

A morte transmidiática de Osama bin Laden: remediação em jornalismo na cibercultura¹

Alan MASCARENHAS²

Andréa POSHAR³

Marcos NICOLAU⁴

Universidade Federal da Paraíba

Resumo

O jornalismo, constituído que é por narrativas diárias, tem sido palco de significativas transformações no contexto da Cibercultura, revelando fenômenos comunicacionais como a remediação e a narrativa transmidiática. E o evento que envolveu a morte do terrorista Osama bin Laden, divulgado por um paquistanês no Twitter, surge como exemplo para uma tentativa de compreensão desses fenômenos. É o que se propõe o presente trabalho, a partir das definições de tais processos e sua aplicabilidade aos desdobramentos midiáticos da morte de bin Laden.

Palavras-chave: narrativas transmidiáticas; jornalismo; remediação; Cibercultura.

Abstract

Journalism, which is constituted by daily narratives, has been the stage of significant changes in the context of cyberculture, by revealing some communication phenomena such as transmedia storytelling and remediation. The event which involved the death of Osama bin Laden, released by a Pakistani on the Twitter, seems to be an example of an attempt to understand these phenomena. This work aims at showing such phenomena from the definitions of such processes and their applicability to media unrolling of the death of bin Laden.

Key words: transmedia storytelling; journalism; remediation; Cyberculture.

Introdução

Quando o paquistanês Sohaib Athar postou no *Twitter* que estava vendo helicópteros sobrevoando as proximidades da sua residência, não imaginava que estivesse anunciando um

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo, Mídia livre e Arquiteturas da Informação”, do IV Simpósio Nacional da ABCiber.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB) e pesquisador do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas – Gmid/UFPB. E-mail: alanmanga1@gmail.com.

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB) e pesquisadora do Gmid/PPGC/UFPB. E-mail: andrea.poshar@gmail.com.

⁴ Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB) e Coordenador do Gmid/PPGC/UFPB. E-mail: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

dos eventos jornalísticos de maior repercussão internacional dos últimos tempos: a invasão do esconderijo de Osama bin Laden e a morte do terrorista por forças militares norte-americanas.

Os desdobramentos midiáticos do fato, por sua vez, demonstram alguns dos fenômenos comunicacionais da atualidade, como a remediação (*remediation*) e a narrativa transmidiática: ambos aplicados aqui às estratégias de práticas jornalísticas, que hoje permeiam a Cibercultura.

Pela perspectiva da remediação, ora estamos diante de plataformas diversas na internet, passando de um ambiente para outro em busca do que nos interessa, ora mergulhamos em uma narrativa que nos absorve a atenção, e esquecemos que estamos diante de um computador. Entre sites diversos, *blogs* e redes sociais, transitamos por notícias, conversas e curiosidades, mas sempre que encontramos uma boa história, real ou fictícia, entramos nela para nos envolver emocionalmente com sua trama e seus personagens.

Tais lógicas são denominadas, segundo os autores dos estudos sobre *remediation*, Bolter e Grusin (2000), de *hipermediação* e *imediação*. Na hipermediação há uma lógica de enaltecimento da presença do meio perante o indivíduo; na imediação, ao contrário, o meio fica “transparente”, ou seja, não é perceptível, dado o envolvimento do usuário com a narrativa que se desenrola diante dos olhos e ouvidos.

Esse processo de remediação está diretamente relacionado com a narrativa transmidiática, responsável pela transição das histórias de uma mídia para outra com desdobramentos e continuidades que, muitas vezes, circulam entre o real e o fictício.

Trata-se de um fenômeno que ocorre sob duas perspectivas: as *narrativas transmidiáticas* e as *estratégias transmidiáticas*. No primeiro caso, temos a transposição de conteúdos para várias mídias; no segundo caso, há um transbordamento desse conteúdo.

A narrativa transmidiática, de acordo com Henry Jenkins (2008) é a prática de se contar uma única história de forma fragmentada e através de plataformas diversas, utilizando-se sites, games, filmes, livros etc., para narrar partes diferentes de uma obra que juntas se completarão, ganhando sentido para o público. Mas, para compreendermos o conceito de estratégias transmidiáticas, recorremos ao pesquisador e consultor de projetos transmidiáticos Geoffrey Long (2009), para quem o termo “transmídia” quer dizer qualquer coisa que se move de uma mídia para outra, independente do termo “narrativa”: o caráter ubíquo da informação permite que esta se distribua por diferentes mídias convergentes que se encontram em processo de reconfiguração e remediação.

Desse modo, todas as narrativas envolvendo a morte de Osama Bin Laden constituíram-se em evidente exemplo desses fenômenos comunicacionais e que nos exige a compreensão conceitual e epistemológica dos processos de remediação e narrativa transmidiática, como parte de um esforço para compreendermos as práticas jornalísticas no contexto da Cibercultura.

O processo de remediação

Ao afirmar que “o conteúdo de uma mídia é sempre outra mídia”, McLuhan (1964, p. 23) estava se referindo não só à mudança estrutural do conteúdo, mas a um processo mais complexo no qual, de fato, uma mídia é representada e incorporada à outra. Estas inter-relações dos meios, de acordo com o autor, “constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a nova forma” (McLUHAN, 1964, p. 75).

Este fenômeno foi identificado pelos autores Bolter e Grusin (2000), anos mais tarde, como o processo de *remediação* (*remediation*). Tida pelos autores como uma das principais características das novas mídias digitais, a *remediação* é definida como a lógica formal com que um meio é capaz de apropriar-se das propriedades e peculiaridades de um outro meio sendo este, seu antecessor.

A palavra “*remediação*” deriva do latim “*remederi*” que significa “curar, restaurar a saúde”⁵ e que, segundo os autores, melhor representa a forma com que um meio é visto pela sociedade – como uma mídia que *renova* (*refashion*) e proporciona novos usos (*repurpose*) às “*velhas mídias*” (*older medium*):

O surgimento de todo novo meio é justificado porque ele preenche a lacuna ou repara a falha do seu antecessor, pois ele cumpre a promessa quebrada de uma velha mídia. (Típicamente, é claro, os usuários não se dão conta de que a velha mídia falhou em sua promessa até o surgimento de um novo meio)⁶ (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 60)

Devemos aqui entender que, para os autores, “um meio é aquilo que remedia. Aquilo que se apropria das técnicas e significados sociais de uma outra mídia e cuja pretensão é dar-lhes vida ou repaginá-las em nome do real”⁷ (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 65). De fato, o

⁵ Tradução livre de “To heal, to restore the health” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 59).

⁶ Tradução livre de “Each new medium is justified because it fills a lack or repairs a fault in its predecessor, because it fulfills the unkept promise of an older medium. (Typically, of course, users did not realize that the older medium had failed in its promise until the new one appeared)” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 60).

⁷ Tradução livre de “A medium is that which remediates. Is is that which appropriates the techniques, forms and social significance of other media and attempts to rival or refashion them in the name of the real” (BOLTER; GRUSIN,

desejo por se aproximar da realidade é uma das principais razões pelas quais os meios de comunicação alteram-se de forma tão espontânea e acelerada: quanto mais os modificarmos, maiores serão as probabilidades de atingirmos o real e, por conseguinte, o invisível.

“É como se cada tecnologia importante, antes de atingir níveis de saturação nas culturas, tenha tido de passar por dois estágios básicos: primeiro, estar em clara evidência; segundo, ser interiorizada até ao ponto de se tornar invisível” afirma Kerckhove (2009, p. 113). Para se tornar invisível e interiorizado, o meio precisa ser completamente “apagado” perante a presença do indivíduo. Tal fenômeno corresponderia ao que Bolter e Grusin (2000) identificaram como sendo a *lógica da imediação (immediacy)*.

A *transparência (transparency)*, como epistemologicamente definida pelos autores, retrata a ânsia que o usuário possui em “mergulhar” no conteúdo do meio, eliminando-o como intermediário deste contato, fazendo-o vivenciar o ambiente virtual como se, de fato, este fosse seu ambiente físico.

Os autores afirmam que esta vontade de imersão vem desde a Antiguidade, passando pelo Renascimento, época em que foram desenvolvidas as primeiras técnicas estéticas que possibilitariam tal fenômeno: a perspectiva linear e os truques de iluminação. Os renascentistas “confiavam na perspectiva linear para alcançar a transparência, pois, para eles, matematizando o espaço era a maneira mais ‘correta’ de medir o mundo”⁸ (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 24). O que entendemos com isto é que, a busca infundável pela transparência não parte apenas do indivíduo, mas fica claro que é, também, um desejo do próprio desenvolvedor do meio:

O que os designers costumam dizer é que eles querem uma interface “sem interface”, onde não existirá nenhum tipo de ferramentas eletrônicas reconhecíveis – não haverá botões, janelas, barras de rolagem e nem mesmo ícones, tal qual os conhecemos. Assim, o usuário irá se mover no espaço e irá interagir “naturalmente” com os objetos, como ele/ela o faz no mundo físico (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 21-22)⁹

Um das formas mais atuais que existem para atingir a imersão são, de acordo com Bolter (2006) as realidades aumentada, virtual e mista. Esta última, segundo o autor, não tem pretensão alguma de separar o que é virtual do real, mas sim em uni-los em prol da

2000, p. 65).

⁸ Tradução livre de: “They trusted in linear perspective to achieve transparency because by mathematizing space, it used the ‘right’ technique to measure the world” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 24).

⁹ Tradução livre de: What designers often say they want is an ‘interfaceless’ interface, in which there will be no recognizable electronic tools – no buttons, windows, scroll bars or even icons as such. Instead the user will move through the space interacting with the objects ‘naturally’ as he/she does in the physical world (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 21-22).

transparência – além do usuário “entrar” no mundo virtual, este também pode fazer o movimento inverso. Para o autor, a realidade mista é um híbrido entre o meio físico e virtual, cujo principal objetivo é proporcionar informações e experiências através de sons, imagens e textos digitalmente gerados para o mundo do usuário, reconfigurando a relação deste com seu entorno.

Neste contexto, podemos afirmar que entendemos a *realidade* a partir do conceito de Pereira (2008), que deve ser compreendida como um conjunto de padrões e sistemas estabelecidos que, juntos, organizam e orientam um determinado grupo em relação ao seu meio. É preciso ressaltar também que, em relação às *realidades* físicas ou não, o real não se opõe ao virtual. Este último, na verdade, é uma oposição ao atual, como afirma Pierry Lévy (2005, p.47). Para ele, estes “são apenas dois modos diferentes da realidade”.

Portanto, para gerar a transparência e imergir dentro de uma *realidade* que não a física, toda e qualquer tecnologia pode ser usada em seu favor. Para Bolter (2006, p. 110) “o objetivo da representação da transparência é o de eliminar as representações das tecnologias e suas técnicas e inserir o indivíduo em uma aparente relação não mediada com o objeto ou evento representado”¹⁰.

Porém, apesar da imediação buscar saciar o desejo do usuário pela experiência de vivenciar a imersão e eliminar toda e qualquer interferência do meio sobre esta, de tal forma que possa unificar e homogeneizar o espaço, não se pode negar a existência do meio – sem o qual a transparência, de fato, não poderia acontecer.

Isto nos leva à *lógica da hipermediação* que, segundo Bolter e Grusin (2000), enaltece a presença do meio perante o indivíduo, contrariando todo o processo de *imediação*.

A opacidade, como também a definem, tem por finalidade multiplicar o espaço, torná-lo heterogêneo e “janelado” (*windowed style*). Neste espaço, o usuário “oscila entre manipular janelas e examinar seu conteúdo, assim como oscila entre observar um hipertexto como uma textura de *links* e observar através destes para as unidades textuais como linguagens”¹¹ (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 33). Apesar do estilo fragmentado, o propósito da *hipermediação* também é o de atingir a *transparência* e tornar este espaço multiplicado o mais “real” possível:

¹⁰ Tradução livre de “The goal of transparent representation is to efface the Technologies and techniques of representation and to place the viewer in an apparently un-mediated relationship to the objects or events represented” (BOLTER, 2006, p. 110).

¹¹ Tradução livre de: “Oscillates between manipulating the windows and examining their contents, just as she oscillates between looking at a hypertext as a texture of links and looking through the links to the textual units as languages” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 33).

A hipermediação e os meios transparentes são manifestações opostas do mesmo desejo: o desejo de romper os limites da representação para alcançar o real [...] As aplicações digitais transparentes procuram obter o real negando, bravamente, o ato da mediação; já a hipermediação busca o real multiplicando a mediação com intuito de criar uma sensação de plenitude, a saciedade da experiência, os quais podem ser tomados por realidade (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 53)¹².

Apesar de terem surgido no final do século XX, estas duas lógicas contrárias, porém, coerentes, persistem até hoje. Atualmente, tanto a imediação quanto a hipermediação são utilizadas como ferramentas para estratégias comunicacionais que visam, de alguma forma, capturar a atenção do indivíduo e direcioná-lo para o caminho do meio remediado. É o que afirma Grusin (JENKINS, 2011) ao dizer que a narrativa transmidiática pode ser um dos mais atuais exemplos de remediação já que envolve uma relação entre, pelo menos, duas mídias e que todos estes meios, podem ser vistos a serviço das lógicas da transparência e opacidade.

Introdução às transmidações

Da fala às suas mediações observamos histórias serem contadas de formas diversas, acompanhando gradualmente a evolução das ferramentas de comunicação utilizadas pelo homem. Assim, diante de um ambiente onde a telemática enfoca o digital, narrativas se reconfiguram em um fluxo fragmentado através de mídias massivas e pós-massivas convergidas, com conteúdos remediados.

A partir do surgimento das mídias digitais interativas e da popularização do ciberespaço, novos gêneros com funções pós-massivas fizeram-se presentes no *status quo* midiático, incitando o que chamamos de transmidações.

Este fenômeno pode se dar em dois âmbitos, o das narrativas transmidiáticas ou das estratégias transmidiáticas, como veremos, sendo ambos instaurados pelo significado do prefixo “trans”, que indica “através de” ou “além de”. No tocante às mídias, é relacionado à disposição de conteúdo, como quando temos a transposição das águas (conteúdo) de um rio, onde estas têm seu curso e fluxo alterados, o que não influi na classificação do todo como sendo um rio. Nas transmidações, a composição final vale mais que suas partes.

¹² Tradução livre de: Hypermediacy and transparent media are opposite manifestations of the same desire: the desire to get part the limits of representation and to achieve the real [...] Transparent digital applications seek to get the real by bravely denying the fact of mediation, digital hypermediacy seek the real by multiplying mediation so as to create feeling of fullness, a satiety of experience, which can be taken by reality (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 53).

O que temos nas transmediações é um transbordamento de conteúdo. Quando este se torna demasiado denso para ocupar um único canal de comunicação e se desdobra através de novos percursos que podem contar com mídias de funções massivas ou de funções pós-massivas, no caso. Sendo as funções massivas características de meios clássicos de comunicação, tais como a televisão e o rádio, enquanto as pós-massivas se ligam características das mídias digitais pelo seu caráter de leitura e escrita de informação dentro do mesmo espaço.

Incluindo a TV, consideramos então mídias massivas os dispositivos que adotam uma relação vertical com seu público, através dos quais os produtores de conteúdo regem o fluxo de seus produtos, buscando o controle e o lucro. Segundo Thompson (2009), esses produtos massivos são colocados à disposição de muitos e construídos para não desagradar a maioria do público, já que são baseados em um modelo mercantilista.

Para André Lemos (2007), mídias clássicas como televisão, impressos, etc., obedecem a funções massivas. Tais funções são características de plataformas de uma era que começa na Revolução Industrial e pressupõem uma rede telemática inexistente, visando a criação de hits em larga escala: “As funções massivas são aquelas dirigidas para a massa, ou seja, para pessoas que não se conhecem, que não estão juntas espacialmente e que assim têm pouca possibilidade de interagir” (LEMOS, 2007, p.6).

A partir do final do século XX e início do XXI podemos observar uma era pós-industrial e a necessidade de superação de tais modelos, guiados por transformações sócio-culturais que se tornam latentes com a disseminação de uma cultura eletrônica.

As funções pós-massivas têm a rede telemática como potencializadora de suas ações, já que são baseadas em uma comunicação de um para um, de nichos, ou seja, uma comunicação bidirecional na qual se pressupõe a conexão entre o público, assim como sua capacidade de engendrar inteligência de forma coletiva, como afirma Lemos (2007). Para o autor, “as mídias de função pós-massiva, por sua vez, funcionam a partir de redes telemáticas em que qualquer um pode produzir informação, «liberando» o pólo da emissão, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás” (LEMOS, 2007, p.5).

As ferramentas interativas do ciberespaço atuam então como potencializadoras das ações do público diante do produto midiático e tais possibilidades se dão por três premissas dessa nova cultura: “A liberação da emissão, a conexão generalizada e a reconfiguração das instituições e da indústria cultural de massa” (LEMOS, 2007, p.6).

É a partir das três premissas da cibercultura, tão distintas do que se vê em características de mídias clássicas, que observamos uma reconfiguração das mídias e de seus

conteúdos. Por reconfiguração entendemos formas específicas pelas quais as mídias clássicas e seus produtos refazem-se para responder aos desafios propostos pelas características de uma cultura composta por mídias digitais.

Desta forma, as transmídiações são uma das consequências da reconfiguração das mídias da cultura do digital, já que denotam de uma rede telemática com ambiência de leitura e escrita que perpassam de produtos pós-massivos para produtos massivos, os quais trabalham de forma engendrada.

Estratégias e narrativas transmidiáticas

O termo “transmídiação”, que aqui destacamos, é fruto do conceito de narrativas transmidiáticas proposto por Jenkins (2008), que se desenvolve de forma bifurcada diante das práticas e usos observados nas experiências que envolvem tal fenômeno.

Para o autor, “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2008, p. 135). Com plataformas nos oferecendo o melhor de si, é, então, criado um universo ficcional e imersivo para os fãs habitarem e interagirem.

Internacionalmente o modelo foi experimentado em séries como *Lost* e *Heroes*, e nacionalmente na série *Alice*, que trazem, em maior ou menor nível, o público ao cerne da narrativa promovendo funções pós-massivas em produtos típicos da TV, uma mídia classicamente massiva. Jenkins destaca então a necessidade da inteligência coletiva, da rede telemática e da alta densidade do conteúdo para uma composição transmidiática:

Refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências dos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. (JENKINS, 2008, p. 47).

É notória a vertente econômica por trás de qualquer ação transmidiática, principalmente quando uma das consequências desta é expandir franquias, tornando um produto ubiqüitário. Esta vertente e a popularização do gênero transmidiático nas narrativas geraram um uso indiscriminado do termo “transmídia” pelo mercado, tal como observamos acontecer com a interatividade, que hoje é destacada em qualquer situação onde o espectador tem mais de uma opção de escolha, mesmo que esta seja completamente controlada pelo produtor cultural.

O mesmo processo elástico se deu com o conceito de ‘interatividade’. Enquanto o termo foi flexionado pelo mercado publicitário para aumentar vendas de produtos através de características interativas, foi necessária uma reclassificação do conceito pela academia, que passou a considerar níveis de interatividade, como apresenta André Lemos (1997), ou diferentes tipos de interações, como observa Alex Primo (2008), ao destacar interações de tipo reativo ou mútuo.

Assim, a vertente que aparece como consequência da prática e da apropriação do conceito proposto por Henry Jenkins se dá quando não nos referimos à narração transmidiática, mas a *estratégias transmidiáticas*. Para Geoffrey Long, em entrevista a Revista Pontocom (2009)¹³, “transmídia significa qualquer coisa que se move de uma mídia para outra”. Tal colocação, diante dos fatos, nos leva a refletir “transmídia” sem necessariamente esta ser uma narração.

Tais estratégias caracterizam-se pelo caráter ubiqüitário de uma informação, a exemplo, que se distribui por partes em diversas mídias convergentes que, por conseguinte, estão em processo de reconfiguração e remediação. É desta forma que podemos observar situações transmidiáticas quando saímos da ficção para fatos no jornalismo.

Ao ser questionado sobre as possibilidades transmídia no jornalismo, Jeff Gomez, responsável pelo filme *Avatar* e suas transmídiações, comentou¹⁴ que “A essência é a habilidade de converter histórias, de um jeito que fará você esperar o comercial para ver o que acontece e até tomar ações”, ao passo que ressalta a importância de um canal que estreite as relações entre o espectador e o jornalista.

Partindo do ponto de que este canal apenas é possível diante das funções pós-massivas, tentamos refletir a roteirização da notícia, mas principalmente como se dá o canal de ligação entre público e produtor quando o produto em questão é um fato e não uma realidade ficcional a ser construída. Cabe ressaltar que adaptações da mesma informação não são consideradas como uma transmídiação da mesma.

Um exemplo de jornalismo transmidiático

¹³ Entrevista à Revista Pontocom publicada *online*. Disponível em < <http://www.revistapontocom.org.br/?p=1442>>. Acesso em 14 jun. 2011.

¹⁴ Entrevista concedida em workshop na Rede Globo. Fonte: <<http://www.tiagodoria.ig.com.br/2010/02/05/transmidia-pode-ser-aplicada-ao-jornalismo/>> Acesso em: 22 jul. 2011

Na madrugada do dia 2 de maio de 2011, o paquistanês Sohaib Athar presenciou um movimento estranho aos redores de sua casa e o publicou em seu *Twitter*, @ReallyVirtual: “Helicóptero sobrevoando Abbottabad às 1AM (é um acontecimento raro)”¹⁵. Minutos depois, Athar volta a publicar: “Uma tremenda explosão sacudindo a janela. Espero que não seja o começo de algo desagradável :-S”¹⁶.

Descrevendo uma sucessão de acontecimentos que fugiam da normalidade de seu cotidiano, mas que até então não denunciavam nada grave, involuntariamente, o paquistanês narrava uma operação militar sigilosa dos Estados Unidos contra o líder da maior célula terrorista do mundo e responsável pelos ataques às Torres Gêmeas em 2001: Osama bin Laden.

Athar só veio ter conhecimento da relevância e magnitude de suas publicações horas após o ocorrido com uma nova publicação vinda diretamente do chefe de gabinete do ex Secretário de Defesa dos EUA, Keith Urban: “Fui informado por uma pessoa de confiança que mataram Osama bin Laden”¹⁷.

Na tentativa de amenizar o estrondo causado com sua publicação, Urban volta a publicar vários outros *tweets*, nos quais ele confessa não saber se, até então, a informação era de fato oficial e que só o presidente dos EUA poderia se pronunciar em relação.

Porém, o movimento dentro das redes sociais aumentou com as publicações agora oferecidas tanto por informantes anônimos quanto do próprio governo americano, assim como também de outros paquistaneses. Como um exemplo disso temos o próprio *Twitter* do Sohaib Athar que, horas após seu relato, recebeu mais de 29.000 seguidores – e que aumentam até hoje.

O usuário paquistanês, que mantém desde 2007 um blog intitulado “*Life in Pakistan*” (“Vida no Paquistão”, em tradução literal para o português), escreveu 23 mensagens para descrever os acontecimentos antes de descobrir do que se tratava de fato, ao passo que dialogava com outros na rede dando mais detalhes sobre explosões, helicópteros e pistas em geral sobre o acontecimento. Seus *tweets* eram então espalhados por outros usuários que tentavam também esclarecer as informações sem ligação direta com bin Laden. Horas após o

¹⁵ Tradução livre de “Helicopter hovering above Abbottabad at 1AM (is a rare event)”. Fonte: <<http://www.ctv.ca/CTVNews/TopStories/20110502/osama-bin-laden-death-twitter-urbahn-110502/>>. Acesso em: 22 de jul. 2011

¹⁶ Tradução livre de “A huge window shaking bang here in Abbottabad Cantt. I hope it’s not the start of something nasty :-S”. Fonte: idem. Acesso em: 22 jul. 2011

¹⁷ Tradução livre de “So I’m told by a reputable person they have killed Osama Bin Laden. Hot damn”. Fonte: <<http://www.ctv.ca/CTVNews/TopStories/20110502/osama-bin-laden-death-twitter-urbahn-110502/>>. Acesso em 22 de jul. 2011,

acontecimento, com mais informações divulgadas na mídia e o pronunciamento oficial do Presidente dos Estados Unidos, Athar comenta em sua página no *Twitter*: “Uh oh, agora eu sou o cara que contou em tempo real o ataque surpresa a Osama sem saber disso”¹⁸.

O percurso das informações sobre a morte de Osama saiu do *Twitter* de forma desordenada para se organizar em sites de notícias e programas jornalísticos até o pronunciamento do presidente, onde o quebra-cabeça informacional ganha sua feição completa. Ou seja, onde o “todo” transmidiático se forma a partir das partes.

As mensagens de Athar, assim como de outros vizinhos do esconderijo de Osama, estavam disponíveis na rede para qualquer usuário que estivesse interessado em assuntos ligados ao teor internacional apresentado nas descrições. Era um espaço aberto à leitura e escrita, pós-massivo, onde se tinha a oportunidade de fazer uma “caça” a informações sobre o assunto e buscar mais detalhes.

Ainda após a conclusão dos fatos, o percurso transmidiático que a informação percorreu estava devidamente arquivado na rede. Desta forma, mesmo os espectadores que tiveram acesso a informações mais completas através da televisão, a exemplo, poderiam retroceder, entrando por outras *janelas* deste universo transmidiático de informações e acompanhar os relatos de cidadãos comuns locais sem qualquer filtro por parte da imprensa em suas páginas no *Twitter*. Era possível também que espectadores mais interessados dialogassem em tempo real com os narradores dos fatos, contribuindo com informações mais detalhadas e direcionadas. Além de somar a estas informações, todo o material multimídia disponibilizado na *web*, como vídeos e fotos.

Passamos então a perceber características de uma ação transmidiática no jornalismo que se dá de forma involuntária. Ou seja, os dados se dispõem de forma transmidiáticas por natureza, transbordando de uma plataforma para outra, ao passo que portais de notícias como o *The New York Times* fizeram uso, citando a fonte, das informações publicadas por Athar no *Twitter*, assim como programas de televisão também o fizeram.

A narração dos fatos tem seu papel claro nas redes sociais, que incitam os usuários a narrarem partes do seu cotidiano com teor informacional relevante ou não. A ação da narrativa transmidiática aqui é involuntária por se tratar de um ato não planejado para a divulgação da notícia visando fins lucrativos em sua forma transmidiática, como acontece no

¹⁸ Tradução livre de: “Uh Oh, now I’m the guy who liveblogged the Osama raid without knowing it”. Fonte: < <http://www.digitaltrends.com/international/osama-bin-laden-death-raid-live-tweeted-by-accident/>>. Acesso em 22 de jul. 2011.

mercado de entretenimento, em que o filme é lançado com o intuito de um apêndice narrativo em um jogo *online*, a exemplo.

Ainda assim, há uma das características principais na constituição de uma narrativa transmidiática: a criação de um universo com janelas de entrada e saída para os diversos desdobramentos, ou apêndices, da história contada. Neste espaço, geralmente fictício quando se trata de entretenimento, tende a possuir uma ficção coerente e imersiva, que simule de fato uma ambiência de realidade e propague a transparência do meio a fim de uma experiência realística.

A trajetória das informações sobre a morte de Bin Laden destaca o termo “detetives coletivos”, usado em jogos *ARG* e trazido por Henry Jenkins (2011), para ressaltar as interações sociais com outros leitores que se dão durante um evento transmidiático, proporcionado a “caça e vigia”. Para Jenkins (2011), em publicação em seu blog¹⁹, “parte do prazer [da transmídia] é o que eu chamaria de ‘caça e vigia’”.

Esta situação de “caça” por parte do espectador no jornalismo, em que o usuário se torna seu próprio *gatekeeper*, é um dos principais nervos de uma rede transmidiática que narra uma notícia. Afinal, não é possível para o grande público dialogar com um repórter de uma grande emissora em tempo que o fato acontece, não proporcionando a imersão transparente necessária para a vivência de um universo do qual o usuário não pertence originalmente.

Nas descrições detalhadas de Athar e através do seu blog, ambos escritos horizontalmente com relação ao seu público, há um teor de imersão e diálogo necessário para a recriação deste universo que mantém a narrativa transmidiática coerente.

Nos estudos iniciais de Jenkins (2008), este universo era destacado como fictício, pois se tratava de narrativas com caráter de entretenimento, mas em casos jornalísticos destacamos a sua composição por fatos reais, enquanto a narração se dá através de diversas mídias. Tais mídias obedecendo a funções massivas e pós-massivas, possibilitando ao público ligar-se em uma ação coletiva de caça e diálogo, não apenas para estruturar a notícia, mas principalmente na forma de consumo.

É aqui então que o leitor tem a possibilidade de ativar todo o potencial transmidiático contido numa narração, como a da morte de Osama bin Laden, e transformar o que poderia ser uma reportagem jornalística linear, em um evento transmidiático narrativo involuntário ativo. Esta ação é composta por um sistema de imediação e hipermediação. O primeiro liga-

¹⁹ Tradução livre de “Part of the pleasure is what I would call ‘hunting and gathering’”. Fonte: <http://henryjenkins.org/2011/03/a_remediated_premeditated_and_t.html>. Acesso em: 22 jul. 2011

se ao universo ficcional, ou real, que tende à imersão e, conseqüentemente à transparência. O nível de detalhes e o tipo de narração da história de forma igualitária com relação aos outros usuários da rede contribuem nesse aspecto. Estar no mesmo patamar midiático que os indivíduos/leitores tende a tornar o envolvimento mais imersivo no universo do fato narrado.

A hipermediação, por sua vez, caracteriza-se pela multiplicação de janelas para a composição de um universo de fatos, que aqui seriam fatos jornalísticos reais, os quais possibilitam ao indivíduo “caçá-las” ou, até mesmo, criar novas para poder, de alguma forma, atingir a imersão dentro da narrativa. Ou seja, por mais que o meio se faça presente perante o usuário, este buscará, dentre todas as janelas, obter um momento de transparência do conteúdo.

Tal busca gera um momento de opacidade no caminho, no qual o usuário sai de uma janela, mesmo que parcialmente, em busca de outra, e assim sucessivamente, em um movimento sem fim.

Esses momentos opacos podem ser “solucionados” assim que o usuário se deixa imergir em uma, entre tantas, janelas do universo transmidiático. Para Jenkins (2011) isto tem a ver com o nosso cotidiano, já que “como nossa realidade do dia após dia é formada pelas interações geradas através das mídias, as linhas entre a imediação e hipermediação ficam embasadas”²⁰.

Considerações Finais

Ao tratarmos da transmediação de um fato concreto, ou seja, de uma notícia, dentro do jornalismo, o universo criado tende a ser composto por uma recriação do ambiente no qual se deu o fato. Temos então uma ambiência mediada propícia à imersão e imediação composta por funções massivas e pós-massivas. Através desta recriação, em que contamos com um jornalismo cidadão e colaborativo, é possível interação com as fontes da própria notícia.

O que Geoffrey Long (2009) sugere como transmídia, de forma abrangente, é demasiado elástico e pode ser naturalmente confundido com diversos outros conceitos, e apesar de representar várias ações do mercado, principalmente brasileiro, sobre transmídia, acreditamos que mesmo diante de estratégias transmidiáticas, devemos ter resquícios de uma

²⁰ Tradução livre de “as our everyday reality is shaped by our interactions through media, the lines between immediacy and hypermediacy blur”. Fonte:

<http://henryjenkins.org/2011/03/a_remediated_premeditated_and_t.html> Acesso em: 22 jul. 2011

arquitetura narrativa em que cada novo desdobramento possa enriquecer o todo de forma notória.

Se a transparência se dá através da “eliminação” do meio, o que deve ser afastado ao máximo são o repórter clássico unilateral e plataformas exclusivamente massivas, permitindo que o indivíduo estabeleça um relacionamento direto com a história, sentido-a como se, de fato, estivesse participando ao vivo desta. Ou seja, quanto maior forem os detalhes das informações obtidas e menor a presença do meio em si, maior será a probabilidade do indivíduo de “mergulhar” na história, transformando uma “mera” notícia pública em uma experiência individual e simulada.

De acordo com Bolter e Grusin, o movimento destas lógicas da *remediação* não tem previsão de terem um fim. Muito pelo contrário, estarão sempre a serviço do indivíduo que procura, em uma missão também infundável, atingir a todo e qualquer custo, o mundo virtual dentro do seu mundo físico e vice-versa.

Nesse caso particular envolvendo a operação que resultou na morte de Osama bin Laden pudemos verificar, por fim, não apenas como se mantém presentificada a lógica da remediação, mas também o processo que envolve as narrativas transmidiáticas nas mídias da atualidade. O elemento que permeia historicamente esse processo é a narrativa que, época após época, vem sendo moldada conforme as mudanças nos mecanismos de contar e recontar as histórias, lastreados agora pelos métodos não lineares engendrados pela Cibercultura.

Referências

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.

BOLTER, Jay David. **The desire for a transparency in an era of hybridity**. 2006. Disponível em: <http://pzwart3.wdka.hro.nl/mediawiki/images/5/56/User_Darija_Medic_ebook_desire_for_transparency.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2011.

JENKINS, Henry. **A Remediated, Premediated, and Transmediated**: conversation with Richard Grusin. 2011. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2011/03/a_remediated_premediated_and_t.html>. Acesso em: 22 jul. 2011

_____. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**: investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

LEMONS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo**. Sobre interatividade e interfaces digitais. 1997. Disponível em <www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Acesso em 11 de Maio de 2011

_____. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **In**: Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. USP, ano 1, n.1, São Paulo, 2007, pp.121-137. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Media1AndreLemos.pdf>>. Acesso em: 06 ago. de 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora34, 2005.

LONG, Geoffrey. Entrevista à Revista Pontocom publicada *online*. 2009. Disponível em <<http://www.revistapontocom.org.br/?p=1442>>. Acesso em: 14 jun. 2011

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

PEREIRA, Vinicius Andrade. G.A.M.E.S.2.0: Gêneros e gramáticas de arranjos e ambientes midiáticos mediadores de experiências de entretenimento, sociabilidade e sensorialidades. **Compós**, 2008. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=294>>. Acesso em 30 jun. 2011.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**: Uma Teoria Social da Mídia. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.