produtos desta natureza. Consegui provar que é possível fazer produtos desta maneira e que as pessoas migram para outras plataformas à procura de novos produtos.

FC: Em termos de interatividade e participação, quais foram as principais diferenças entre estes dois projetos?

RA: Para os miúdos nativos digitais que fazem filmes para o YouTube, participar e fazer um filme para o *Mutter* não lhes custa nada, mas para os imigrantes digitais, isso é mais difícil. No *site* do *Lápis Azul* solicitava-se que as pessoas escrevessem um texto sobre a censura ou sobre a liberdade de imprensa, e aquele espaço obedecia um algoritmo que seleccionava as palavras proibidas. Assim as pessoas ficavam com uma ideia de como os jornalistas da época conviviam com a censura. É verdade que não teve o mesmo nível de participação que o *Mutter*, as pessoas são diferentes, o grau de exigência é outro. O público já não tem tanta vontade de participar, ou tem vontade de participar, mas não fica à vontade com as ferramentas tecnológicas.

FC: Em Portugal, a filosofia de produção *transmedia* já está consolidada entre as empresas mediáticas, como as emissoras de TV?

RA: Em Portugal nós não temos dinheiro nem para o cinema, que dirá para investir em *transmedia*. Temos a empresa do Nuno Bernardo, a beActive, que já fez o *Diário de Sofia* e recentemente o *Collider*, mas ele teve que produzir para fora porque cá não conseguia rentabilizar os projetos. Em Portugal, as emissoras têm medo de arriscar e há um grande problema de autoria dos projetos *transmedia* porque há várias colaborações. As pessoas ainda estão muito fechadas nas suas “quintinhas” e, para fazer um projeto *transmedia*, é preciso ter uma mente muito aberta e entender que são trabalhos de coautoria. Estamos num país pequeno e as pessoas não querem investir, e acaba por ser um trabalho das universidades tentar impor o ritmo do que é que poderá ser o mercado no futuro. O que existem são projetos *crossmedia*, que consistem em passar a mesma informação para outras plataformas. É preciso saber produzir *transmedia* e, sobretudo, é preciso haver investimento e integração dos quadros das empresas. E se não formos por aí, vamos continuar a perder terreno. O *transmedia* é uma das grandes possibilidades de podermos encontrar uma solução para a televisão generalista e para outras plataformas que têm vindo a perder terreno.

FC: Qual a importância do *transmedia storytelling* para as grandes emissoras como a SIC?

RA: Em geral o *transmedia* hoje é muito importante, porque as empresas têm todos os meios disponíveis, e descartar tanto material que produzem e que podiam ser utilizados noutras plataformas é um desperdício de tempo e meios. Ao utilizar estas plataformas, criamos novas portas de entrada, ou seja, uma pessoa pode ter o contato com o projeto *Lápis Azul* através do *site*, dali descobrir o documentário e depois o filme ou o jogo. Isso cria a oportunidade de algo a mais, para as pessoas não ficarem presas só ao filme. Para quem quer saber mais, isso é importante.

Como sou consumidor de produtos, sei que assistir a um filme por vezes não é suficiente, porque quero saber mais sobre o assunto. As pessoas veem um filme e depois pesquisam na internet sobre o tema. Se as empresas tiverem a capacidade de pensar desta maneira para oferecer ao espectador esta experiência, vão conseguir criar novos produtos e atrair parceiros. Uma das vantagens do *transmedia* é trazer novos parceiros para dividir os custos de produção.

FC: Autores e produtores como Jeff Gomez e Nuno Bernardo mencionam a necessidade de elaborar o que chamam de *bíblia transmedia* para produzir conteúdos nesta lógica. Qual foi a sua experiência na produção e distribuição de *Lápis Azul*?

RA: Um produto *transmedia* bem feito, como definem Henry Jenkins e Jeff Gomez, obriga que tudo seja planeado com antecedência, ou seja, cada lançamento, cada ponto de narrativa esteja pensado naquilo que chama-se a *bíblia transmediática*. A *bíblia* é um livro que define qual é o caminho de cada personagem e ação em cada plataforma. O grande problema do *transmedia* é a possibilidade do público não migrar para outra plataforma, ou seja, gastarmos dinheiro e ninguém utilizar um dos pontos de entrada. É o problema que estou a ter com o jogo de *Lápis Azul*: o filme e o documentário correram muito bem, mas no jogo não tive a participação que esperava.

FC: Nuno Bernardo também menciona em seu livro/guia que é possível produzir conteúdos *transmedia* de forma *lowcost*, com auxílio da internet no início dos projetos, verificou isso nos seus trabalhos?

RA: O *transmedia* não tem que ser caro. Pode-se fazer um produto *lowcost* muito bem feito, mas isso nos obriga a ter uma cabeça muito aberta. No caso do *Mutter*, que é ficção científica, tive que fazer várias pesquisas, sobre genética por exemplo, que geraram material que não iria ser utilizado se não fosse um projeto *transmedia*. O mesmo aconteceu durante a investigação para o projeto *Lápis Azul*.

FC: Qual foi o papel do YouTube nos projetos *transmedia* como *Lápis Azul* e *Mutter*? Acredita que esta plataforma colabora para o desenvolvimento deste tipo de produtos?

RA: O YouTube pode criar outra porta de entrada para a ficção de forma muito mais barata. Se eu conseguir produzir conteúdos inicialmente para o YouTube, posso criar pontes e eventos que vão crescendo em meios menos dispendiosos e que atraem as pessoas para meios mais caros, como o cinema. O *transmedia* baseia-se nisso, em portas de entrada atrativas e autonomia dos produtos em cada plataforma.

FC: Acredita que existe espaço para produzir conteúdos *transmedia* em Portugal mesmo com o atual contexto de crise económica? De alguma forma, acha que os seus projetos tiveram entrada privilegiada nos canais da SIC devido à sua ligação laboral com a emissora?

RA: Afeta, mas nós em Portugal temos o problema do medo de arriscar. Por acaso tive sorte, porque a SIC achou o projeto (*Lápis Azul*) original, ligado à censura. Como estamos numa fase difícil de mudança, as empresas preferem não investir por não sabermos qual será o futuro da TV. No entanto, há boas ideias saídas da universidade que precisam ser experimentadas. Claro, se eu fosse apenas um aluno da Lusófona e não trabalhasse na SIC, muito dificilmente eu conseguiria produzir estes projetos.

FC: Atualmente o produtor *transmedia* é uma figura reconhecida em Portugal? Considera que esta função deveria fazer parte dos quadros das indústrias dos media?

RA: Não. Aliás, deveria haver um núcleo forte dentro de empresas como a SIC, que saiba o que é que os outros meios estão a fazer, como a Visão, o Expresso, para conseguir integrar os conteúdos.

FC: Em que ponto está a nossa produção comparativamente a outros países como Reino Unido, Espanha e Brasil?

RA: Nos EUA é mais fácil fazer um projeto *transmedia*, porque eles têm uma capacidade financeira de projetar em todos os meios e já há abertura para isso. Como somos um país muito conservador, não investimos, e como eu disse, há aquele problema da autoria. O Brasil é muito menos conservador na adoção deste tipo trabalho, inclusive há um grande núcleo transmediático. Esta é a ideia que tenho dos projetos desenvolvidos no Brasil, inclusive com apoio da lei do mecenato.