

Consultoria busca projetos no Brasil

Heloisa Magalhães

Curioso imaginar Sherazade, a heroína das "Mil e Uma Noites", vinculada ao conceito hiper contemporâneo de transmídia. Sherazade é a moça que se casou com o rei Shariar, aquele que, decepcionado por ter encontrado a primeira mulher beijando um servo, e para não correr risco de ser traído novamente, decidiu que a cada noite teria uma nova esposa, que morreria na manhã seguinte.

Mas vale refrescar a memória e lembrar que Sherazade conseguiu se salvar contando ao rei, a cada noite, uma história. Ela prometia um emocionante capítulo, mas só no dia seguinte. Assim passaram-se "Mil e Uma Noites."

Por isso mesmo, Maurício Mota, um dos fundadores da empresa Os Alquimistas, uma das poucas que atuam com transmídia no país, diz que a princesa desenvolveu a técnica de produzir conteúdo com continuidade, exatamente como prevê o conceito.

Ele lembra que a proposta de transmídia é a de criar conteúdo tanto para simples entretenimento quanto como ferramenta de marketing, seja para internet, redes sociais, televisão, DVDs, jogos ou serviços on-line como o Twitter. Tudo sem esquecer "a harmonia em usar o melhor de cada mídia", diz Mota.

A Petrobras está entrando nessa nova era. Criou uma frente de estudos com o C3, do Massachusetts Institute of Technology MIT). Trata-se do departamento voltado para as mídias recentes, que busca entender como a indústria de entretenimento e as marcas estão se movendo neste novo momento da comunicação. Os primeiros projetos piloto da estatal estão em desenvolvimento. A estratégia é construir narrativas que se complementem em diferentes mídias — na televisão, no rádio, no cinema, na telefonia móvel e na web — e formar histórias que forneçam uma visão geral da empresa. Com isso, a ideia é colocar a marca não só no Brasil como em mercados novos, nos países onde a estatal atua.

Uma parceria da empresa Os Alquimistas atualmente em desenvolvimento é com a Rede Globo. O diretor de comunicação da emissora, Luis Erlanger, diz que por enquanto a consultoria vai ajudar na avaliação de possibilidades de adoção de projetos procurando usar o universo das novas mídias a serviço da programação da Globo. A meta, segundo Erlanger, é navegar por novas mídias atraindo também aquele público que não é o tradicional da TV.

Mas o conceito que começa a ganhar espaço nas empresas até bem pouco tempo não era compreendido. A trajetória de Mota mostra bem o preço do pioneirismo. Em 2007, ele trabalhava em uma agência de publicidade em São Paulo. Naquele ano foi o único convidado sul-americano a fazer palestra em um seminário sobre o futuro do entretenimento dentro de um projeto do MIT nos Estados Unidos.

Mota explicou na agência onde trabalhava que se tratava de uma oportunidade única ter sido chamado para um evento de uma comunidade fechada no exterior. Mas não convenceu seu chefe. Mesmo assim decidiu ir. Voltou com várias informações para novas estratégias de marketing a ser desenvolvidas concomitantemente em diferentes mídias. Ficou apenas mais um mês na agência até deixar o emprego.

Livre, mergulhou num novo caminho. Na viagem aos Estados Unidos conheceu Henry Jenkins, autor de "Cultura da Convergência". O livro apresentou de forma ampla a proposta do mundo transmídia. A obra explica como um filme ou um seriado de televisão que envolvem o público podem não se encerrar nas duas horas de duração no cinema ou nos episódios na TV. Eles podem ser prolongados — no conceito de Sherazade — com a entrada em cena de diferentes personagens num novo episódio. E também criar formas de abrir espaço para interação.

Mota aliou-se a outro pioneiro da transmídia: Mark Warshaw. Em 2006, o roteirista, produtor e diretor foi um dos criadores do seriado "Heroes_", o primeiro a ter o perfil transmitido na TV americana. Warshaw também participou do seriado "Smallville", em marketing integrado e desenvolvimento de DVDs.

Aos 30 anos, Mota tem proximidade com esse mundo do conteúdo para mídia eletrônica desde os 15. Junto com a mãe, a escritora Sonia Rodrigues, desenvolveu uma plataforma para criar histórias em formato de jogo e software. Nesse processo o conceito de Sherazade, da contadora de histórias com continuidade, já estava presente. O produto foi adotado em mais de 4 mil escolas pelo país e licenciado oito vezes.

Um dos projetos em que Mota está envolvido é o "Five Nations". Segundo o executivo, trata-se de um épico transmídia, "mistura de Júlio Verne com Mad Max", diz.

O projeto inclui quadrinhos on-line e uma série na web. O primeiro produto será no formato de desenho animado o outro terá atores reais. O conteúdo mistura fantasia e a relação do ser humano com o planeta Terra. São histórias desenvolvidas em todos os cantos do mundo. Podem ser ligadas ao ambiente, sustentabilidade, energia, infraestrutura, transportes — enfim, um espaço aberto para o marketing.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 3 fev. 2010, Empresas & Tecnologia, p. B4.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais