

A NARRATIVA TRANSMÍDIA COMO ESTRATÉGIA DE INCENTIVO À LEITURA

Elisa Cristina Delfini Corrêa*

RESUMO: Artigo que discute a narrativa transmídia como estratégia para incentivo ao hábito de ler. Traz o conceito de narrativa transmídia, que consiste na técnica de contar histórias utilizando-se de diferentes mídias para desenvolvê-la e distribuí-la, segundo apresenta Jenkins (2009). Relata exemplos e possibilidades de sua aplicação em diferentes áreas, enfatizando seu uso na Educação, como forma de incentivo à leitura. Conclui enfatizando as vantagens e benefícios sociais no uso dessa técnica para atrair crianças, jovens e adultos ao mundo da leitura no atual contexto da sociedade conectada.

PALAVRAS-CHAVE: Narrativa transmídia. Leitura. Incentivo à leitura.

Narrar histórias é uma prática que acompanha o homem desde o início da sua vida em sociedade. Desde as comunidades mais primitivas, as histórias contadas de pais para filhos tornaram vivas e ajudaram a preservar a cultura e a identidade dos povos. As imagens nas cavernas, que correspondem aos primeiros registros da comunicação escrita entre os seres humanos, já deixaram evidentes relatos da atividade do homem primitivo, contando e preservando suas histórias de caça e descobertas até os dias de hoje. Nessas sociedades, o contador de histórias possuía um importante papel social, pois detinha as experiências e a sabedoria de sua época, trabalhando com a construção oral coletiva, que se fundamentava na identidade cultural do seu povo.

Séculos depois, contar histórias permanece ainda uma atividade presente em todo o mundo e é considerada uma ferramenta bem-sucedida de incentivo à leitura. São muitas as pesquisas que apontam para os benefícios da contação de histórias para crianças, adolescentes, jovens e adultos, cooperando para o bem-estar físico e emocional dos ouvintes. Dentre os principais benefícios, fica evidenciada principalmente a sua capacidade de instigar as pessoas a adentrarem o mágico universo dos livros e assim ampliar sua visão de mundo, contribuindo para o crescimento individual e inclusão social.

* Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Imeio: elisacorrea61@gmail.com



A simplicidade do momento em que alguém se dispõe a ler um trecho de uma pequena história já traz em si um encantamento capaz de despertar no ouvinte a sua criatividade, levando-o a sentir o desejo de experimentar mais e conquistar sua autonomia nessa busca. Ramos (2011, p.27) destaca o valor dessa interação, afirmando que, “no caso da experiência da contação de história, as palavras proferidas pelo contador são como linhas desenhadas pelo ar. Enquanto o contador liberta as palavras presas no texto, o ouvinte, leitor indireto do texto narrado, vai criando e interpretando os desenhos, adentrando-se em um mundo mágico e tornando-se co-autor da história”.

Por outro lado, contar bem uma história exige do contador todo um “pacote” de técnicas e habilidades, de modo a construir um cenário que o conduzirá à performance ideal para atingir o sucesso desejado. Nas comunidades mais antigas e, talvez, ainda hoje nas mais afastadas da chamada civilização, as histórias eram contadas em um cenário especial que representava uma espécie de ritual, onde, por exemplo, todos se assentavam ao redor de uma fogueira à noite, criando, assim, o clima ideal para a contação.

Além disso, há a necessidade de uma postura corporal e de voz, por parte do contador, que seja capaz de chamar e prender a atenção dos ouvintes durante a história. Para isso, pode-se recorrer também ao uso de objetos, figuras e sons. Contar histórias, portanto, “é arte performática, na qual se busca compartilhar vivências através da voz, do corpo e dos gestos” (SCHERMACK, 2012, p. 4).

Artefatos diversos também são úteis nessa performance: um chapéu, um fantoche, ou qualquer outro objeto “misterioso”, são poderosos instrumentos na hora de ilustrar o texto narrado.

Assim, observa-se que, para narrar uma história, utiliza-se um conjunto de artefatos que dão vida ao texto e levam os ouvintes a interagir e mergulhar no universo apresentado pelo contador. Todos esses aparatos são, na verdade, recursos utilizados a fim de potencializar a história, de modo a aumentar ainda

mais o poder de imaginação e a criatividade tanto de quem a conta, quanto de quem a ouve.

Os contadores de história do século XXI possuem ao alcance das mãos recursos nunca antes imaginados, aliando as tecnologias e mídias atuais à arte de envolver e interagir com seu público. Schermack (2012, p. 8) afirma que:

A contação de histórias, no início do século XXI, envolve um encontro entre a narração oral tradicional e o suporte digital, na medida em que a tecnologia informatizada (a luz da tela do computador) traz a necessidade do uso de novos suportes para concretizar uma das artes mais antigas: a contação de histórias. A facilidade com que os jovens manipulam o computador sugere que se considere a linguagem do meio digital (como, por exemplo, os hipertextos, as imagens coloridas, músicas, vídeos, etc) como um instrumento importante no contexto educacional, principalmente para a formação de leitores críticos.

Levando em consideração a facilidade de uso de ferramentas tecnológicas por crianças, adolescentes e jovens, bem como toda a consequente capacidade de interação que este público possui nesse ambiente, é necessário unir o tradicional e o digital à atividade de narrar histórias, a fim de torná-las um instrumento ainda mais poderoso na formação de leitores no contexto atual.

Trata-se, portanto, de proporcionar uma convergência entre as mídias conhecidas, oportunizando um caminho ainda mais instigante e participativo para o mundo do encantamento e do conhecimento que advém de uma história bem contada.

Nesse contexto de convergência, surge a **narrativa transmídia**, como modalidade de contação de histórias que, aproveitando diferentes canais nos quais estas se desenvolvem, oportuniza e potencializa a participação de todos em um ambiente interativo.

Para entender melhor esse conceito e refletir sobre sua potencial contribuição para o desenvolvimento do gosto pela leitura, este texto pretende introduzir a definição de narrativa transmídia, discutindo como essa estratégia pode ser

utilizada a fim de impulsionar a formação de leitores, apresentando, para isso, alguns exemplos práticos de sua utilização.

Narrativa Transmídia: o que é

Segundo Gosciola e Versuti (2012), o termo narrativa transmídia ainda está em construção, embora em fase conclusiva:

Como conceito, a narrativa transmídia vem se definindo aos poucos e está bem próxima de sua conclusão. Mas os primeiros usos do termo são muito significativos (Gosciola, 2011). Aparece primeiramente como trans-media composition (Welsh, 1995, p.97) definido pelo compositor e instrumentista Stuart Saunders Smith, para a peça Return and Recall de 1976, como uma composição em que melodia, harmonia e ritmo diferentes de cada instrumento são novamente compostos por cada executor, que complementaria a obra em coerente harmonia e sincronia com os outros instrumentistas/compositores da peça (Sauer, 2009).

O conceito transmídia foi introduzido como objeto de estudos no campo da comunicação através da publicação de um livro¹ em que o termo “transmedia intertextuality” indicava a criação de um sistema de entretenimento no qual crianças experimentavam “a ampliação narrativa de uma história ao assistir à série de desenhos na TV, brincar com os brinquedos e ao assistir a um filme no cinema das mesmas personagens” (GOSCIOLA; VERSUTI, 2012).

Contudo, o termo **narrativa transmídia** recebe sua primeira definição no artigo *Transmedia Storytelling*, de autoria de Henry Jenkins (2003). No texto, Jenkins afirma que o futuro do entretenimento comercial estaria na capacidade de movimentar as histórias e seus personagens em uma narrativa que pudesse convergir livros, jogos e filmes, fazendo fluir o seu conteúdo através de múltiplas plataformas.

O autor afirma que essa convergência se faz necessária em um contexto social no qual o computador é parte integrante do dia a dia de boa parte da população mundial e cujo público leitor assume características diferenciadas:

¹ Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles, de autoria de Marsha Kinder.

Os consumidores mais jovens tornaram-se caçadores e coletores de informação, possuem prazer em rastrear as origens das personagens e pontos da trama e fazer conexões entre textos diferentes dentro da mesma franquia. E, além disso, todas as evidências sugerem que os computadores não anulam outros meios de comunicação, em vez disso, os proprietários de computador consomem, em média, significativamente mais televisão, filmes, CDs, e mídia relacionadas do que a população em geral. (JENKINS, 2003, p.1).

Nesse contexto, surge o conceito de narrativa transmídia apresentado por Jenkins, unindo as diferentes mídias disponíveis a fim de contar uma grande história através de um novo modelo de co-criação que utiliza o potencial único de cada uma das diferentes mídias:

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor para que a história possa ser introduzida num filme, expandida através de televisão, romances e quadrinhos, e seu mundo pode ser explorado e experimentado também através de jogo. Cada entrada da franquia precisa ser bastante auto-suficiente para permitir o consumo autônomo. Ou seja, você não precisa ter visto o filme para desfrutar do jogo e vice-versa. (JENKINS, 2003, p. 2)

O texto de Jenkins é voltado a uma perspectiva comercial da indústria de entretenimento, porém a idéia de contar uma história através de múltiplas mídias possui a especial vantagem de ampliar o leque do público, princípio que também pode ser aplicado à contação de histórias de maneira geral:

A leitura através da mídia sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. [...] Tal abordagem multifacetada para contar histórias vai permitir um modo mais sofisticado, complexo, e gratificante de fazer surgir a narrativa para além das limitações de entretenimento comercial. Mas isso também faz sentido economicamente falando. Diferentes meios para atrair diferentes nichos de mercado. Filmes e programas de televisão, provavelmente possui audiência mais diversificada do que quadrinhos e jogos. Uma boa franquia transmídia atrai um público mais amplo, lançando o conteúdo de forma diferente em diferentes mídias. Se cada trabalho individualmente oferece novas experiências, então um mercado transmídia irá expandir o potencial bruto dentro de qualquer mídia individual. (JENKINS, 2003, p. 3).

Em sua obra *Cultura da Convergência* (2009), Jenkins explora a franquia *Matrix*² como exemplo de narrativa transmídia que, segundo o autor, “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 de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo” (JENKINS, 2009, p. 49).

Nesse universo, os “consumidores” da narrativa (que possuem as características descritas acima) participam “perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão *online*, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica” (JENKINS, 2009, p. 49).

Sobre a franquia *Matrix*, Jenkins afirma que nunca antes o consumidor de filmes havia sido tão exigido. Já o pré-anúncio do primeiro filme lançou a provocativa pergunta “O que é *Matrix*”, instigando o público a buscar respostas na Internet, levando-o a utilizar uma mídia diferente logo no primeiro contato. Durante as sequências, os cineastas “plantaram pistas que só farão sentido quando jogarmos o game. Abordam uma história paralela, revelada por uma série de curtas de animação que precisam ser baixadas da web e vistas num DVD separado. Os fãs saíram correndo dos cinemas, pasmos e confusos, e se plugaram nas listas de discussão na Internet, onde cada detalhe era dissecado e cada interpretação possível, debatida (JENKINS, 2009, P. 137).

O conceito de narrativa transmídia é redefinido no livro de 2009, onde o autor acrescenta a possibilidade do “leitor” experimentar a história também através de uma atração num parque de diversões e explica a autonomia que existe em cada um dos acessos à franquia: “cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game e vice-versa. Cada produto

² A franquia *Matrix* refere-se a uma trilogia de filmes cinematográficos cuja história, de ficção científica, na qual o mundo real, na verdade, é apenas uma ilusão criada e comandada por uma central artificial e inteligente que controla os seres humanos. A franquia consta de 3 filmes (*Matrix*, *Matrix Reloaded* e *Matrix Revolution*), 9 desenhos animados (*Animatrix*) e um game (*Enter the Matrix*). Fonte: Wikipedia

determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo” (JENKINS, 2009, p. 138).

Desta forma, o autor afirma que *Matrix* é um entretenimento criado para a era da convergência, pois trata-se de uma história ampla demais para ser contida em uma única mídia e, por isso, utiliza-se de diferentes textos espalhados em diferentes canais. Trata-se também de entretenimento para a era da inteligência coletiva, citando Pierre Lèvy em sua tese de que a diferença entre autores e leitores, produtores e espectadores, criadores e intérpretes seria dissolvida nesse novo contexto social.

Jenkins concorda que poucas franquias (ou talvez nenhuma ainda) já atingiram o potencial estético da narrativa transmídia. O fato de *Matrix* utilizar essa estratégia não significa necessariamente que tenha sido perfeitamente aproveitada em cada canal e como um todo. Por outro lado, também conclui que ainda não existem bons critérios estéticos para avaliar essas histórias e que, por isso, ainda trata-se de um campo de muitas incertezas, especialmente porque ainda não são muitas as experiências conhecidas.

Por este motivo, também faz-se necessário deixar claro que nem todos os tipos de narrativas que utilizam mídias diferentes podem ser consideradas transmidiáticas. Por ser um conceito bastante recente e ainda em construção, é comum encontrar alguns supostos usos da estratégia que, na verdade, não correspondem exatamente às idéias acima descritas.

Portanto, narrativa transmídia não é, em primeiro lugar, narrativa **multimídia**. Contar uma história utilizando textos, imagens e sons utilizando, porém, um mesmo canal, não representa absolutamente uma narrativa transmídia. Nesta, existe uma dispersão de conteúdos em diferentes plataformas, completando uma grande história.

Em segundo lugar, também não é narrativa **crossmídia**. Esta representa geralmente um projeto publicitário que divulga uma mesma história em diferentes

plataformas. O termo vem do inglês *cross*, que significa “cruzar” ou “atravessar” a mídia, referindo-se ao fato de utilizar mais de uma mídia para levar o conteúdo, que “é distribuído através de diferentes mídias (o meio) para atingir o público (o receptor). Mas tudo isso acontece sem que a mensagem tenha qualquer alteração de um meio para outro. O sentido básico desse termo é que uma pessoa possa acessar o mesmo conteúdo por diferentes meios” (ALTERMANN, 2013).

Para Altermann, o termo *transmedia* (que também vem do inglês) significa “além da mídia, ou seja, o conteúdo sobressai a mídia” (ALTERMANN, 2013). O autor faz uma analogia com a narração de um jogo de futebol, deixando bem claras as diferenças entre os dois tipos de narrativa:

TRANSMÍDIA	CROSSMEDIA
<ul style="list-style-type: none"> • O jogo é transmitido na TV, no rádio e na internet; • Na TV, o jogo é transmitido ao vivo com narração do comentarista; • No rádio, são transmitidos os bastidores do jogo, como entrevista com torcedores, ex-jogadores, etc.; • Na internet, a pessoa pode conferir todas as substituições, cartões, gols, ver <i>replays</i>, históricos de partidas de ambos os times, etc; • Resumo: Os meios, juntos, fortalecem uns aos outros e complementam a sua mensagem. 	<ul style="list-style-type: none"> • O jogo é transmitido na TV, no rádio e na internet; • Na TV, o jogo é transmitido ao vivo com narração do comentarista; • No rádio, o jogo é transmitido ao vivo com narração do comentarista; • Na internet, o jogo é transmitido ao vivo com narração do comentarista; • Resumo: Os meios, juntos, levam o conteúdo ao máximo de pessoas.

Fonte: Blog Midiatismo, 2013

Algumas profissões, como o jornalismo, por exemplo, utilizam princípios da narrativa transmídia para a transmissão de notícias a partir de diferentes canais. O conceito é aplicável à prática do jornalismo, que, em sua concepção mais básica, refere-se ao ato de contar histórias. Por isso, a narrativa transmídia tem chamado a atenção dos jornalistas que vêm incorporando aspectos dessa técnica em sua atuação profissional, especialmente chamando o público em geral à participação, o qual envia vídeos ou fotos que complementam o conteúdo a partir de seus celulares ou equipamentos similares.

No entanto, por ser muito recente e ainda carente de melhor entendimento, é muito provável que esse conceito nem sempre seja aplicado da maneira mais próxima à da proposta apresentada por Jenkins. A principal razão para isso é que é discutível o fato de que o jornalismo, de maneira geral, possua o real entendimento da narrativa transmídia enquanto processo estratégico de construir e difundir uma determinada história a partir de diferentes mídias e de forma colaborativa, o que fica praticamente inviável no caso dos “furos” jornalísticos, por exemplo.

O traço mais marcante da narrativa transmídia reside na utilização de diferentes mídias na construção e distribuição de uma história (ou um fato jornalístico), onde os conteúdos, por sua vez, convergem todos para a mídia principal, nas palavras de Jenkins, a “nave mãe” (NAVARRO, 2010, p.12). No entanto, é preciso que sejam feitas duas considerações: em primeiro lugar, o uso de mídias nessa técnica (ou estratégia) não se refere apenas às mídias digitais. O simples fato de usar diferentes plataformas como Twitter, Facebook ou outras “redes sociais” da Internet não exprime o sentido mais amplo do conceito. Em sua essência, a narrativa transmídia faz convergir igualmente a mídia televisiva, radiofônica, cinematográfica e impressa, além das mídias digitais.

O segundo aspecto a ser considerado refere-se à dinâmica pela qual se constrói uma narrativa transmídia a partir de seis elementos distintos: a história, a experiência, a audiência, as plataformas, o modelo de negócio e a execução

(PRATTER, 2011³). Isto equivale a dizer que é necessário haver um planejamento que parta desde a escolha da história que deverá ser contada, das mídias que serão utilizadas e dos níveis desejados de participação do público. Portanto, assim como o simples uso de diferentes mídias sociais não caracteriza a narrativa transmídia na totalidade de sua concepção, o mesmo pode ser dito sobre o simples fato de haver uma participação espontânea ou solicitada do público em colaborar com a história, com o envio de imagens, por exemplo.

Para Alzamora e Tércia (2012, p.31), um jornalismo transmidiático pressupõe “não apenas complementaridade midiática, embora esta seja uma característica relevante do processo, mas principalmente deslocamento das características tradicionalmente marcadas pelos ambientes midiáticos”. Como exemplos, são citados o jornalismo de imersão e os *news games*⁴.

Desta forma, discute-se se o conceito de narrativa transmídia pode ou não ser considerado o mais adequado para o tipo de jornalismo 2.0 praticado comumente. Alzamora e Tércia levantam essa questão e citam outros autores que apontam essa reflexão:

Pernisa Júnior (2010) considera difícil visualizar a prática do Jornalismo Transmidiático. Para este autor, o que se vê, na maioria das vezes, são modelos de veículos analógicos sendo transportados para o meio digital. Ele defende o pensamento de Jenkins como base conceitual, porém ressalta a necessidade de não se prender ao conceito, uma vez que toda a sua teoria está baseada no mundo do entretenimento e do marketing. O autor enxerga o Jornalismo Transmidiático como uma proposta conceitual, que deve ser vista a partir do ponto de vista da experimentação e não de uma realidade já consumada.

³ 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.

⁴ A ideia fundamental do Jornalismo Imersivo seria permitir ao participante entrar em um cenário representativo da história, criado virtualmente⁷. A perspectiva da participação ativa do usuário na construção da narrativa e a possibilidade de compartilhá-la em mídias sociais são, nesse caso, aspectos relevantes em sua caracterização como experimento transmídia.(Alzamora e Tércia, 2012, p. 31)

A partir de toda conceituação necessária feita até aqui, somos conduzidos agora à reflexão sobre as possibilidades de uso dessa narrativa como estratégia de incentivo à leitura, o que será feito a seguir.

Narrativa Transmídia e o gosto pela leitura

O que fica claro sobre a narrativa transmídia é que ela tem como base uma grande história, contada através de diferentes mídias que são aproveitadas ao máximo em sua potencialidade, e cujo valor é agregado também a partir da participação do público interessado.

Sendo assim, a primeira e mais evidente contribuição para o incentivo à leitura é conduzir o “ouvinte” à condição de caçador de partes da história a diferentes canais. Assim, o interessado em buscar a informação, é levado a ler os livros, assistir os filmes e a jogar os games (como no caso do *Matrix*). Isso por si só já serve como incentivo a diferentes caminhos para a leitura, diversificando os canais e instigando a curiosidade e a criatividade.

Desde atividades simples que podem ser realizadas dentro de uma sala de aula comum, unindo filmes e livros, por exemplo, com criatividade e dedicação por parte do educador, é possível criar uma espécie de “caça à história”, envolvendo as estratégias da narrativa transmídia, levando os alunos a diferentes espaços da escola, como bibliotecas, quadras de esportes e outros locais, a fim de construir a história com a participação dos alunos.

No entanto, contar uma história com essas características exige planejamento. É preciso pensar as mídias a serem utilizadas, distribuir seu conteúdo e conduzir o público a buscar a informação e o entendimento da história em cada canal, a fim de construir um diálogo transmidiático capaz de retornar à história original abrigada na “nave-mãe” (mídia principal).

Este recurso é viável e pode ser aproveitado, por exemplo, na Educação, na Psicologia, na Biblioteconomia ou em qualquer área que considere a contação de história como atividade profissional.

Na área da Educação, Falcão (2011) afirma que a narrativa transmídia deve ser utilizada como instrumento de mediação pedagógica, sendo “um elemento catalisador no relacionamento entre professor e aluno, servindo como instrumento de mediação pedagógica. Isso se deve ao fato de as narrativas transmídia se basearem em colaborativismo, participação, criação coletiva e expressão em diferentes formatos, linguagens e canais guiados por uma narrativa central”.

Uma das formas de fazer essa conexão é através dos processos de *fanfictions*, que são narrativas criadas por fãs a partir de um universo fictício já existente, como Harry Potter, por exemplo. Uma experiência realizada por um grupo português que trabalha com os conceitos de REA (Recurso Educacional Aberto), relatada por Gosciola e Versuti (2012), sugeriu a seguinte estratégia:

com dispositivos móveis conectados à internet sem fio e monitorados por GPS, poderá ser o ponto de partida para a reconstrução imaginária de uma Hogwarts School of Witchcraft and Wizardry, na própria escola a ser aplicado o projeto. Os conhecimentos dos alunos, tanto da sua escola quanto da história de Harry Potter, se mesclariam. É uma oportunidade de integração das disciplinas aos repertórios externos à escola e aos recursos tecnológicos... Como atividade de coaprendizagem podemos propor aos alunos a redação de uma *fanfic* e sua extensão para um projeto transmídia sobre *Harry Potter*, de forma colaborativa, usando o google docs, por exemplo. E podemos solicitar que produzam um vídeo a partir de imagens dos personagens, editando-o de acordo com as novas versões da “estória” criada. Ainda podemos solicitar que recriem imagens licenciadas com Creative Commons de acordo com as *fanfics* criadas.⁵

Levar o aluno a participar da construção da história é um caminho eficiente para instigar o desejo de saber mais, de conhecer outras histórias, de penetrar no universo ficcional não apenas de forma passiva, mas assumindo características das personagens. Em tempos de *web 2.0*, todos somos chamados a assumir a co-autoria do material informativo que circula na Internet. Através das fan-fictions

⁵ http://oer.kmi.open.ac.uk/?page_id=428

isso não apenas é possível a crianças e adolescentes, como também oportuniza encontros criativos *off-line*, em feiras como a Comic Com, que acontece também no Brasil e reúne fãs de revistas em quadrinhos e séries de TV.⁶

Outra forma de utilizar a narrativa transmídia para incentivar a leitura é através da gamificação, que, apesar de tratar-se de uma estratégia amplamente utilizada em empresas para motivação de seus funcionários, também pode (e deve) ser aplicada à leitura. A gamificação de livros consiste na utilização de aplicativos para leitura de livros digitais, que auxiliam na compreensão da história e das ideias contidas, instigando os leitores através de desafios em jogos rápidos e divertidos ao final de cada capítulo.⁷ O uso desses aplicativos proporciona também a oportunidade da criação de comunidades de leitores que trocam suas experiências e compartilham anotações de suas leituras. Ou seja, uma espécie de “clube do livro digital”.

No Brasil, já existem experiências semelhantes disponíveis. A saga *Birka*, criada pela Editora Buqui (RS) conta, em cinco volumes, a história ficcional de um mundo controlado por regras extremamente rígidas de comportamento e do retorno de uma personagem que fora banida por questionar tais regras. Eis as vantagens e o objetivo desse tipo de publicação, segundo seus criadores⁸:

Para resgatar leitores que hoje estão em outras mídias e também para enriquecer a experiência do usuário a Editora Buqui inicia projeto inédito, no Rio Grande do Sul, de transmídia de livro para game [...] Também são selecionados os trechos da obra que podem agregar mais experiência ao jogador. O game vira um complemento do livro e as duas mídias se comunicam, para estimular a leitura.

⁶ <http://blogs.estadao.com.br/link/o-que-esperar-da-comic-con-brasileira/>

⁷ Como exemplo, cita-se o app Readsocial (Dopa Labs)
<http://www.quickdrops.com.br/2013/06/gamificacao-da-leitura.html>

⁸ <http://www.planetaempreendedor.com.br/?p=9228>

Ao contrário do que se possa pensar, apesar de atingir diretamente o público infanto-juvenil e jovem, as estratégias de gamificação também atingem uma parcela considerável de adultos⁹:

A mecânica de jogo não tem apelo somente para este grupo principal [Geração Y]. Muitos adultos têm se mostrado tão afiados quanto os jovens ao competir e divulgar seus resultados - princípios essenciais da gamificação. Nos Estados Unidos, 37% dos aficcionados por jogos eletrônicos têm mais de 35 anos. No Reino Unido e nos Estados Unidos, adultos que apreciam jogos com fortes elementos sociais são maioria dos jogadores em dispositivos móveis. Isso acontece devido ao predomínio crescente da mídia digital: nos Estados Unidos, a publicidade online já alcança a TV rapidamente e a previsão era de que superaria os anúncios impressos em 2012.

Essa estratégia já é utilizada em algumas bibliotecas, como a Biblioteca Pública de Nova York, que realizou uma noite inteira de jogos com adolescentes e jovens num evento chamado "Find the Future" (Encontre o futuro)¹⁰:

O game foi criado para incentivar os jovens a descobrirem seu próprio futuro, colocando-os cara a cara com objetos e livros relacionados a pessoas que fizeram uma diferença extraordinária no mundo", explica Jane no site do evento. Baseados em 100 objetos que "inspiraram a humanidade", os participantes selecionados vão ajudar a escrever "100 histórias que nunca foram contadas.

Segundo pesquisa realizada pela NPR¹¹, esse tipo de atividades em bibliotecas aumenta a permanência das pessoas nesse ambiente e a circulação de livros, em torno de 15 a 20%¹².

Considerações Finais

⁹ <http://www.accenture.com/br-pt/outlook/Pages/outlook-journal-2013-why-gamification-is-serious-business.aspx>

¹⁰ <http://www1.folha.uol.com.br/folhateen/899787-jovens-participam-de-game-noturno-na-biblioteca-de-nova-york.shtml>

¹¹ NPR (National Public Radio), Organização de mídia sem fins lucrativos da América.

¹² http://www.baixakijogos.com.br/noticias/games-em-bibliotecas-podem-incentivar-a-leitura-diz-pesquisa_96925.htm

Os benefícios sociais da formação de leitores são indiscutíveis e no Brasil, especialmente, ainda existe uma imensa lacuna a ser preenchida nesse campo. A narrativa transmídia apresenta-se como uma alternativa viável de incentivo à leitura, unindo diferentes canais bastante difundidos e utilizados por crianças, jovens e adultos. Um campo ainda inexplorado e novo que, se levado com a seriedade que merece, pode trazer resultados bastante compensadores para uma transformação cultural necessária no país.

As ferramentas estão ao alcance das nossas mãos, possibilitando a formação não apenas de um leitor mais crítico e conectado, mas também, quiçá, em última instância, de um agente de mudança social.

THE TRANSMEDIA STORYTELLING AS A STRATEGY TO ENCOURAGE READING

ABSTRACT: Article that discuss transmedia storytelling as a strategy to encourage the habit of reading. Brings the concept of transmedia storytelling, which is the technique of telling stories using different medias to develop and distribute it, according to Jenkins (2009). Reports examples and possibilities of their application in different areas, emphasizing its use in education as a way to encourage reading. Concludes by emphasizing the advantages and social benefits in using this technique to attract children, youth and adults to the world of reading in the current context of the connected society.

KEY-WORDS: Transmedia storytelling. Reading. Habit of Reading.

Referências

ALTERMANN, D. **Vamos entender a diferença entre crossmedia e transmídia.** Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/o-marketing-digital/vamos-entender-a-diferenca-entre-crossmedia-e-transmidia-cirandablogs>>. Acesso em: 07 fev. 2014

ALZAMORA, G.; TÁRCIA, L. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 8, n. 1, 2012. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/401/370>>.

FALCÃO, B. **A narrativa transmídia como instrumento de mediação pedagógica:** o papel do professor no contexto das novas tecnologias. Blog Professora Bárbara Falcão, mai. 2011. Disponível em: <<http://professorabarbarafalcao.wordpress.com/2011/05/31/a-narrativa-transmidia-como-instrumento-de-mediacao-pedagogica-o-papel-do-professor-no-contexto-das-novas-tecnologias/>>.

GOSCIOLA, V. ; VERSUTI, A. (2012). Narrativa transmídia e sua potencialidade na educação aberta. In: OKADA, A. (Ed.) (2012) **Open Educational Resources**

and Social Networks: Co-Learning and Professional Development.

London: Scholio Educational Research & Publishing. Disponível em:
<http://oer.kmi.open.ac.uk/?page_id=428>. Acesso em: 06 fev.2014.

JENKINS, H. Transmedia storytelling. **MIT Technology Review**. Disponível em:
<<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>>.
Acesso em: 05 fev.2014.

_____. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

NAVARRO, V. Sites of convergence: an interview with Henry Jenkins.
Contracampo, Niterói, n. 21, ago. 2010. Disponível em:
<<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/77/57>>. Acesso em:
05 fev.2014

PRATTER, R. **Getting started in transmedia storytelling**. 2011. E-book: Kindle
Store, 2001. Disponível em: < <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>>. Acesso em: 08 fev. 2014.

RAMOS, Ana Claudia. **Contação de histórias**: um caminho para a formação de
leitores? Dissertação Mestrado em Educação, Universidade Estadual de Londrina,
2011. Disponível em:
<http://www.uel.br/pos/mestrededu/images/stories/downloads/dissertacoes/2011/2011_-_RAMOS_Ana_Claudia.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2014.

SCHERMACK, Keila de Quadros. A contação de histórias como arte performática
na era digital: convivência em mundos de encantamento. In: CONGRESSO
INTERNACIONAL DE LEITURA E LITERATURA INFANTIL E JUVENIL, 3.,
FORUM LATINO AMERICANO DE PESQUISADORES DE LEITURA, 2. Porto
Alegre, 2012. **Anais...** Porto Alegre, Edipucrs, 2012. Disponível em:
<<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/anais/IIICILLIJ/Trabalhos/Trabalhos/S10/keilaschermack.pdf>>. Acesso em: 04 fev. 2014.

Texto recebido em: 17/10/2014.

Texto aceito em: 16/12/2014.