

NARRATIVA TRANSMÍDIA

travessia entre Comunicação e Letras¹

TRANSMEDIA STORYTELLING: CROSSING BETWEEN MEDIA STUDIES AND LITERATURE STUDIES

Ana Cláudia Munari Domingos²
Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)

RESUMO

A convergência de mídias e a prática de transmídia são os motes da vez a unir profissionais das áreas de Publicidade e Propaganda, Cinema e Televisão e ainda os interessados em entretenimento e tecnologia. A transposição de histórias entre diferentes suportes, agora plataformas, é uma atividade que remonta à Bíblia e às narrativas religiosas e que já conheceu conotações diferentes, desde a intertextualidade até a pós-produção. A produção na internet criou novas formas e uma nova linguagem: a hipermídia. A convergência entre as instâncias de produção, mediação e recepção no ciberespaço configura um novo sistema cultural, que invoca a criação de mitos e artes próprias: a hipercultura. Este artigo pretende discutir as implicações desse novo sistema “inter” mídias, agentes, artes e culturas.

PALAVRAS-CHAVE

Narrativa transmídia, Jenkins, transmidiático, transmidialidade, crossmídia

Nenhuma mídia vai ganhar a batalha
para nossos ouvidos e olhos.

Henry Jenkins

As possibilidades de transposição de narrativas entre mídias sempre estiveram, no campo de visão teórico-crítico dos pesquisadores em Letras, na perspectiva da relação entre textos. Na Teoria da Literatura, as relações transtextuais, na medida dos apontamentos de Julia Kristeva e Gerard Genette, por exemplo, eram não apenas um meio de explicar as espécies de interação entre as obras, como, talvez principalmente, uma forma de não deixar esmorecer as bordas e a própria identidade daquilo que é o objeto do campo da Letras: o texto verbal. Na área de Literatura Comparada, âmbito do encontro das artes, o texto centralizava, como o nome da

¹ Artigo escrito a partir de trabalho apresentado no III Congresso Internacional de Leitura e Literatura Infantil e Juvenil, em 2012.

² anamunari@terra.com.br

própria disciplina aponta, o eixo de observação – o hipotexto por natureza, antecedente, se não no tempo, como eterna fonte para todas as narrativas humanas. O texto verbal escrito é o mito das artes.

E foi a partir das premissas transtextuais que focalizamos, nos idos de 2003, o fenômeno da escrita de *fanfictions*³ como uma relação entre hipo e hipertexto, no campo da Teoria da Literatura. Ao mesmo tempo, duas outras premissas foram invocadas: o teor crítico⁴ da *fanfiction*, com base nos apontamentos de Barthes,⁵ e a questão da mídia de produção, que permitia a escritura pelo compartilhamento de interpretações. Na primeira perspectiva de análise, havia um pequeno desvio em relação à observação da transtextualidade, que apontava para a resposta do leitor: diferentemente de tratar a intertextualidade como diálogo entre textos (ou entre vozes autorais), pensava-se a relação entre indeterminação e concretização – lacunas textuais e preenchimento do “escritor”,⁶ guiada pela Estética da Recepção, segundo a teoria de Wolfgang Iser.

No segundo caso, a questão envolvia inserir o fenômeno da produção de *fanfictions* na “cultura de convergência”,⁷ a partir daquilo que Henry Jenkins analisou como “cultura participatória” e “cultura de fã”, colocando a tese no campo da Comunicação Social. A partir da conclusão de que se apontava um viés um tanto canhestro para o campo de Letras, o interesse recaiu sobre a transformação do sistema literário a partir da hipermídia, enfoque que só agora e ainda pouco tem sido objeto de pesquisa. Uma mudança significativa no âmbito das relações entre mídias e agentes, tal como se mostrava a convergência, certamente influenciaria sobremaneira o campo da cultura, e, assim, a literatura somente poderia sobreviver como gênero à medida de sua afirmação como segmento da cultura.

Nos idos de 2001, Jenkins⁸ já entendia que a confluência entre velhas e novas mídias estava alterando o comportamento das empresas, o que significaria a mudança de comportamento também dos consumidores – ou vice-versa –, em sua relação com os meios de comunicação, e, conseqüentemente, na transformação da própria cultura – comparável, dizia ele, ao que ocorreu na Renascença. Daí em diante, a convergência passou a ser o eixo do pensamento de Jenkins: as mídias estariam por toda parte no futuro. Em 2006, ele falava então em “era da convergência”⁹

³ As *fanfictions* são narrativas digitais escritas por fãs, que “roubam” personagens, enredos e os mais diversos aspectos dos textos que leem, ampliando-os, recriando-os, transformando-os.

⁴ Em que é preciso tomar a crítica, naquele caso, como uma resposta algo interpretativa do leitor juvenil, configurando uma espécie de sistema literário juvenil, em que a crítica se dá por recriação, adaptação, versão etc. – em várias espécies de objetos produzidos pelas relações intertextos e intermídias.

⁵ BARTHES. *Crítica e verdade*.

⁶ “Aglutinação entre as palavras ‘escritor’ e ‘leitor’, termo que eu utilizo para designar o leitor que escreve a partir do texto que lê. O “escritor” abrange, assim, *fanficcions*, *fanartistas*, *blogueiros* e todos aqueles que escrevem ‘interpretando’ e/ou ‘intermediando’ textos, objetos de sua leitura. Ao mesmo tempo, ele pode ser, e geralmente é, um hiperleitor” (PELISOLI. *Do leitor invisível ao hiperleitor: uma teoria a partir de Harry Potter*, p. 54).

⁷ JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 46.

⁸ No artigo “Converge? I diverge”, ele anuncia: “as multimídias nunca vão unir-se numa supermídia” (JENKINS. *Converge? I diverge*, [s.p.], tradução minha). Para Jenkins, portanto, a convergência é uma multiplataforma, mas as mídias são independentes e mantêm suas características, assentadas nesse espaço. O prefixo “hiper” – de hipermídia, em vez de supermídia – traz uma conotação coerente, de superação como remediação, não como substituição.

⁹ No glossário de *Cultura da convergência*, Jenkins esclarece que convergência é um processo: “uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa” (p. 377). Por isso, ao fazer referência à hipermídia como produto da convergência, eu a aponto não apenas como confluência de mídias, linguagens, gêneros, mas também de agentes.

como uma situação assentada sobre três dimensões: convergência midiática, inteligência coletiva e cultura participatória. Era o momento em que a navegação no ciberespaço se transformava através das possibilidades da Web 2.0, que permitia outro nível de interferência hipertextual pelos usuários da internet, resultando na hiperídia – convergência de mídias, textos e suas linguagens e agentes de produção e recepção. Em *Cultura da convergência*, o pesquisador analisa o campo da comunicação – como estrutura de onde o gatilho dispara –, apontando para uma nova espécie de domínio cultural, para além do determinismo tecnológico, em que as práticas de recepção adquirem novo sentido para os indivíduos a partir de sua relação com os novos meios, marcadas pela participação, pela coletividade e por novas regras de consumo.

Para Jenkins, a *transmedia storytelling*¹⁰ representaria exatamente essa nova espécie de relação entre os receptores e a convergência de mídias, como forma cujo sentido se dá pela navegação do consumidor através de diferentes mídias, exigindo não apenas sua participação, como também a inter-relação dos agentes – criadores, produtores, *fandom*.¹¹ A ideia da ubiquidade das mídias, participativas e interativas, adquire a formatação ideal na narrativa transmídia: uma imensa história que precisa de espaço para se alastrar e assim fazer sentido. E as histórias, sabemos, fascinam o homem desde o início da humanidade.

Analisar as produções que se realizam no âmbito da convergência tem provocado a confluência de uma série de disciplinas, advindas de diferentes campos, que ainda não alcançaram a transdisciplinaridade necessária para explicar o fenômeno em toda a sua complexidade. Paralelamente, termos diferentes foram sendo usados para definir essas novas formas – ou gêneros? –, causando certa confusão no campo teórico-crítico. Enquanto os profissionais do entretenimento preferem fazer valer as ideias – e as denominações – de Jenkins, algumas correntes acadêmicas já começaram a erigir terminologia própria em seus respectivos campos de estudo. Falando mais especificamente sobre os filmes, Mat Hanson se refere a *screenbleed*¹² como “a capacidade da narrativa moderna de criar universos ficcionais que ultrapassam os limites de sua mídia, esboroando os contornos da tela”.¹³ Marc Ruppel chama de *cross-sited narrative*¹⁴

¹⁰ Na tradução para o português, narrativa transmídia, que é como usarei aqui, tomando o termo de Jenkins para designar estes fenômenos: “histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo; uma abordagem mais integrada do desenvolvimento de uma franquia do que os modelos baseados em textos originais e produtos acessórios” (JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 384).

¹¹ Uma tradução literal levaria a “reino dos fãs”. “A cultura de fã estaria configurando uma audiência futura, em que toda prática receptiva estaria previamente associada a uma resposta. A hipermedialidade e a interatividade, possíveis através da convergência midiática, estão no eixo dessa transformação, que Nikunen nomeia como ‘fanificação’. Tal contexto, para Henry Jenkins, a que ele chama de ‘cultura participatória’, denota o embaçamento dos limites entre as instâncias de produtor e receptor, em que as práticas de recepção de textos supõem como ato interpretativo uma resposta ativa” (PELISOLI. *Do leitor invisível ao hiperleitor: uma teoria a partir de Harry Potter*, p. 131).

¹² A tradução literal seria algo como “sangramento da tela”: como se a narrativa vazasse para fora da tela.

¹³ “Screen bleed – modern narrative condition of fictive worlds being uncontainable in one format and narrative, and their ability to live in other media and moving image formats”. E ainda: “Essa forma estende uma história em uma experiência imersiva que irá incluir vários meios de entretenimento e plataformas de entrega” (“Screen bleed extends a story into an immersive experience which will include multiple entertainment media and delivery platforms”). (HANSON. *The End of Celluloid: Film Futures in the Digital Age*, glossário, tradução minha).

¹⁴ Poderíamos traduzir como “narrativas situadas no cruzamento”, ou “narrativas que acontecem no espaço do cruzamento entre elas” (RUPPEL. *Learning to Speak Braille: Convergence, Divergence and Cross Sited-Narratives*. Citado em: LONG. *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Ransom Company*).

aquilo que parece conter a mesma ideia de Jenkins: narrativas que, na esfera da convergência, contam histórias em duas ou mais mídias; no entanto, Ruppel estende a esfera de sentido para uma experiência multissensorial que inclui, por exemplo, performances ao vivo.

Christy Dena¹⁵ amplia um pouco mais as noções de Jenkins, separando aquilo que se relaciona especificamente à construção de narrativas – ou mundos ficcionais – da experiência de um produto transmidiático¹⁶ por usuários de plurimídias. A *transfiction*,¹⁷ termo de Dena, é aquela história distribuída por múltiplas mídias, mas que, ao contrário da narrativa transmídia, não se constitui por segmentos autônomos, e sim é uma única história que só faz sentido quando somadas as suas partes. Simplificando, *transfiction* é uma ficção que se espalha por várias mídias, que podem ser recebidas sequencial ou simultaneamente.

Já a *cross-media*¹⁸ não qualifica especificamente uma forma narrativa, mas uma produção “*across media*”,¹⁹ cuja principal característica é a atividade de navegação, como um jogo-plataforma em que o percurso de leitura da narrativa se faz através de vários canais, conforme Dena. O termo *crossmedia*²⁰ já é utilizado na área de *marketing* desde os anos 1990²¹ para designar aquelas produções que transmitem informações em múltiplas mídias, desde um jogo de futebol até um espetáculo, em que, apesar das diferenças entre as linguagens, a mensagem é a mesma.

Christy Dena parece trazer o conceito para a era da convergência, distinguindo produções que “segmentam um enredo” em várias mídias, como capítulos de uma história – *transfiction* –, e produções que “conduzem o usuário” através de várias mídias – *cross-media*, numa dualidade entre conteúdo e navegação que Jenkins não diferencia. É importante salientar: assim como outros pesquisadores da área da Comunicação, Dena não faz questão de distinguir entre *cross-media* e *transmedia* (embora já tenha dito que *transfiction* contradiz Jenkins), deixando permanecer essa confusão terminológica – ou mesmo taxonômica – em que parece haver uma espécie de competição entre agentes de entretenimento, *marketing* e mídias para colocarem em evidência, cada um, a sua própria decisão sobre como chamar esses fenômenos – invocando aí uma metapublicidade pessoal.²²

Para Dena, uma produção *cross-media* envolve fundamentalmente: a atividade do usuário na montagem do trabalho, a navegação do usuário conduzida pelo próprio trabalho, uma atividade que funciona entre canais ou mídias. A produção *cross-media*, assim, tem como princípio e objetivo conduzir o usuário: entre mídias, quando mudam os sistemas de interação – de um livro para

¹⁵ DENA. Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary Observations for Future Design.

¹⁶ Qualidade de um objeto que pode ser experienciado como forma transmídia, nos termos de Jenkins.

¹⁷ Em português, seria transficção, mas não usarei as formas traduzidas, porque não são correntes, ao contrário do termo de Jenkins, *transmedia storytelling*, cuja tradução como narrativa transmídia é a preferida no Brasil. Assim, as formas *cross media*, *crossmedia* e *cross-media* serão grafadas em inglês, como conforme nos originais, ao contrário de transmídia e seus derivados, neologismos integrados ao discurso do campo aqui descrito. No entanto, preciso salientar que prefiro a forma *crossmídia*, que já vem sendo utilizada.

¹⁸ Alguns pesquisadores da área costumam traduzir como “narrativa cruzada”.

¹⁹ Uma produção que atravessa mídias ou que atravessa de uma mídia a outra.

²⁰ A forma justaposta é mais comum na área de *marketing*.

²¹ Também chamado de *marketing 360°*.

²² Simplificando o termo, Jenkins diz que transmídia, “usado isoladamente, significa simplesmente ‘através da mídia’” (“used by itself, simply means ‘across media’”) (JENKINS. *Transmedia 202: Further Reflexions*, [s.p.], tradução minha), daí talvez a escolha de Dena para *cross-media*: através, atravessar, cruzar – mídias que se atravessam, se cruzam.

um vídeo; entre canais – quando o usuário navega em uma mesma mídia, por exemplo, em uma tela de computador, entre texto e vídeo; num mesmo canal – por exemplo, ir e voltar em uma gravação sob o comando de um narrador. O importante, para Dena, é que a *narrativa* dirija esse leitor de um ponto a outro, o que, diferentemente do apontado por Jenkins em relação à transmídia, pode tornar-se uma experiência totalmente individual.

O exemplo analisado por Jenkins é o de *Matrix* – o mesmo que Dena chama de *cross-media* – que, se não é o primeiro caso de narrativa transmídia, é talvez o primeiro a partir da hipermídia, ou, pelo menos, aquele que conseguiu ampliar a capacidade de uma narrativa de se “transmidiar” através de diferentes plataformas, construindo sentidos independentes e integradores. *Matrix*, para Jenkins, é “o filme cult emblemático da cultura da convergência”, mas, como experiência transmídia, é um fracasso estético.

Aqui convém explicitar a diferença entre “narrativa transmídia” – como gênero da era da convergência e objeto desta reflexão –, “experiência transmídia” e qualidade “transmidiática”. Enquanto a narrativa transmídia, como conceito proposto por Jenkins, é um processo de entretenimento organizado que distribui uma narrativa entre diferentes segmentos de mídia, a experiência transmídia é o viés da recepção desse objeto. Uma narrativa pensada como forma transmídia pode fracassar como experiência se os receptores não fizerem o percurso necessário entre mídias, imergindo no mundo ficcional que ela cria, ou melhor, se eles não se tornarem fãs-navegadores, ávidos por concretizar todos os sentidos possíveis. A qualidade transmidiática diz respeito àquelas produções que, pensadas ou não como formas transmídia, alcançaram experiências transmídia, a exemplo da série *Harry Potter*. Também serve para designar conteúdos que têm potencial para se tornarem formas transmídia. Um trabalho ou produção transmídia ou transmidiático é, em meu ponto de vista, o mesmo que *cross media*,²³ ou seja, não envolve o desenvolvimento de narrativas – história, discurso, narração, sintagmas narrativos –, mas de conteúdos.

Embora não consiga alcançar integralmente as possibilidades do gênero, como aponta Jenkins, a tentativa erigida em *Matrix* as coloca em evidência, tornando cognoscíveis as vias entre histórias-marcas-produtos e consumidores. Vicente Gosciola²⁴ coloca a gênese do conceito – ainda uma possibilidade – na imaginação de Aldous Huxley, em *Admirável mundo novo*, de 1931, na ideia do “cinema sensível”. Daí em diante, outras tantas ideias apontadas por Gosciola evocam a efervescência da transmidialidade de conteúdo como o futuro da comunicação e do entretenimento: *Fahrenheit 451*, o *holodeck* de *Star Trek*, a máquina de gravar sonhos de Wim Wenders.

Como sugerem muitos pesquisadores da área de Comunicação, poderíamos colocar a gênese da narrativa transmídia no início de tudo: na plurimedialidade da Bíblia.²⁵ Sua narrativa atravessou a oralidade, estendeu-se para o pergaminho, o códice manuscrito, as imagens pictóricas, o livro ilustrado, o livro impresso, a encenação, música, filme... Durante todo esse longo processo, a narrativa bíblica adquiria sentido à medida que era interpretada por diferentes grupos e pela

²³ A forma justaposta em português – *crossmídia* – é a que começa a ser utilizada no Brasil, mas aqui estou discutindo o conceito advindo de teorias em inglês.

²⁴ GOSCIOLA. Narrativa transmídia: a presença de sistemas de narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação.

²⁵ É muito natural para alguém da área de Letras buscar a gênese no texto verbal.

soma dessas adaptações para as diferentes mídias – o caso da *Biblia pauperum* é um exemplo de como cada um dos segmentos pode ser voltado para determinado público, influenciando todo o circuito. Talvez a questão em torno de recusar a Bíblia como narrativa transmídia esteja na redundância de sentido, mas essa objeção poderia ser contornada se pensássemos na própria tradução linguística: foi a partir dela que diferentes sentidos foram evocados para a narrativa, ainda hoje objeto de controvérsia semântica.

Diferentemente da estrutura do mito, caso em que a Bíblia se enquadra, a história transmídia não se erige sobre uma estrutura elementar reconhecível, cujas funções possam ser repetidas – seu enredo deve ser complexo, imprevisível e incompleto. Cada um de seus segmentos, adaptados à linguagem de sua mídia própria, contribui de maneira distinta para a concretização de sentido do todo. Por exemplo: personagens diferentes podem protagonizar espaços que se entrecruzam sem criar antagonismos.

Analisando a série *Matrix*, Jenkins mostra como ela se constitui, a exemplo do que Umberto Eco sugere como produto *cult*, de uma série de arquétipos, referências e elementos de atração popular, um conjunto de mitologias que compõem uma estrutura que, apesar da densidade, permanece simples em razão do percurso definido do herói. No entanto, construída numa sobreposição de camadas extremamente lacunares, torna-se um quebra-cabeça rizomático de múltiplos caminhos – o que a afasta do mito. A indeterminação desses segmentos, que se distribuem pelas multiplataformas, é propícia para captar e envolver diferentes consumidores. As referências, essas sim, são extremamente reconhecíveis e garantem um ponto de apoio para a concretização do receptor. É através desses sentidos já dados que ele percorre o caminho da narrativa transmídia.

É interessante observar, na descrição do caso de *Matrix* por Jenkins, que o fracasso como experiência transmídia ocorreu porque os espectadores, acostumados com a estrutura hollywoodiana das produções midiáticas – a redundância de informações, a capacidade interpretativa do receptor subestimada –, desconfiam das estratégias de distribuição em várias mídias. Eles não creem que possam simplesmente preencher os vazios da narrativa jogando o game ou assistindo aos curtas-metragens, julgando que ali deve haver algo que, talvez exatamente na medida da própria *Matrix*, deseja transformá-los em cobaias de uma nova espécie de consumo. Estavam certos. Se *Matrix* começasse hoje, a experiência transmídia seria muito mais intensa, pois, como previu Jenkins, as mídias estão em todo lugar, e não desconfiamos mais delas.

Para distinguirmos a “narrativa transmídia” de outras formas intermediárias,²⁶ como adaptações, versões e traduções, que transpõem dramas para a televisão, quadrinhos para a tela, transformam mitos em balés, óperas em filmes, romances em músicas, etc., e que são objeto de análise dos estudos de literatura, por exemplo, na área de Literatura Comparada, é preciso observar as características que Jenkins impõe ao conceito:

1. “Os elementos narrativos transmídia se dispersam por multiplataformas, distribuindo fontes diferentes de significado para o consumidor.” Cada mídia comporta sua própria espécie de informação-chave para a configuração de um todo – que é mais do que a soma das partes. Nenhuma dessas fontes, isolada, garante a concretização completa da narrativa. A partir dessa formulação, poucas narrativas podem ser enquadradas no conceito de Jenkins, restando que quase a totalidade

²⁶ Formas *inter*, entre mídias, conforme a teoria da intermedialidade.

das produções que navegam entre mídias são adaptações, traduções, versões: elas tornam redundantes os sentidos do enredo.

2. “A narrativa transmídia é um reflexo da consolidação da convergência de mídias, em que as empresas de comunicação se integram horizontalmente, movendo-se em sinergia e borrando os limites entre entretenimento e *marketing*.” A palavra aqui é *marca* (ou franquia): ela transforma o receptor cultural ou de entretenimento em consumidor de produtos midiáticos. Fazer esse consumidor navegar através de vias de sentido da narrativa significa torná-lo um usuário dessas mídias, com os sentidos e o bolso disponíveis para a enxurrada de outros produtos que a marca fixa através de múltiplos canais. Como aponta Jenkins, é um imperativo econômico da era da convergência. Por outro lado, esses profissionais do campo precisam tornar a experiência transmídia possível, o que acarreta a expansão da narrativa e toda uma preocupação com cada um de seus elementos.

3. “A narrativa transmídia ampara-se na criação de um complexo universo ficcional – o *worldbuilding* –, com possibilidades infinitas de expansão.” Para produzir esse universo enciclopédico, é necessário não apenas inserir múltiplos aspectos para cada um dos elementos narrativos, mas também um alto nível de indeterminação entre os esquemas. É preciso, assim, a configuração de um imenso repertório, reconhecível em alusões e referências, mas indeterminado ao nível pragmático, a fim de possibilitar o interesse do receptor.

4. “Cada segmento da narrativa transmídia pode ter funções diferentes, desde a manutenção da atenção no universo ficcional até a captura de diferentes receptores.” Pode também trazer determinação a elementos narrativos específicos, como a configuração de um personagem ou do espaço, ou mesmo invocar uma sensação de realismo ao universo, inserindo verossimilhança através do acréscimo de informações. Um dos segmentos, por exemplo, pode apenas apresentar um código-chave para a interpretação de uma informação distribuída em outra mídia, como acontecia com o jogo *Enter the Matrix*. Dessa forma, torna-se quase impossível ao consumidor concretizar totalmente o sentido do conjunto de segmentos da narrativa.

5. “A prática da narrativa transmídia cria frações diferentes de receptores, tanto no aspecto temático quanto em função do meio utilizado.” Assim, a narrativa pode ser dirigida a públicos específicos em determinadas mídias, atingindo, por exemplo, a preferência feminina ou a de jogadores digitais. Esse é um dos fatores complicadores, pois é difícil fazer com que um aficionado por games, por exemplo, transite pela plataforma transmídia para buscar informações em outras mídias que não o jogo.

6. “Cada um dos segmentos da transmídia deve fazer sentido em seu próprio meio, mesmo que traga um sentido único ao todo – é o que Neil Young chama de ‘compreensão aditiva’.” A partir do fato de que alguns receptores serão estáticos, a dificuldade é tornar a experiência da produção de sentido possível também para eles, que usufruem apenas de um dos segmentos.

7. “Uma produção transmídia exige um alto grau de cooperação entre os diferentes setores midiáticos.” Para Jenkins, como essas empresas ainda têm dificuldade de trabalhar em cocriação, é por isso que a narrativa transmídia funciona melhor quando um mesmo artista molda a história para os diferentes segmentos.

8. “Narrativa transmídia é a forma estética ideal da era da inteligência coletiva.” Ela funciona como um *atrator* cultural,²⁷ no domínio configurado por Pierre Lévy, em que *fandoms* se criam em torno e a partir de textos, e como um ativador cultural, nos termos de Jenkins, quando os textos desencadeiam um processo de concretização coletiva de sentidos. Essa ideia é reforçada pelas redes sociais, onde a ação fundamental é o compartilhamento, em que se espera a resposta dos usuários – o objetivo é ser alvo de interpretação, através dos comentários e da opção “curtir”.

9. “Uma narrativa transmídia não pode simplesmente distribuir a história entre as mídias, mas também erigir elementos de identificação com os receptores.” É preciso construir um universo performativo, como um jogo, em que o consumidor se sinta parte interagente, participando da produção de sentido.

10. “A formatação enciclopédica da narrativa transmídia se torna um chamado à participação do receptor quando consegue inserir indeterminação entre os esquemas.” É oferecendo enredos possíveis, para a especulação e o preenchimento do consumidor, que a narrativa transmídia os incentiva a buscar elementos para compor a história.²⁸

Finalmente, pode-se observar um importante aspecto da narrativa transmídia: a dificuldade que há em se responder sobre o que, especificamente, ela narra. No caso da Bíblia, apesar das interpretações diferentes entre as religiões cristãs, é possível tematizar sua história a partir da gênese da humanidade e da vinda de um messias, em que o mito da criação do mundo e a trajetória de Cristo se tornam o seu fundamento. Questionar os receptores da Bíblia sobre o que ela fala, portanto, não leva a perguntas conflitantes – pelo menos não entre o “*fandom*”.²⁹ No caso de *Matrix*, conforme Jenkins, “a pergunta pode ser respondida de muitas formas diferentes”,

²⁷ Escolhi essa forma para “*cultural attractor*”, para não confundir nem com “*attractive*” nem com “*attraction*”.

²⁸ JENKINS. *Transmedia Storytelling*, [s.p.]. (Tradução nossa).

²⁹ É interessante observar que outra designação de Jenkins para esse agente da cultura participatória, o fã caçador de textos que integra o *fandom*, é “fiel”.

relatando desde uma “história de amor” até “histórias sobre sociedades secretas”, um “filme de ficção científica”, e ainda referências sobre Buda, Jesus Cristo ou mitologia grega.³⁰

Observando as características da narrativa transmídia, convém observar a tomada do termo “narrativa” para sua designação. Conforme Carlos Reis e Ana Cristina Lopes,³¹ ele pode ter acepções diferentes “enquanto enunciado”, “como conjunto de conteúdos representados por esse enunciado”, “como ato de os relatar” e como “modo”. Enquanto, nas primeiras acepções, ele é usualmente substituído por “narração” e “história”, ou pelos conceitos de discurso e sintagma narrativo, o postulado que o toma como modo envolve duas condições:

em primeiro lugar, o fato de a narrativa poder concretizar-se em suportes expressivos diversos, do verbal ao icônico, passando por modalidades mistas verbo-icônicas (banda desenhada, cinema, narrativa literária, etc.). Em segundo lugar, a narrativa não se efetiva apenas no plano estético próprio dos textos narrativos literários; ao contrário, por exemplo, do que ocorre com a lírica, a narrativa desencadeia-se com frequência e encontra-se em diversas situações funcionais e contextos comunicacionais (narrativa de imprensa, historiografia, relatórios, anedotas, etc.).³²

A partir de qualquer uma das acepções do termo, abre-se uma série de possibilidades para a análise do conceito cunhado por Jenkins: história transmídia, narração transmídia, discurso transmídia, sintagma transmidiático são algumas das denominações que se relacionariam com narrativa transmídia. Talvez seja coerente uma apreciação a partir de sua acepção como modo, em que se distinguem as formas narrativas não apenas pelos meios em que elas acontecem, como também pelo plano estético, em que a função e o contexto lhe atribuem diferentes características. Nesse ponto, o termo “transmídia” seria equivalente ao adjetivo “literário”, que conferiria um *stricto sensu* ao termo “narrativa” – que em sentido *lato* é história, narração, discurso, sintagma narrativo –, configurando, assim, um gênero estético: aquele que Jenkins descreve.

Por outro lado, é possível tomar a narrativa transmídia como a própria desintegração da acepção *lato sensu* aqui descrita, quando tomamos as características que Jenkins lhe atribui. Na distinção entre história e discurso, atribuída a Tzvetan Todorov, teríamos a extensão da dicotomia entre fábula e intriga, narrativa e narração. A história, como fábula possível de ser reconstituída, é o conteúdo da narrativa que se conforma pelo discurso – o modo como o narrador (o locutor, para a Linguística) estrutura e tece a história para o interlocutor. É a história de uma narrativa que pode ser transposta de um meio a outro, em que o discurso se conforma à linguagem e aos modos de cada meio – aí teríamos remediação, tradução, adaptação, versão –, produzindo outros objetos pelos diferentes níveis de relacionamento *inter* textos. Na hipótese de realizar a transposição da história de uma narrativa transmídia para outro e único meio – um livro, um filme, uma encenação –, não apenas suas qualidades semióticas seriam outras – entre a passagem de uma narrativa fílmica para a literária, por exemplo –, ou de gênero – entre a tradução de uma narrativa em poema –, como a própria história perderia a qualidade transmidiática que a segmentação em diferentes mídias para diferentes receptores lhe confere. Isso diz respeito à conclusão de Jenkins sobre a dificuldade em “contar” qual é a história da narrativa transmídia, que entra em conflito com a conceituação de Reis e Lopes: “uma história pode ser veiculada

³⁰ JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 143.

³¹ REIS; LOPES. *Dicionário de narratologia*, p. 271.

³² REIS; LOPES. *Dicionário de narratologia*, p. 271.

por diferentes meios de expressão, sem se alterar significativamente: a história de um romance pode ser transposta para cinema, banda desenhada, teatro ou ballet, sem contudo perder suas propriedades essenciais”.³³

A “camada de significação” da narrativa transmídia não é autônoma de seu discurso, mas se faz nele, como aponta Jenkins: seus elementos se dispersam em diferentes mídias, cada segmento com suas próprias funções e fornecendo informações diferentes para diferentes espectadores. Assim, não apenas a história – a fábula – é distribuída, mas também o discurso é outro em cada segmento. O fato de que uma narrativa transmídia como *Matrix* não pode ser repetida também é condição que confirma essa ideia. Mesmo assistindo aos três filmes, aos nove episódios de *Animatrix* e jogando *Enterthematrix*, a experiência de sentido não se concretiza da mesma forma de quando os produtores interferiam simultaneamente, através da publicidade na televisão, na internet e no celular – quando *Matrix* era também um trabalho *cross media*. Tal aspecto também pode ser considerado em relação à narração, quando a interlocução com o produtor silencia.

No plano semiótico, o discurso de uma narrativa transmídia é um processo que não coincide com o material da história – o todo é mais do que a soma das partes, diz Jenkins. Certamente, isso traz similaridade com narrativas seriadas, a exemplo de obras literárias tão em voga atualmente, em que o preenchimento pelo leitor dos espaços vazios entre os volumes da história extrapola o sentido do todo.³⁴ No caso da narrativa transmídia, a indeterminação também é inserida pelas diferenças sintáticas entre os segmentos, em que cada um deles, conforme Jenkins, deve fazer sentido em seu próprio meio. Ou seja, há um trabalho extra para o receptor: adaptar as diferentes sintaxes para formar uma história coesa.

A serialidade, a segmentação e a dispersão do enredo são condições fundamentais para a experiência da narrativa transmídia, apontando para essa desintegração da constituição *tessitural* que caracteriza o gênero narrativo: confundem-se as diegeses, as relações temporais, as trajetórias de personagens e mesmo sua condição de protagonismo. A criação de uma narrativa transmídia também exige tomar a instância da recepção como parte da (des)tessitura, visualizando um usuário empírico de mídias e suas habilidades de navegação, estabelecendo relações entre interfaces e sentido, concretização e efeito em um nível que nenhuma produção cultural já precisara erigir.

E aqui convém finalmente apontar: quando falam em narrativa transmídia, publicitários, cineastas, produtores de televisão, jornalistas e outros agentes das mídias e do entretenimento fazem referência à sua “produção”. O interesse, aí, está em como criar produtos transmídia a fim de conquistar públicos diferentes e torná-los não apenas consumidores, mas fãs das marcas. Pensar em uma narrativa transmídia, para eles, significa produzir um trabalho transmídia: criar segmentos narrativos em várias mídias. A observação do objeto transmidiático, findo e experienciado, cabe aos analistas de *marketing* e às estratégias de venda, em que o resultado – a recepção da obra – pode ser tomado, por exemplo, como sendo ou não viral, ou seja: viral significa sucesso.

A série de características imputadas por Jenkins à narrativa transmídia torna o conceito extremamente relacionado à era da convergência e dependente de uma rede transdisciplinar, se não para acontecer como experiência, para se tornar objeto de análise no campo cultural.

³³ REIS; LOPES. *Dicionário de narratologia*, p. 196.

³⁴ Para Jenkins, as histórias seriadas, principalmente as televisivas, preparam o receptor para o fenômeno transmídia.

Não é à toa que os pesquisadores da Comunicação já vêm se apoiando na narratologia em sua observação das práticas transmidiáticas. Pensar a transposição de enredos de uma mídia a outra e a distribuição de elementos narrativos – personagens, espaço, tempo, narrador – entre segmentos midiáticos diferentes envolve certamente conhecimentos que partem dos estudos de literatura.

Os estudos de literatura, por seu turno, necessitam dos conhecimentos do campo de Comunicação, espaço que é desde sua origem profundamente interdisciplinar, sobretudo nesse eixo de interesse das produções transmidiáticas, que se coloca na relação entre mídias e interações sociais e onde se interpõem as áreas do entretenimento e da publicidade e propaganda. Como objeto de análise, a narrativa transmídia exige conhecimentos que ultrapassam a intenção apenas recentemente adquirida dos estudos de literatura de compreender as diferentes matrizes de linguagem e pensamento – sonora, visual e verbal³⁵ –, cujo grau de hibridização a hipermídia elevou: todos os gêneros e suas possibilidades formais e estruturais – a narrativa no cinema, na televisão, na hipermídia, nas artes –, e, assim, técnicas, mercados, agentes.

Quando as mídias estão em toda parte, não é inimaginável prever que fazer cálculos de entropia seja necessário aos estudos da literatura – no campo da narratologia –, evocando a teoria da informação para observar os fenômenos da recepção e colocando em prática as ideias de Eco em *A estrutura ausente*. Mas tomar a narrativa – as velhas e *carcomidas* narrativas que estamos acostumados a destrinchar – como objeto de análise dos estudos de literatura não pode tomar como princípio pensar os graus de publicidade e *marketing*, seja ela cinematográfica ou transmidiática. Essa associação pode ser benéfica para o campo do entretenimento, conquistando espectadores e consumidores de histórias, e mesmo para o campo da comunicação, em que importam as interações comunicacionais entre mídias e usuários (conteúdo, informação), mas, para o campo de Letras – onde o *discurso* publicitário já desde tempos é objeto de análise da Linguística –, ainda é preciso pensar sob que termos interessa a narrativa transmídia – franquia, *cross media*, *marketing* 360⁰ – para o alargamento do campo de conhecimento.

Para os estudos literários – em que o paradigma é o da arte literária –, a narrativa transmídia, como forma que envolve narração, história e discurso, só se torna objeto de análise na perspectiva de seu primeiro fundamento: pertencer ao gênero da narrativa e, portanto, envolver questões de estética. As dificuldades de criar uma relação multidisciplinar com áreas da comunicação e da tecnologia e de se integrar à sinergia do entretenimento devem ser afastadas pelo chamado teórico-crítico, que Jenkins também soube explicitar: “não temos ainda critérios estéticos muito bons para avaliar obras que se desenvolvem através de múltiplas mídias”.³⁶ Sim, não temos critérios estéticos para julgar narrativas que justamente escapam àquilo que as configura como gênero – e que dissolvem as barreiras entre arte e cultura de massa. A análise da narrativa transmídia, como objeto que existe apenas na convergência entre textos, mídias e agentes, exige também um olhar convergente, talvez transdisciplinar, que nem os estudos literários nem os estudos da comunicação são capazes de, isolados, focalizar em sua amplitude.

Quando todo um sistema assim se complexifica, é realmente tempo de parar e se perguntar: o que é uma narrativa transmídia? Talvez mesmo: o que é uma narrativa? E, em tempos de crise: o que é literatura?



³⁵ SANTAELLA. *Matrizes de linguagem e pensamento*: sonora, visual, verbal.

³⁶ JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 139.

ABSTRACT

The convergence of media and transmedia practices have recently been uniting professionals from the fields of advertising, cinema and television, as well as others interested in entertainment and technology. The transposition of stories into various media, now called platforms, is an activity that goes back to the Bible and religious narratives, and relates to a series of different connotations, from intertextuality to post-production. Internet production has fostered new forms and a new language: hypermedia. The convergence of instances of production, mediation and reception in cyberspace is shaping a new cultural system, involving the creation of specific myths and arts: hyperculture. This article discusses the implications of this new intermedia system, and the agents, arts and cultures related to it.

KEYWORDS

Transmedia narrative, Jenkins, transmedial, transmediality, cross media

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. *Crítica e verdade*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- DENA, Christy. Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary Observations for Future Design. In: EUROPEAN INFORMATION SYSTEMS TECHNOLOGIES EVENT, 2004, The Hague, Netherlands. Disponível em: <http://www.christydena.com/Docs/DENA_CrossMediaObservations.pdf>. Acesso em: 25 maio 2013.
- GOSCIOLA, Vicente. Narrativa transmídia: a presença de sistemas de narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação. In: ENCONTRO NACIONAL DE HIPERTEXTO E TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS, 4., 2011, Sorocaba. Disponível em: <http://www.uniso.br/ead/hipertexto/anais/93_VicenteGosciol.pdf>. Acesso em: 27 maio 2013.
- HANSON, Mat. *The End of Celluloid: Film Futures in the Digital Age*. Hove, UK: RotoVision, 2004.
- JENKINS, Henry. Converge? I diverge. *MIT Technology Review*, jun. 2001. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/>>. Acesso em: 21 jun. 2013.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, Henry. *Transmedia Storytelling 101*. 2007. Disponível em: <http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html>. Acesso em: 21 jun. 2013.
- JENKINS, Henry. *Transmedia 202: Further Reflexions*. 2011. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html>. Acesso em: 21 jun. 2013.
- PELISOLI, Ana Cláudia Munari Domingos. *Do leitor invisível ao hiperleitor: uma teoria a partir de Harry Potter*. 2011. 263 f. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3410>. Acesso em: 21 jun. 2013.

REIS, Carlos; LOPES, Ana Cristina. *Dicionário de narratologia*. Coimbra: Almedina, 2002.

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes de linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2001.

