



## **(In)conclusões sobre a narrativa transmídia no jornalismo: sobre o que pode ser e o que se deseja<sup>1</sup>**

Talita Rampazzo DINIZ<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **Resumo**

O conceito de narrativa transmídia de Henry Jenkins (2008) está sendo utilizado amplamente nos estudos de comunicação, principalmente por autores que trabalham com objetos do audiovisual. No jornalismo, caso seja considerada a ideia de que as principais práticas dessa profissão consistem na elaboração de narrativas, observa-se a validade de discutir o conceito, posicionando-o a partir das especificidades dessas produções. Esse trabalho pretende discutir a narrativa transmídia com questionamentos e reflexões sobre como ela pode ser utilizada no jornalismo. Por enquanto, tanto profissionais quanto pesquisadores concordam sobre a viabilidade disso dadas as características do jornalismo atual, aberto à participação do público e convergente em conteúdo e em mídias.

### **Palavras-chave**

Narrativa transmídia; Jornalismo; Participação; Convergência.

### **1. Introdução**

A figura clássica do jornalista que acompanha os acontecimentos relevantes de um local para contá-los aos membros de uma sociedade, continua valendo mesmo com todas as revoluções da tecnologia e, por conseguinte, da técnica, alardeadas ao longo do século XX e neste começo do século XXI. Apesar desse ofício não ser nem um pouco simples, a principal função do jornalismo, a de narrar os fatos selecionados para serem de conhecimento público, continua mantida e, dentre as várias definições da profissão, é uma das que possui maior validade e menos discordâncias.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao DT 1 Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, vinculada à linha de pesquisa Mídia e Linguagem. Participa do Grupo de Trabalho TV em Transição (<http://tvemtransicao.blogspot.com/>). E-mail: talitarampazzo@gmail.com.



O posicionamento acima não recusa a opinião de que as formas de narrar no jornalismo são extremamente variadas, apesar da tentativa dos professores nas universidades e das próprias empresas de comunicação de utilizarem modelos com base nos quais a redação dos textos deve ser feita, dependendo dos efeitos que se pretenda alcançar. São conhecidos os exemplos de como produzir aberturas de reportagens, por exemplo, de modo a ressaltar as características físicas de um ambiente, revelar a perspectiva subjetiva de uma testemunha ou fazer um suspense daquilo que se narra com o objetivo de provocar um clímax. Essas são somente algumas entre tantas outras possibilidades de manusear palavras e ordenar períodos.

No caso do jornalismo, estratégias diferenciadas para contar os fatos foram sendo incorporadas tendo como parâmetros também os tipos de mídias utilizadas. O surgimento dos variados meios de comunicação exige padrões diferenciados de como narrar um mesmo fato. Se a afirmação anterior não desperta nenhuma novidade, a utilização de várias mídias ao mesmo tempo, no fenômeno contemporaneamente denominado por narrativa transmídia (*transmedia storytelling*), tal como Henry Jenkins (2008) propõe, está atraindo a atenção tanto de profissionais do mercado quanto de estudiosos, embora ainda sejam poucos os trabalhos orientados com essa finalidade específica na academia.

Portanto, o interesse desse texto é discutir sobre a possibilidade de se incluírem várias mídias de forma planejada na prática jornalística com o objetivo narrar um acontecimento. Baseado na concordância de que uma narrativa pode ser desenvolvida em diferentes plataformas, o conceito de transmidiação, uma prática também derivada da participação e da colaboração do público, necessita ser abordado a partir de suas possibilidades de utilização nessa atividade específica da comunicação.

Se ainda há muita variação de como a narrativa transmídia pode ser compreendida, no jornalismo ela carece ainda mais de cuidado para não se tornar um termo usado indistintamente para caracterizar coisas bastante diferenciadas entre si, pois, sob o argumento de várias mídias conectadas, cabem experiências incapazes de serem associadas a uma mesma categoria. Por outro lado, deve-se observar o que diferencia uma narrativa transmídia de um exemplo de convergência de conteúdos, como o que já está sendo praticado e testado por boa parte dos grandes conglomerados de informação nos últimos anos.



## 2. Alguns consensos sobre a narrativa transmídia

O uso do termo narrativa transmídia (*transmedia storytelling*) na atualidade, em geral, faz remissão a Henry Jenkins (2008)<sup>3</sup> e à abordagem feita por ele no livro *Cultura da Convergência*. Em toda a obra, ele se utiliza de objetos, principalmente da ficção, para relatar como uma história pode ser apropriada pelo público de modos diferenciados a partir do que é disponibilizado nas mídias e de quais são as possibilidades de participar da narrativa. Como está explícito no próprio termo, para que uma narrativa transmídia exista é necessária a utilização de mais de uma mídia, existindo quase sempre a combinação entre os meios de comunicação de massa do tipo *broadcasting* com as novas mídias. Cada meio utilizado para contar a história deve complementar todos os outros de tal forma que é comum dizer que a soma de conteúdos em cada um dos meios é menor que o seu funcionamento organizado na transmidiação.

A organização de uma narrativa transmídia deve começar com a definição de quais informações são essenciais para serem veiculadas pela nave-mãe, uma metáfora de Jenkins e de seus seguidores para explicar que há um eixo central a partir do qual a história é contada e através da qual são feitas as interconexões com outras mídias. Nesse pensamento, considera-se que a nave-mãe deve conter partes essenciais da narrativa, pois, é importante considerar que nem todas as pessoas farão uso de todas as mídias disponíveis. Por isso, o produtor de conteúdos deve ter a preocupação de definir informações essenciais para a narrativa e identificar em termos de planejamento estratégico quais os desdobramentos podem ser desenvolvidos em outras plataformas. A lógica é oferecer materiais exclusivos da narrativa para uma parte do público que não se contentará em simplesmente acompanhar a história da nave-mãe contada por uma série televisiva ou por um filme no cinema, por exemplo.

Para atender às demandas de uma audiência cada vez mais atuante, podem ser criados blogs com histórias de bastidores; perfis de personagens nas redes sociais; histórias em quadrinhos explorando as narrativas secundárias da mídia principal; livros com a continuação da história narrada na nave-mãe; *games*; ARGs; entre outras estratégias. A bem dizer, em uma narrativa transmídia não há qualquer tipo de restrição

---

<sup>3</sup> Conhecido por ter feito parte do grupo de estudo de mídia comparada no *Massachusetts Institut of Technology* (MIT), ele está atualmente vinculado a Universidade do Sul da Califórnia. Ele colabora com trabalhos e consultorias desenvolvidas pelo *The Alchemists*, que no Brasil possui clientes como TV Globo.



ao tipo de mídia a ser utilizada, de onde se entende que podem existir ações virtuais, reais, individuais ou coletivas. Tudo vai depender de como cada coisa será integrada à narrativa principal e às demais mídias utilizadas.

Como pode ser verificado, o comportamento dos fãs, fisgados por uma boa história, existe juntamente com as possibilidades de se compartilhar as impressões sobre ela e, mais além, de ser obter informações extras ou mais aprofundadas em outras plataformas. Vale salientar que vários dos exemplos de narrativa transmídia descritos por Jenkins (2008) não partiram apenas do planejamento dos produtores, mas de pessoas que tinham sido fisgadas por uma narrativa. Por isso, em muitos casos um produto transmídia não foi originalmente pensado pelos profissionais de comunicação. De tão fanáticas por uma história, foram as próprias pessoas, então somente consumidoras da cultura de massa, que vislumbraram a possibilidade de continuarem a contar uma história em boa parte auxiliadas pelas mídias sociais. São reconhecidos os exemplos de Star Wars e, mais recentemente, Matrix, Harry Potter, Lost e Heroes só para citar alguns.

O fenômeno da narrativa transmídia, que parece ter surgido meio por acaso, ou como uma consequência natural da sociedade em rede, mediante o sucesso de algumas histórias, passou a ser visto por muitas empresas como uma alternativa de recuperar o público, principalmente quando se observa que os meios de comunicação *standard*, como televisão, rádio e veículos impressos, estão perdendo espaço para as novas mídias. Assim, a concepção de estratégias integradas para que cada meio desempenhe uma função na narrativa serviria para atrair um público jovem acostumado a lidar com a diversidade de plataformas disponíveis.

De acordo com Pratter (2011), no guia prático de como executar uma narrativa transmídia, essa maneira de contar uma história deve ser pensada a partir de um quebra-cabeça, que somente produz sentido se as peças forem encaixadas perfeitamente. Isso funciona não para dizer que todas as peças precisam ser encaixadas, mas para justificar que cada uma delas possui um espaço e um tempo exato para ser conectada a uma ou mais peças. O mesmo autor define que a *transmídia storytelling* possui seis elementos: a história, a experiência, a audiência, as plataformas, o modelo de negócio e a execução. Todos devem andar juntos e se reforçarem mutuamente para que tenham os resultados esperados. Em geral, é compartilhada a noção de que a história teria mais prevalência sobre os demais elementos.



A inclusão do público nisso tudo vai depender de como ele se sente envolvido na narrativa, o que produzirá efeitos como a fidelização da audiência, o desejo de buscar informações adicionais, a vontade de participar de alguma ação desenvolvida e de colaborar com ela. O mesmo Pratter (2011) faz uma distinção entre colaboração e participação, que merece ser trazida, pois será retomada no tópico posterior.

Colaboração é a mesma coisa que participação. Participação pode ser passiva (ler conteúdo adicional e explorar o mundo) ou ativa – votando, trocando, comentando, discutindo. Tweetando, entre outros. Colaboração é estar em contato direto com o mundo da história: escrevendo *fanfiction*, criando vídeos ou ilustrações. É fornecer um novo conteúdo, que você, como autor, está livre para aceitar ou recusar (PRATTER, 2011, p.70).

A percepção de qual o melhor momento para integrar uma mídia a outra e como fazer isso se assemelha às discussões sobre o hiperlink e, conseqüentemente sobre a interatividade, tal qual surgiu na computação, como um conteúdo que pode ser escolhido e acionado por um “botão” no tempo desejado pelo usuário (JENSEN, 1998). Embora a expressão *transmedia storytelling* só tenha sido cunhada posteriormente, muitas das reflexões sobre os hiperlinks fazem relações com esse tipo de contar histórias com auxílio de várias plataformas.

A justificativa disso parte da observação de que a redação e a leitura na internet trouxeram à tona reflexões sobre como articular as várias partes de um texto, cuja manifestação pode ocorrer com uma linguagem não-linear e também multimídia. Deve-se salientar que, para diversos autores, como Manovich (2001), apesar de a linguagem multimídia não possuir a necessidade de ser linear, o funcionamento dela continua ocorrendo dessa maneira, talvez, pelo condicionamento social de como ocorre a fruição de uma narrativa. Parâmetros necessários à execução do cinema moderno, como perspectiva, angulação, foco e granulação da imagem, continuam sendo replicados na produção digital, embora seja possível estabelecer parâmetros diferentes.

Vicente Gosciola (2003), ao refletir sobre como o roteiro deve ser tratado nas mídias interativas, aponta o link como o elemento central de suas preocupações para a elaboração de narrativas que exijam algum tipo de participação do público. Apesar de ele não falar de narrativa transmídia nesse livro – simplesmente porque esse termo não estava em voga quando a primeira edição do livro foi publicada ainda em 2001 – existe uma correlação mais do que evidente entre o link e as “peças” de uma narrativa



transmídia. Embora a linguagem hipermídia tenha sua origem calcada no desenvolvimento de softwares e hardwares robustos, o funcionamento deles permitiu novos modelos e produtos. Estes podem ser mais bem aproveitados pelo público em termos de interatividade se, desde o início, forem planejados desta forma pela equipe de roteiristas. “A ideia é que o link, juntamente com o conteúdo, é o estruturador da roteirização em ambiente hipermidiático desde que seja acessível e compreensível pelo usuário” (GOSCIOLA, p.219).

Na narrativa transmidiática, a apropriação da palavra link, muito mais do que a sua denominação, deve ser entendida em termos de sua função de estabelecer ligações entre os elementos das diversas páginas na web. Evidentemente, na narrativa transmídia essa também é uma das preocupações essenciais ainda que, talvez, seja necessária uma revisão na nomenclatura, pois o uso da palavra link é arraigado do contexto de produção para web. Por aqui, será suficiente entender a importância que é estabelecer os vínculos entre os conteúdos transmídias de uma mesma narrativa, uma vez que sem eles não há narrativa transmídia.

Outro ponto discutido sobre a narrativa transmídia é como ela se diferencia de um conteúdo multimídia, em que também há a preocupação em se dispor links para a navegação dos diferentes materiais disponíveis. De acordo com Pratter (2011), os desdobramentos de uma narrativa transmídia devem ser planejados separadamente, levando-se em consideração a experiência do público. A partir desse entendimento, existe um momento apropriado para deixar as partes de uma narrativa, apresentadas fora da mídia principal, acessíveis ao público. Essa preocupação não acontece na produção de conteúdos multimídia, em que todos os materiais produzidos devem estar acessíveis, cabendo ao usuário decidir os momentos de acessá-los.

Enquanto a narrativa multimídia tem como objetivo maior distribuir informações, a narrativa transmídia teria como foco de sua atenção a relação entre o conteúdo e os seus espectadores, ativos ou passivos. Dessa forma, o desenvolvimento de uma narrativa transmídia por profissionais da comunicação, atualmente, tem tido como uma dos maiores desafios definir as relações entre o conteúdo da mídia principal e os demais conteúdos transmídia. Para isso, um dos conselhos disseminados é que cada mídia envolvida nesse tipo de narrativa deve ser explorada ao máximo a partir de suas potencialidades, sem repetição de um mesmo conteúdo.

Quando a narrativa transmídia é pensada para ser executada no jornalismo, algumas das experiências com histórias ficcionais precisam ser revistas à luz das



características dessa atividade. Se por um lado parecem existir limitações - haja vista a disparidade de como tempo é sentido no universo ficcional e no jornalismo - para a introdução desse tipo de narrativa; por outro, o contexto de convergência de conteúdos e as propaladas atividades do jornalismo 2.0, ou 3.0 como sugerem alguns autores, podem ser entendidos como requisitos já cumpridos para o surgimento de narrativas transmídias no jornalismo.

### **3. A utilização da narrativa transmídia no jornalismo**

Em nenhum momento, Jenkins (2008) faz uso de alguma manifestação no jornalismo. Porém, como a cultura da convergência é uma consequência direta de outras manifestações que definem a sociedade atual, quais sejam convergência das mídias, inteligência coletiva e cultura participativa, torna-se evidente que a narrativa transmídia pode ser utilizada no jornalismo. Mauricio Mota, *chief storytelling officer* do *The Alchemists*, grupo que desenvolve produtos de narrativa transmídia para clientes como a TV Globo e que lançou o livro *Cultura da Convergência para o Brasil*, acredita que o jornalismo possui uma grande vocação para narrativas transmídias.

Durante o Seminário Transmídiação: as experiências no Brasil, ocorrido no Recife em parceria com o Globo Universidade e as pós-graduações dos programas de Informática e de Comunicação da UFPE, Maurício Mota emitiu a seguinte opinião<sup>4</sup>:

O jornalismo é mais poderoso, mais rápido de ter transmídia do que entretenimento. Eu fiz um workshop para a área de esportes da Globo. A gente ficou dois dias em um hotel para fazer essa imersão. O jornalismo tem uma audiência formada para ver notícia, conteúdo, coisa que o entretenimento não tem. Entretenimento tem que formar. Você faz uma novela são novos personagens. A matéria jornalística é parte das pessoas. Vou pegar o esporte. O Flamengo tem uma base de 35 milhões de pessoas que já conhecem a história, os personagens, como funciona. Jornalismo tem uma capacidade muito mais rápida de distribuição. É muito mais fácil na minha opinião. Tem mais facilidade do que pode ser feito com esse conteúdo. Pegando como exemplo, a novela tem que ser lançada, pensada, não tem uma audiência preparada. O consumo de conteúdo jornalístico é 24h. A novela tem horários na nave-mãe e pode se propagar 24h. O jornalismo está o tempo inteiro.

---

<sup>4</sup> Transcrição literal da resposta emitida por ele a partir do questionamento de uma das pessoas presentes na plateia sobre a transmídiação e o jornalismo. A opinião foi proferida na manhã do dia 11 de novembro de 2010, no auditório do Cin/UFPE. A transcrição da palestra foi feita pela autora deste trabalho para o Grupo de Trabalho TV em Transição (<http://tvemtransicao.blogspot.com/>).



A partir dessa opinião é permitido fazer algumas reflexões. A primeira coisa é o entendimento de que a formação de público, fundamental no funcionamento de uma narrativa transmídia, já existe no jornalismo. Para justificar isso, ele argumenta que pessoas que consomem jornalismo estão habituadas a fazê-lo com uma frequência regular tanto no jornalismo *hard news* quanto no jornalismo especializado. A segunda consideração, decorrente da primeira, parte da visão de que o jornalismo possui mais agilidade na distribuição da informação e a terceira e última apresenta como fator positivo o fato de que a produção jornalística para a nave-mãe do *transmedia storytelling* pode ocorrer 24h por dia sete dias por semana.

Não se pode negar a validade da opinião de Maurício Mota, entretanto, elas devem ser retomadas caso a caso. Embora o jornalismo em si, pensando-se em termos de procura por um determinado tipo de informação, possua um tipo de público formado no sentido de contar com uma audiência cativa, deve-se avaliar que cada cobertura jornalística desperta interesses variados no público. Deduzir que uma cobertura sobre o Flamengo possui um público potencial do tamanho de sua torcida é um pensamento válido, entretanto, isso não significa que a abordagem desse time de futebol em uma narrativa transmídia já nasce com sucesso garantido.

A escolha da nave-mãe nesse processo é uma decisão a ser tomada com cautela, principalmente pelos grandes grupos de comunicação, muito comuns no Brasil, que possuem a seu favor a produção de jornalismo para diferentes mídias, em geral, jornal impresso, televisão, rádio e internet. Por enquanto, há a impressão de a nave-mãe poder ser definida a partir dos números da audiência de cada mídia. Por isso, parece ser evidente aos olhos dos produtores que o desenvolvimento dela em uma mídia de massa poderia reforçar tanto o interesse das pessoas por uma mídia deste tipo como por todas as outras mídias utilizadas.

Deve-se pensar também quais temáticas podem servir para o planejamento e a execução de uma narrativa transmídia no jornalismo. O questionamento se um determinado assunto pode ser explorado em uma narrativa transmídia deve ser feito pensando-se, ao mesmo tempo, no acionamento de mídias que ela poderia permitir. Isso, no caso do jornalismo, provoca questionamentos sobre a duração da narrativa e a sua vinculação com um acontecimento real, pois, dependendo do assunto pautado pela narrativa transmidiática, ele terá um final, e até mesmo uma duração, pré-estabelecido pelo próprio acontecimento. Bem diferente de lidar com um mundo ficcional inventado





e moldado a partir da criatividade dos roteiristas, uma narrativa jornalística, qualquer que seja ela, não possuirá jamais a mesma liberdade.

Existem produções jornalísticas mais flexíveis para uma narrativa de maior duração e menos dependentes da ordem dos fatos. Elas podem ser pensadas tanto em função da particularidade dos gêneros quanto a partir do tempo de duração previsto de um evento ou, até mesmo, do tempo desejado para abordagem de um assunto. Na primeira condição, textos conhecidos por uma elaboração mais aprofundada são certamente os que menos inquietações provocariam se fossem organizados a partir de uma narrativa transmídia. Sem entrar em profundidade na discussão sobre a organização dos gêneros no jornalismo, a reportagem, principalmente aquela que é trabalhada como uma série especial, independentemente da mídia principal utilizada, é o gênero que mais facilmente poderia conter partes da narrativa em outras mídias.

Ao mesmo tempo, nem todos os tipos de cobertura aparentemente funcionariam em uma narrativa transmídia. Nesse sentido, antes de identificar essa forma de contar histórias no jornalismo somente levando-se em conta o uso de várias mídias é importante avaliar o porquê de ela ser desenvolvida dessa maneira, se é pela história contada, se é pela quantidade de informações disponíveis, se é pelo grande número de elementos entrelaçados à história, se é para mobilizar a atenção da população para uma campanha social, se para descobrir os hábitos da audiência, entre outras correlações.

Para Souza e Mielniczuk (2009), a revista *Época* é um exemplo de experiência inovadora pela iniciativa pioneira no jornalismo de criar um site, atualizado diariamente, mesmo com a revista sendo publicada semanalmente. De acordo com os pesquisadores, a convergência de conteúdos e a utilização de multiplataformas demonstram o quanto a revista merece ser observada.

A edição escolhida para ilustrar este artigo foi a do dia 1º de junho de 2009, por apresentar muito bem a diferença entre os conteúdos oferecidos na revista e no *site*, e pelo tratamento dispensado à reportagem “A ‘Disneylândia’ de Aécio Neves”, bem como a presença de uma entrevista elaborada por leitores. Nessa edição, dez matérias e/ou seções da revista impressa apresentaram conteúdos complementares no *site*, no celular ou no *Twitter*, e, por isso, podem ser consideradas tentativas de aplicação da narrativa transmidiática (SOUZA E MIELNICZUK, 2009, p.5).

Verifica-se que os dois autores também identificam como ponto chave da narrativa transmídia a incorporação de aberturas na narrativa principal ou, como eles se



referem, de marcas que orientem os “caminhos de transição” entre as mídias utilizadas. São listados como exemplos de ações o uso do *twitter*, de blogs, de celulares e até de *newsletters*. Apresenta-se também a reportagem “A ‘Disneylândia’ de Aécio Neves”, em que algumas informações só foram reveladas na edição impressa e outras apenas na cobertura do site. Em suas conclusões, os pesquisadores foram cautelosos em considerar que os exemplos apresentados poderiam ser interpretados como uma tentativa de aplicação de narrativa transmídia.

Deve-se salientar que, apesar de serem poucas as produções brasileiras sobre esse assunto, os pesquisadores que estão lidando com o assunto concordam com a possibilidade de a narrativa transmídia ser utilizada no jornalismo, como é o caso de Denis Porto Renó<sup>5</sup> e Pernisa Júnior (2010). Na opinião deste último, o que deve ser preservado na produção com esse caráter é a estruturação em “mônada aberta” com o objetivo de reforçar o jornalismo em rede. Nessa visão, as conexões entre os conteúdos ocorreriam menos a partir de modelos comerciais e mais a partir das possibilidades de entrelaçamentos em que não somente a internet estaria envolvida, mas uma variedade de mídias.

Assim, acredita-se que, hoje, o *jornalismo multimídia* ou *transmidiático* ainda é algo que se deve tratar no âmbito do conceito, com o cuidado de não se restringir as suas potencialidades, ao mesmo tempo em que se deve cultivá-lo, sempre com a perspectiva da experimentação, que vai além do que está, de certa forma, programado, e busca novos caminhos a cada dia (PERNISA JÚNIOR, 2010, p.11).

Recentemente, em 10 de abril, Carlos C. Scolari (2011)<sup>6</sup> publicou um texto no blog dele no qual expunha um posicionamento semelhante ao levantado até aqui. Para o autor espanhol, é chegado o momento de expandir a perspectiva analítica sobre a narrativa transmídia, retirando o seu eixo central apenas da ficção de modo a incorporar outras tipologias discursivas, como o discurso publicitário e o jornalístico, passando pelo político e pelo documental. Tudo isso seria possível graças a predominância cada vez maior do narrativo. No que concerne ao jornalismo, demonstrações do jornalismo

---

<sup>5</sup> A informação foi retirada a partir do resumo, indisponível na internet, do trabalho “A blogosfera como espaço para estudos para reportagens transmídias”. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewabstrac.php?id=645&cf=20>>. Acesso em: 1 maio 2011. A opinião também está explícita no blog espanhol, no endereço: <<http://comunepersoal.wordpress.com/2011/04/13/narrativa-transmidia-mudancas-importantes-no-jornalismo/>>.



3.0 e do jornalismo cidadão apontariam uma excelente combinação entre redes e tecnologias capazes de criar novos relatos informativos e ainda expandir e controlar as informações criadas por outros.

#### **4. Considerações iniciais sobre a narrativa transmídia no jornalismo**

Ao longo do texto, houve a tentativa de mostrar as condições de existência de uma narrativa transmídia e como ela pode ser inserida nas produções jornalísticas. Como se percebe, a inserção desses modos de narrar no jornalismo, ainda que não tenha sido identificado nenhum exemplo de grande porte, parece ser aceita pelos profissionais e pesquisadores. Foi demonstrado que as condições essenciais para esse tipo de produção já existem e precisam ser aproveitadas. Talvez, essa prática não esteja ocorrendo por causa de fatores, como desconhecimento e dúvidas sobre como desenvolver uma narrativa jornalística transmídia. Tudo isso ainda sendo reforçada pela impressão de que haverá um aumento de custos aliado a uma maior demanda para profissionais já sobrecarregados.

As dificuldades em torno de como realizar a narrativa transmídia no jornalismo só poderão ser eliminadas se houver a compreensão de que ela já pode ser executada e, caso isso seja bem feito, poderá significar uma diminuição de custos e de tempo, pois em vez de todas as mídias serem supridas com as mesmas informações, como ocorre em muitos casos na atualidade, eles serão selecionadas de acordo com a necessidade da narrativa. Uma consideração final a ser feita é que a execução de uma narrativa transmídia no jornalismo deve ser pensada, tendo sempre como base o interesse que ela despertará no público.

Se considerarmos as práticas do jornalismo colaborativo ou jornalismo cidadão, verificamos o quanto o público já está interagindo com o conteúdo. No caso da narrativa transmídia, a qualidade dessa interação pode ser aumentada no sentido, pois o uso de cada mídia é planejado de acordo com uma finalidade específico. Em uma leitura otimista isso é capaz de trazer coberturas de qualidade no jornalismo, ao passo em que pode atrair novos leitores. Para que isso seja possível, deve-se verificar mais detalhadamente algumas das orientações levantadas por aqui no que diz respeito aos gêneros que podem ser utilizados, os tipos de link a serem estabelecidos entre as mídias e as aberturas concedidas a participação do público. Enfim, se tudo isso for pensado em



termos de estratégias, sem dúvidas, os produtos pensados a partir dessa finalidade se diferenciarão dos exemplos que existem hoje.

### Referências Bibliográficas

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para novas mídias: do cinema às mídias interativas**. 3 ed. São Paulo: Senac, 2003.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENSEN, Jens F. **Interactivity**. Tracking a new concept in media and communication studies. In: Nordicom Review, vol. 19, 1998. Disponível em: [http://www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/38\\_jensen.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/38_jensen.pdf). Acesso em: 15 abr.2011.

MANOVICH, Lev. **The Language of new media**. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

SCOLARI, Carlos S. **Transmedia storytelling: más allá de la ficción**. Disponível em: <http://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytelling-mas-alla-de-la-ficcion/>. Acesso em: 20 abr. 2011.

SOUZA, Maurício Dias. MIELNICZUK, Luciana. **Aspectos da narrativa transmidiática no jornalismo da Revista Época**. Revista Comunicação e Inovação, 2009, São Caetano do Sul. Disponível em: < [http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/947/770](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/947/770)>. Disponível em: 1 maio 2011.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **Jornalismo transmidiático ou multimídia?**. In: Intercom, 2010, Caxias do Sul. Anais eletrônicos. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1472-1.pdf>. Acesso em: 28 abr.2011.

PRATTER, Robert. **Getting started in transmedia storytelling**. 2011. E-book: Kindle Store, 2001. Disponível em: < <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>>. Acesso em: 25 abr. 2011.