

Reflexões teórico-metodológicas sobre a narrativa transmídia dentro e fora do Jornalismo¹

Taianne GOMES²

Universidade Federal do Rio grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O presente trabalho possui como objetivo identificar conceitos desenvolvidos desde 2003 sobre a narrativa transmídia. A proposta visa apresentar, de forma resumida e esquemática, as pesquisas que têm sido desenvolvidas acerca da narrativa transmídia, dentro e fora do jornalismo, para, ao final, discutir os principais resultados. O estudo se apoiou nas estratégias metodológicas do estado da arte, de caráter inventariante, descritivo e analítico de produções científicas. A fundamentação teórica contou com autores como Jenkins (2003, 2009), Moloney (2011, 2015), Scolari (2011, 2013) e Fachine (2013). No geral, a análise dos textos não aponta disparidades em relação a conceituação de narrativa transmídia e levanta métodos de identificação de conteúdos transmídias.

PALAVRAS-CHAVE: narrativa transmídia; jornalismo; crossmedia.

NARRATIVA TRANSMÍDIA

Primeiramente, é importante destacar que, ao longo do estudo, os termos *transmedia storytelling*, transmídiação e narrativa transmídia são utilizados como sinônimos, assim como já fazem alguns autores, como Flores e Porto (2012), Foutora, Nunes e Pase (2012) e Araújo (2014). Da mesma forma, são utilizadas de maneira equivalente as expressões jornalismo transmídia e narrativa transmídia no jornalismo.

Este levantamento inicia destacando a postura mais ativa das mídias diante das inúmeras plataformas disponíveis para interação. A narrativa transmídia surge, então, na tentativa de envolver os espectadores e de assegurar o engajamento do público. Mas, antes disso, já existiam outras formas de interação. Por exemplo, o programa “Você Decide” da Rede Globo (1992 a 2000) inovou dando ao público a possibilidade de

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Mestranda do Curso de Estudos da Mídia do PPGEM-UFRN, email: taiannegomes@hotmail.com.

escolher o final de cada história. Por meio de telefonemas, permitia-se a interferência do espectador no desfecho do programa.

Nos dias atuais, as emissoras de TV passaram a utilizar plataformas *online* para se comunicar com o seu público (CANNITO, 2009, p.149). Para França, isso é tão notório que os “programas televisivos remetem a desdobramentos, maiores informações e mesmo à possibilidade de interação no site da empresa ou no blog do apresentador” (FRANÇA, 2009, p. 49).

Nessa busca pelo espectador que já não utiliza mais apenas as mídias tradicionais, é possível observar um cenário de convergência digital, que Garcia Canclini (2008) considera ser “a integração de rádio, televisão, música, notícias, livros, revistas e internet” (GARCIA CANCLINI, 2008, p. 33).

Para Jenkins (2009) a convergência “presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2009, p. 33). Inclusive, as pesquisas apontadas pelo autor mostram que o acesso ao computador não abole a utilização de outras mídias. Pelo contrário, a tendência é que as narrativas extrapolem a mídia tradicional e ofereçam novas experiências em outras plataformas (JENKINS, 2003).

França (2009) tem a mesma visão e avalia as diversas mídias existentes como parte de uma rede integrada. Para a autora, esse cenário no qual a TV e a internet se inserem “mais reforça que enfraquece os diferentes meios” (FRANÇA, 2009, p. 49).

É nesse contexto de integração entre novas e velhas mídias que o conceito de convergência digital se amplia e, então, surge a narrativa transmídia. Para Jenkins (2009) “refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa da comunidade do conhecimento” (JENKINS, 2009, p. 49).

Para contar um pouco da história da *transmedia storytelling*, o termo foi concebido por Jenkins (2009) em 2003 e reflete a forma como a indústria de entretenimento diversifica seus produtos em múltiplas plataformas com intuito de incentivar o consumo. Inicialmente, o autor utilizou a expressão na análise de seriados americanos na TV.

Nesse, então, novo cenário, Jenkins (2003) aponta que a narrativa transmídia se desenvolve por meio de diversos suportes midiáticos, cada um contribuindo de uma forma diferente para o enredo do produto.

In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption. That is, you don't need to have seen the film to enjoy the game and vice-versa. (JENKINS, 2003, online).³

Scolari (2013), ao conceituar a narrativa transmídia, aponta que, nessa condição, a mídia está a serviço do conteúdo.

La producción comprende más de un medio y todos se apoyan entre sí a partir de sus potencialidades específicas; Es una producción integrada; los contenidos se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos como ordenadores personales, teléfonos móviles, televisión, etc. El uso de más de un medio debe servir de soporte a las necesidades de un tema/historia/objetivo/mensaje, dependiendo del tipo de proyecto (SCOLARI, 2013, p. 25-26).⁴

Outra definição reforça a multiplicidade de mídia:

A narrativa transmídia iria mais além, tratando de "um modelo de narrativa em que várias plataformas são utilizadas ao mesmo tempo para contar uma história. No entanto, as plataformas são utilizadas de "forma inteligente", sincronizadas, sem cair na redundância de conteúdo e com alto índice de participação das pessoas" (DÓRIA, 2010, apud PERNISA JÚNIOR, 2010, p. 3).

Gambarato (2013) e Fachine (2013) levantam questões importantes acerca do termo transmídia. Para Gambarato (2013), o uso da palavra transmídia está associado a questões regionais, que variam de lugar para lugar.

There are differences between the discourses from country to country and the preferences can also vary depending on the sector of media industries. For instance, TS is preferred in Brazil to the detriment of cross-media in both professional and

³ Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz melhor - para que uma história possa ser introduzida em um filme, expandida através da televisão, romances e quadrinhos, e seu mundo possa ser explorado e experimentado através do jogo. Cada entrada de franquia precisa ser autossuficiente o suficiente para permitir o consumo autônomo. Ou seja, você não precisa ter visto o filme para desfrutar do jogo e vice-versa.

⁴ A produção compreende mais de um meio e todos se apoiam entre si a partir de suas potencialidades específicas. É uma produção integrada. Os conteúdos são distribuídos e são acessíveis através de uma variedade de dispositivos, como computadores pessoais, telefones celulares, televisão, etc.; O uso de mais do que um meio para fornecer suporte às necessidades de um sujeito / história / target / mensagem, dependendo do tipo de projeto.

academic contexts. In the United States, it is possible to identify the preference for TS in the moving pictures industries, especially in Hollywood. The terms are organically evolving in concomitance with the society they are inserted in (GAMBARATO, 2013, p. 83).⁵

De acordo com Fechine (2013), transmídia e transmidiação “foram adquirindo tamanho grau de generalização que passaram a se confundir com noções mais amplas de convergências de mídias ou cultura participativa, que são precondições para a emergência do fenômeno que nos interessa circunscrever” (FECHINE; 2013: 22). A autora define transmidiação como

Um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente de convergência (FECHINE, 2013, p. 26).

Além de associar a múltiplas plataformas, a autora também relaciona o termo a “uma ação estratégica de comunicação oriunda de um destinador-produtor geralmente identificado” (p. 25). Mais adiante, Fechine (2009) descreve como “um projeto de produção de conteúdo associado a um determinado planejamento estratégico” (p. 25).

Gambarato, Alzamora e Tarcia (2016) também lembram que a narrativa transmídia não consiste simplesmente em transbordar o mesmo conteúdo em diferentes plataformas. “Media coverage involves specific editorial planning in each media institution” (GAMBARATO, ALZAMORA e TARCIA, 2016, p. 1448)⁶

Outra particularidade relacionada à narrativa transmídia é que, para Fechine (2013), são iniciativas localizadas no âmbito dos conglomerados midiáticos, que possuem interesses cruzados no cinema, na TV aberta e a cabo, em jornais e revistas, no mercado editorial e em outros meios digitais (2013, p.25).

NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO

Inicialmente concebida na ficção, a narrativa transmídia migrou para outras esferas midiáticas.

⁵ Existem diferenças entre os discursos de país para país e as preferências podem também variar dependendo do setor da indústria de mídia. Por exemplo, transmídia (TS) é preferido no Brasil, em detrimento dos meios de comunicação, nos contextos profissionais e acadêmicos. Nos Estados Unidos, é possível identificar a preferência por TS nas imagens em movimento, especialmente, em Hollywood. Os termos vão organicamente evoluindo em concomitância com a sociedade onde estão inseridos.

⁶ A cobertura de mídia envolve planejamento editorial específico em cada instituição de mídia.

Even though the concept of transmedia storytelling was originally conceived in the context of fiction, several scholars, such as Moloney (2011), have investigated to what degree transmedia storytelling could also characterize contemporary journalism, which constructs a narrative that creates various entry platforms and involves different audience segments. (GAMBARATO, ALZAMORA e TARCIA, 2016, p. 1447).⁷

O pesquisador Sam Ford (2007), ao observar o uso crescente de conteúdos transmídias, sugeriu a possibilidade de aplicação ao jornalismo. Para o autor, o foco de uma notícia, utilizando a convergência de mídias, seria a de informar de maneira abrangente, ou seja, fazendo uso de múltiplas plataformas de modo a facilitar a compreensão do assunto.

The purpose of a transmedia news story is to inform the readers in the best way possible, and using a combination of media forms to do so makes sense in a world where such partnerships across content platforms is becoming more plausible and where Internet publishing provides the means by which one can put together a package of text, audio, video, and pictures into an overarching coverage package. (FORD, 2007, online).⁸

Diante dessa perspectiva conceitual, pode-se inferir que as possibilidades transmídias ampliaram o universo informacional do jornalismo. Renó e Vivar (2012) caracterizam o jornalismo transmídia como “uma forma de linguagem jornalística que contempla diferentes mídias, com várias linguagens e narrativas de vários meios de comunicação e inúmeros usuários” (RENÓ e VIVAR, 2012, 82).

Sobre a multiplicidade de meios e a participação do público, Scolari (2011) reforça:

¿Podemos incluir al relato informativo en el estudio del “transmedia storytelling”? Podría decirse que el periodismo cumple las dos condiciones que caracterizan a las narrativas crossmedia: estamos en presencia de una historia que se cuenta a través de varios medios (web, RSS, blogs, radio, televisión, prensa impresa, etc.) y a su vez está enriquecido con los aportes

⁷ O conceito de narrativa transmedia foi originalmente concebido no contexto de ficção, vários estudiosos, como Moloney (2011), têm investigado até que ponto a narrativa transmídia poderia também caracterizar o jornalismo contemporâneo, que constrói uma narrativa que cria várias plataformas de entrada e envolve diferentes segmentos de audiência.

⁸ A finalidade de uma notícia transmídia é informar os leitores da melhor maneira possível e usar uma combinação de mídias, isso faz sentido em um mundo onde tais parcerias com plataformas de conteúdos estão se tornando mais plausíveis e onde a publicação na internet fornece os meios pelo qual se pode reunir um pacote de texto, áudio, vídeo e imagens em um pacote abrangente de cobertura.

de los usuarios (blogs, comentarios, tweets, llamadas telefónicas, cartas al editor, etc.). (SCOLARI, 2011, online).⁹

Curiosamente, os termos *crossmedia* e *transmídia* parecem ser usados por Scolari (2011) como sinônimos. No entanto, essa equivalência talvez não seja a mais apropriada, pois o primeiro tem, basicamente, por conceito a utilização de diversos meios para divulgação de uma mesma história, apenas adaptando a mensagem a um formato específico para cada mídia. (RENÓ; RENÓ, 2013).

Na narrativa *crossmidiática*, como Martins (2011) se refere ao termo, "o diálogo acontece entre as mídias - aspecto tecnológico - e não entre os conteúdos, como na narrativa *transmidiática*" (MARTINS, 2011, p. 19, apud ARAÚJO, 2014, p. 92). Diferente da concepção de *transmídia*, a estratégia *crossmedia* não requer que haja conteúdo novo relacionado ao tema ou interação do público.

Transpondo as diferenças entre *crossmedia* e *transmídia*, de maneira geral, a narrativa *transmídia* no jornalismo é conceituada considerando a multiplicidade de mídias e a expansão de conteúdos, conforme também é possível observar na definição de Flores e Porto (2012):

El Periodismo Transmedia es que viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje. Por tanto, se adoptan recursos audiovisuales, interactivos y de movilidad y su difusión a partir de distintos medios, como los blogs y las redes sociales. (FLORES e PORTO, 2012, p. 16).¹⁰

No caso específico do telejornal, a narrativa transmitida pelo mesmo já não é única e nem suficiente para manter o público informado. Além da transmissão televisiva, as emissoras utilizam as redes sociais digitais para distribuição de conteúdo. ARAÚJO (2014) confirma essa questão

⁹ Podemos incluir o relato informativo ao estudo da "transmedia storytelling"? Pode-se dizer que o jornalismo cumpre as condições que caracterizam as narrativas *crossmídia*: estamos na presença de uma história que se conta através de várias mídias (web, RSS, blogs, rádio, televisão, jornal impresso, etc.) e, por sua vez, é enriquecido com as contribuições dos usuários (blogs, comentários, tweets, chamadas telefônicas, cartas ao editor, etc.).

¹⁰ O Jornalismo *Transmídia* vem a ser uma forma de linguagem jornalística que contempla, ao mesmo tempo, diferentes mídias, com diferentes linguagens e narrativas de muitos meios de comunicação dirigidos a diferentes usuários e tudo graças à interatividade da mensagem. Portanto, se adotam recursos audiovisuais, interativos e de mobilidade e sua difusão a partir de diferentes meios, como blogs e redes sociais.

Como resposta, as empresas jornalísticas seguem um caminho que visa não apenas ocupar mídias distintas, mas integrá-las por meio da articulação de conteúdos. No caso da TV, como já se disse, passa-se a disponibilizar conteúdos *online*, mas faz-se isso através de portais que também produzem conteúdos próprios, de modo que cada meio se torna um ponto de contato para “convidar” o público a consumir também o outro. (ARAÚJO, 2014, p. 90)

Uma dificuldade que o jornalismo possui em relação à ficção é a instantaneidade das notícias. O grande desafio da narrativa transmídia, nesse contexto, é trabalhar uma informação em diversas mídias contando com uma equipe reduzida de profissionais, sem contar com a pressão de estar sempre publicando novas notícias.

O formato notícia costuma estar relacionado ao ciclo de produção jornalística de 24 horas, no qual o curto espaço de tempo para apuração, redação e edição do conteúdo, para alguns, seria impeditivo de um planejamento mais adequado para a produção de conteúdos que sejam complementares e que proporcionem aprofundamento. A partir desse ponto de vista, a reportagem seria o formato mais adequado para este fim. (ARAÚJO, 2014, p. 94)

Diante das limitações das redações de jornais, Flores e Porto (2012) também apontam a reportagem como o formato mais adequado para compor uma narrativa transmídia no jornalismo, “a essência da narrativa transmídia está no campo das reportagens, por sua riqueza de conteúdos e de construção narrativa, assim como no que diz respeito ao tempo de produção deste gênero, que possibilita uma melhor arquitetura textual” (FLORES e PORTO, 2012, p. 16).

Fontoura, Nunes e Pase (2012) trazem à tona a mesma questão, “(...) um jornalismo legitimamente transmídia precisa ser pensado do início como tal. Este planejamento intenso e a demanda de tempo e recursos tornam muito difícil a implementação de narrativa transmidiática no jornalismo diário (...)” (FONTOURA, NUNES e PASE, 2012, p. 70).

Moloney (2011) reforça que, em muitos casos, os veículos de comunicação apenas divulgam o mesmo conteúdo em outras mídias, sem alterar a informação e sem adaptar a linguagem à mídia utilizada.

Though convergence journalism is “multimedia” in that it makes use of multiple media delivery technologies, I argue it is not transmedia. In most examples of digital journalism so far, the same content is simply repurposed for a new medium. The public gains no added value from reading or viewing the same

story in another form, and neither writing nor production changes to reflect the differing users of those media. (MOLONEY, 2011, p. 50).¹¹

Persina Júnior (2010) também aponta que o conceito transmídia no jornalismo, na maioria, é utilizado de forma inadequada.

O difícil, ainda, é visualizar este jornalismo transmidiático na prática, já que o que se vê, na maioria das vezes, são os modelos de veículos analógicos sendo transplantados para o meio digital. Isso não facilita em nada a missão de se buscar um jornalismo que transponha os limites de um veículo para se fazer presente em vários deles, com conteúdos complementares (PERNISA JÚNIOR, 2010, p.4).

MÉTODOS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para definir o que seria uma narrativa transmídia, ao longo do tempo teve início o processo de caracterização de conteúdos, com intuito de evidenciar o tipo de estratégia utilizada para captar os consumidores. Jenkins (2009), Moloney (2011), Gambarato (2013) e Fachine (2013) apresentam algumas proposições.

Jenkins (2009) foi o primeiro a elencar os princípios fundamentais que cercam uma narrativa transmídia e até hoje essa categorização serve de base para muitos estudos na área de comunicação, conforme Tabela 1.

Tabela 1: Sete princípios da narrativa transmídia

Princípio	Conceito
Potencial de compartilhamento X Profundidade	Capacidade que o conteúdo tem de ser compartilhado versus a capacidade do espectador de explorar profundamente o conteúdo que prende sua atenção.
Continuidade X Multiplicidades	Manutenção da coerência em todas as extensões de conteúdo versus a criação de versões alternativas dos personagens ou de universos paralelos relacionados à história.

¹¹ Embora o jornalismo de convergência seja "multimídia" na medida em que utiliza múltiplas tecnologias de entrega de mídia, eu argumento que ele não é transmídia. Na maioria dos exemplos de jornalismo digital, até agora, o mesmo conteúdo é simplesmente reaproveitado para um novo meio. O público não ganha nenhum valor agregado em ler ou ver a mesma história de outra forma, e nem a escrita nem a produção mudam para refletir os diferentes usuários desses meios.

Princípio	Conceito
Imersão X Extração	Entrada do espectador no universo da história (ex.: parques) versus utilização por parte dos fãs de aspectos da história como itens do dia-a-dia (ex.: produtos da loja do parque).
Construção de mundos	Utilização de extensões transmídias, não diretamente relacionadas à narrativa, que enriquecem o universo da narrativa principal, levando os fãs a catalogar e capturar elementos díspares.
Serialidade	Divisão da narrativa transmídia, que antes se restringia em pequenos pedaços dentro de uma única história, agora se espalhou para utilização de várias mídias.
Subjetividade	Extrapolando o conflito central através de novos olhares, como os de personagens secundários, levando os fãs a considerarem mais cuidadosamente quem está contando a história.
Performance	Leva os fãs a produzir performances que podem se tornar parte da própria narrativa. Algumas performances são por convite do criador do conteúdo, mas nem sempre.

Fonte: Elaborado pela autora (2016) com base em Jenkins (2009).

Diante do levantamento realizado por Jenkins (2009), associado à indústria de entretenimento, Moloney (2011) afirma que os sete princípios da narrativa transmídia podem ser implementados no contexto jornalístico. De acordo com o autor, embora todos os princípios ainda não tenham sido utilizados juntos em uma única história, redações já estão utilizando um princípio ou outro.

Para exemplificar, Moloney sugeriu um quadro com a intenção de discutir a narrativa transmídia aplicada a conteúdos jornalísticos, de acordo com a Tabela 2.

Tabela 2: Aplicabilidade dos princípios das narrativas transmídias ao jornalismo

Princípio	Conceito
Distribuível	Embora a adesão da narrativa transmídia não tenha sido rápida, o jornalismo não deixou de considerar os aspectos da comunicação em rede e hoje está presente em quase todas as produções jornalísticas.
Explorável	No contexto das normas do jornalismo, a capacidade de perfuração é melhor realizada por meio de hiperlink direcionando para informações dentro e fora das próprias páginas da organização.

Princípio	Conceito
Continuidade e Serialidade	A continuidade no jornalismo está relacionada à abordagem editorial e estilo, não importando o meio de entrega, uma história "contínua" mantém a história e o caráter coesos.
Diversidade e de pontos de vista pessoais	A diversidade de mídia é condição importante para a qualidade da narrativa transmídia. Com isso, o jornalismo pode alcançar públicos diferenciados e mantê-los engajados.
Imersão	A ideia principal é a participação do público, proporcionando acesso às imagens e aos sons que acompanham a notícia. Com o avanço da tecnologia, há uma possibilidade ainda maior de imersão mais profunda, permitindo que o público sinta a cena por si mesmo.
Extração	A ideia de que a informação jornalística modifica as ações cotidianas e envolve a comunidade. A lição que o público tirar acerca da matéria deve coincidir com os ideais do veículo de comunicação.
Construção em mundos reais	No jornalismo, as histórias devem existir veridicamente. Dessa forma, construir mundos no jornalismo está mais relacionado a explorar as histórias de forma cada vez mais esclarecedora, de modo a facilitar o entendimento do público.
Inspiração à ação	O jornalismo pode inspira o público à ação contando histórias convincentes sobre pessoas, em vez de usar estatísticas. A matéria também pode fornecer uma saída para a ação que pode realmente ajudar o público.

Fonte: Elaborado pela autora (2016) com base em Moloney (2011).

Nessa mesma perspectiva, Fachine (2013) resolveu ir além e caracterizar as estratégias e os tipos de conteúdos transmídia na teledramaturgia brasileira. Para isso, utilizou como ponto de partida, a caracterização do conteúdo veiculado nas redes sociais e na internet como estratégias de propagação e extensão, conforme a Tabela 3. A autora propõe que as categorias ali apontadas sejam testadas na análise de produções transmídias em outros campos de produção cultural (jornalismo, publicidade, cinema etc.).

A estratégia de propagação, sugerida por Fachine et al. (2013), dividi-se em conteúdos reformatados e informativos, que visam repercutir os conteúdos já divulgados na TV em outras mídias. Os conteúdos reformatados oferecem informações já divulgadas na televisão, com algumas variações, e são identificados como antecipação, uma espécie de teaser do que será veiculado na TV; como recuperação, quando possibilita ao consumidor que resgatar o material não visto no texto de referência; e

como remixagem, quando ressignificam algum conteúdo, tendo, geralmente, um viés cômico.

Segundo Fachine (2013), os conteúdos informativos disponibilizam ao espectador informações adicionais relacionadas ao apresentado na televisão para auxiliar na compreensão do universo da telenovela. No estudo, os conteúdos informativos são divididos em contextuais, que trazem informações novas como, por exemplo, um fato histórico, que aprofunda o conhecimento do consumidor em relação ao tema; e os promocionais, que oferecem ao “destinatário-consumidor” um conhecimento sobre os bastidores, com intuito de gerar mais interesse nesse universo.

A estratégia de expansão, de acordo com Fachine (2013), desdobra o universo narrativo, estimulando o consumidor a “entrar no jogo” e é dividida em conteúdos de extensão textual e lúdica. O primeiro complementa, estende o conteúdo da TV, podendo ser suprimida sem que haja prejuízo ao texto de referência, dividindo-se em extensões narrativas e diegéticas. As extensões narrativas nada mais é que o prolongamento da própria narrativa, por exemplo, a série *Os Normais* saiu da TV e virou filme. Trata-se de desdobramentos a partir do programa principal; nas extensões diegéticas, conteúdo adicionais são incorporados à narrativa, sem que interfira no encadeamento da narrativa. São elementos como a criação de blogs, diários dos personagens da telenovela, sites de empresas fictícias.

Já o conteúdo de extensão lúdica, conforme Fachine (2013), referem-se exploram a imaginação dos consumidores, convidando-os a participar do universo ficcional, por exemplo, convidam os consumidores a aderirem a campanha na internet relacionada à novela. Os conteúdos de extensão lúdica se dividem em extensões vivenciais e de marca. O primeiro estimulava o espectador a participar do universo narrativo, permitindo envolvimento direto e ativo, a partir de enquetes, jogos, campanhas etc.; e o segundo se refere a disponibilização de materiais promocionais gratuitos, como papéis de parede, protetores de tela. A utilização manifesta a filiação clara do “destinatário-consumidor” com a telenovela, nesse caso.

Tabela 3: Estratégias e conteúdos transmídias

Estratégias	Conteúdos	
PROPAGAÇÃO	Conteúdos reformatados	Antecipação
		Recuperação
		Remixagem
	Conteúdos informativos	Contextuais
		Promocionais
EXPANSÃO	Conteúdos de extensão textual	Extensões narrativas
		Extensões diegéticas
	Conteúdos de extensão lúdica	Extensões vivenciais
		Extensões de marca

Fonte: http://especial.globouniversidade.redeglobo.globo.com/livros/ficcao_televisiva.pdf

Por fim, Gambarato (2013) apresentou um modelo analítico de projeto transmídia. Para ajudar na identificação e até na construção de projetos transmídias, ao lado dos dez princípios elencados, foram listadas perguntas sobre cada tema, como detalhado na Tabela 4.

Tabela 4: Modelo analítico de projeto transmídia

Princípio	Questões a serem considerada
Premissa e propósito	Qual é o projeto? Qual é o núcleo do projeto? É uma ficção, uma não-ficção ou um projeto misto? Qual é o seu propósito fundamental? É para entreter, para ensinar ou para informar? É para comercializar um produto?
Narrativa	Quais são os elementos narrativos (como trama, tema, personagens, etc) do projeto? Qual seria o resumo de seu enredo? Qual é o prazo da história? Quais são os principais eventos ou desafios oferecidos pela narrativa? O projeto utiliza elementos de jogos? O projeto envolve ganhar ou perder? Quais são as estratégias para expandir a narrativa? É possível identificar textos intermediários na história?
Construção do mundo	Quando a história ocorre? Qual é o mundo central onde o projeto é definido? É um mundo fictício, mundo real ou uma mistura de ambos? Como é apresentado geograficamente? Como o mundo olha? Que desafios, perigos ou prazeres são inerentes a este mundo? A história é grande o suficiente para expansões de suporte?
Personagens	Quem são os personagens principais e secundários da história? O projeto tem alguma Spin-offs? Em caso afirmativo, quem são os Spin-offs 'protagonistas'? O público pode ser considerado um personagem também? Existem personagem não jogável/manipulável neste projeto? Em caso afirmativo, quem são eles e em que tipo de papel eles jogam (aliados, adversários, figuras auxiliares, etc.)?

Princípio	Questões a serem considerada
Extensões	Quantas extensões o projeto tem? São as extensões adaptações ou expansões da narração através de vários meios de comunicação? Cada extensão é canônica? Enriquece a história? Cada extensão mantém as características originais? Cada extensão responde perguntas deixadas anteriormente sem resposta? Cada extensão aumenta questões? As extensões abrem novas possibilidades de expansão? As extensões têm a capacidade de difundir o conteúdo e também fornecer a possibilidade para explorar a narrativa em profundidade?
Plataformas de mídia e gêneros	Que tipo de plataformas de mídia (filme, livro, quadrinhos, jogos etc.) estão envolvidos no projeto? Quais dispositivos (computador, jogo, console, tableta, telefone móvel, etc.) são exigidos pelo projeto? Como cada plataforma está participando e contribuindo para todo o projeto? Quais são suas funções no projeto? Quais são as características distintivas de cada plataforma de mídia? Identificar problemas que são específicos de cada meio. Cada meio é realmente relevante para o projeto? Qual é a estratégia de implantação para lançar as plataformas? Que gêneros (ação, aventura, detetive, ficção científica, fantasia e assim por diante) estão presentes no projeto?
Audiência e mercado	Qual é o público-alvo do projeto? Quem é o pretendido VUP (visualizador / usuário / player)? Que tipo de "espectadores" (em tempo real, reflexivo e navegacional) o projeto atrai? Que tipo de entretenimento o público-alvo gosta? Que tipo de tecnologia / dispositivos as pessoas deste grupo estão envolvidas? Por que este projeto os atrai? Existem outros projetos como esse? Eles conseguem alcançar seu propósito? Qual é o negócio do projeto modelo? Em termos de receita, foi o projeto bem sucedido? Por quê?
Envolvimento	Através de que ponto de vista (PoV) o VUP experimenta este mundo? Qual o papel do VUP neste projeto? Como o projeto mantém o VUP envolvido? Quais são os mecanismos de interação neste projeto? Existe também participação dos envolvidos no projeto? Se sim, como pode o VUP participar? O projeto funciona como cultural Atrator/ativador? Como o VUP afeta o resultado? O que eles acrescentam no mundo da história? Existem UGC relacionadas à história (paródias, recapitulações, comunidades de fãs etc.)? O projeto oferece ao VUP a possibilidade de imersão no mundo da história? Existe um objetivo importante que o VUP está tentando realizar no projeto? O que fará com que o VUP gaste tempo realizando esse objetivo? O que acrescenta tensão à experiência? Há algum tipo de relógio? Existe um sistema de recompensas e penalidades?
Estrutura	Quando a transmídiação teve início? É possível identificar qualquer consequência para o projeto causado pelo fato de que isso é uma ação pró-ativa ou retroativa a narrativa transmídia? Este projeto está mais próximo de uma franquia ¹² , um portmanteau ¹³ ou de uma complexa experiência transmedia? Cada extensão pode funcionar como um ponto de entrada

¹² Diferentes histórias da mesma história espalham-se por várias plataformas de mídia.

¹³ Expansão de uma única história em diferentes mídias.

	independente para história? Quais são / foram possíveis pontos de extremidade do projeto? Como o projeto está estruturado? Quais são as principais unidades de organização? Como poderia em um mapa do mundo a história ser apresentada?
Estética	Que tipos de imagens estão sendo usadas (animação, vídeo, gráficos ou uma mistura) no projeto? O visual geral é realista ou um ambiente de fantasia? É possível identificar os estilos de design específicos projeto? Como funciona o áudio nesse projeto? Existe som ambiente (chuva, vento, ruídos de tráfego etc.), efeitos sonoros, música, e assim por diante?

Fonte: Elaborado pela autora (2016) com base em Gambarato (2013).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No total, foram levantadas 19 obras, entre livros, artigos, dissertações e teses da área de comunicação. Os autores mais citados foram Jenkins (2003), pela sua importância no cenário da narrativa transmídia, seguido por Moloney (2011) e Sam Ford (2007), que aplicaram a narrativa transmídia ao jornalismo, e também Fachine (2013) e Gambarato (2013), em função da categorização de conteúdo apresentada pelas autoras.

De maneira geral, a narrativa transmídia, dentro e fora do jornalismo, apresenta uma harmonia em relação à conceituação. Os temas comuns são múltiplas plataformas, expansão de conteúdo, participação do usuário e ação integrada ou planejamento estratégico. A abordagem é bastante linear, não apresentando disparidades entre os autores.

Em relação ao levantamento de métodos de análise, percebe-se que a categorização específica para o jornalismo é proposta por Moloney (2011). No entanto, o modelo analítico de projeto transmídia de Gambarato (2013) pode ser aplicado para todo tipo de ação transmídia, sendo, portanto, aplicável a obras jornalísticas, assim como a categorização de Fachine (2013), que, segundo a própria autora, pode ser testada em produções do jornalismo, cinema e outras.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. **Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo**. Brazilian Journalism Research, volume 8, número 1, 2012. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/401/370>. Acesso em: 15 fev. 2017.

ARAÚJO, Yuri Borges de. **Jornalismo e narrativas transmídias**: a reportagem no contexto da convergência. Dissertação (mestrado estudos da mídia). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal/RN, 2014.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

FECHINE, Yvana et al. Como pensar conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo (org). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 19-60.

FLORES, Jesús e PORTO, Denis. **Periodismo transmedia**. Madrid: Editorial Fragua, 2012.

FRANÇA, Vera. A televisão porosa – traços e tendências. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em transição**: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FONTOURA, Marcelo Crispim da; NUNES, Ana Cecília Bisso; PASE, André. **Um tema e muitos caminhos**: a comunicação transmidiática no jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, vol. 8, nº 1, 2012. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/387/0>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

GAMBARATO, R. R.. **Transmedia project design**: Theoretical and analytical considerations. 2013. Disponível em: <<http://publications.tlu.ee/index.php/bsmr/article/view/153>>. Acesso em 28 fev. 2017.

GAMBARATO, R. R.; ALZAMORA, G. C.; TARCIA, L.. **Russian News Coverage of the 2014 Sochi Winter Olympic Games**: A Transmedia Analysis. *International Journal of Communication Systems (Online)*, v. 10, p. 1446-1469, 2016. Disponível em: <<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/4126/1600>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª ed. São Paulo, Aleph, 2009 (a).

_____. **Transmedia Storytelling**: moving characters from books to filmes to video games can make them stronger and more compelling. 2003. Disponível em: <http://www.technologyreview.com.br/printer_friendly_article.aspx?id=13052>. Acesso em: 09 nov. 2016.

MOLONEY, Kevin T. **Porting transmedia storytelling to journalism**, 2011. Disponível em: <http://www.colorado.edu/journalism/photojournalism/Transmedia_Journalism.pdf>. Acesso em 3 abr. 2012.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **Jornalismo Transmidiático ou Multimídia?** Trabalho apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Caxias do Sul, RS, 2010. *Revista Interin*. v. 10, n. 2, 2010. Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/download/35/28>> Acesso em: 15 fev. 2017.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas transmedia** – Cuando todos os medios cuentan. Barcelona: Planeta de Libros, 2013.

_____. **Transmídia**: além da ficção. 2011. Disponível em: <<https://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytelling-mas-alla-de-la-ficcion/>>. Acesso em: 10 nov. 2016.