

Expandindo os limites: a transmídia no campo da intermedialidade

Expanding the Borders: Transmedia within the Field of Intermediality

Camila Figueiredo

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais / Brasil
camilafig1@gmail.com

Resumo: A fim de examinar e compreender certos produtos culturais contemporâneos em toda sua complexidade, é fundamental adotarmos não apenas uma abordagem intermidiática que permita estabelecer uma comparação avaliativa entre duas ou mais mídias distintas, mas também uma abordagem transmidiática que possibilite incluir como objeto de estudo as extensões em outras mídias que suplementam uma narrativa principal ou que se suplementam mutuamente. Este texto propõe a discussão a respeito das fronteiras da transmedialidade e das franquias transmidiáticas no âmbito do campo mais amplo da intermedialidade.

Palavras-chave: intermedialidade; transmedialidade; transmídia.

Abstract: In order to examine and comprehend certain contemporary cultural products in all their complexity, it is fundamental that we adopt not only an intermedial approach, which allows to establish an evaluative comparison between two or more distinct media, but also a transmedial approach, which makes it possible to include as object of study the extensions in other media that supplement a main narrative or that mutually supplement each other. This essay proposes a discussion concerning the boundaries of transmediality and transmedial franchises within the broader field of intermediality.

Keywords: intermediality; transmediality; transmedia.

A partir da década de 1970, mudanças tecnológicas e econômicas fizeram surgir na indústria do entretenimento novos tipos de produtos culturais organizados em formato de franquias, projetos em que o conteúdo narrativo e estético não se concentra somente em uma mídia, mas projeta-se por meio de extensões e espalha-se através de outras mídias, em um “empenho coordenado em imprimir uma marca e um mercado a conteúdos ficcionais”.¹ As franquias se inserem em um novo panorama cultural contemporâneo, chamado por Henry Jenkins de “cultura da convergência”, que abrange os “fluxos de conteúdo através de múltiplas plataformas de mídias [e a] cooperação de múltiplos mercados midiáticos”.² Os modelos mais conhecidos de franquia são as produções da Disney, que normalmente começam com filmes e se replicam em animações, livros, quadrinhos, jogos eletrônicos, além de inúmeros outros produtos licenciados. Não há, nesses casos de franquias que podemos chamar de tradicionais, uma sequencialidade entre as narrativas contadas nos diferentes produtos de mídia que compõem o projeto da franquia.

Muitas vezes, porém, é possível observar uma estrutura transmidiática nas franquias. O termo *transmedia storytelling* foi utilizado pela primeira vez por Marsha Kinder e Mary Celeste Kearney, em 1991, como uma prática promocional envolvendo *merchandising*, adaptações, sequências e franquias.³ Um dos exemplos mais bem-sucedidos de projeto transmidiático é a franquia *Star Wars*, que teve início com o primeiro filme, lançado em 1977, e hoje conta com dezenas de produtos, entre filmes, animações, livros, quadrinhos e jogos eletrônicos, elaborados de maneira coordenada em relação ao mundo ficcional criado por George Lucas. Apesar de não ser imprescindível à franquia, a transmídia normalmente se desenvolve de maneira propícia nesse ambiente, designando o que chamaremos aqui de “franquia transmidiática”.

Mas, afinal, o que seria a transmídia? No Brasil, a abordagem mais recorrente trata o fenômeno sob a perspectiva da comunicação e estudos de mídia (*media studies*) utilizando três designações principais: *storytelling*, narrativa transmídia, ou simplesmente transmídia. A definição mais comumente utilizada nessa abordagem é a que Henry Jenkins propõe, em 2003, na coluna para a *Technology Review*, cujos

¹ JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 47.

² JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 29.

³ EVANS. *Transmedia Television*, p. 20-21.

parâmetros foram posteriormente retomados em seu livro *Cultura da convergência*. A transmídia designaria um novo tipo de narrativa, em que a história “se desenrola por meio de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo”.⁴ Uma vez que um único texto não conseguiria abranger todo o conteúdo da narrativa, um texto central oferece vários pontos de acesso ao enredo, pontos esses que são explorados em outras mídias tais como jogos digitais, histórias em quadrinhos, *sites*, vídeos *on-line*, *blogs*, redes sociais etc. Assim, através da narrativa transmídia, pode-se, por exemplo, desenvolver histórias de personagens secundários, expandir a narrativa ou completar suas lacunas, ou ainda fazer uma ponte entre um filme e sua sequência. No caso de narrativa transmídia ideal, não há redundância de informações, mas cada mídia oferece novos níveis de revelação, que se juntam para compor a narrativa completa da franquia. Economicamente, trata-se de um projeto vantajoso para os produtores, pois acaba por conquistar consumidores de diferentes nichos e aumentar o engajamento do público.

A transmídia se apoia em uma tríade: a convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva. A convergência dos meios de comunicação se dá por meio dos “fluxos de conteúdo através de múltiplas plataformas de mídias”, da “cooperação entre múltiplos mercados midiáticos” e do “comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”; a convergência não se dá pela união de aparelhos, mas “ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”.⁵ A cultura participativa contrasta com a noção de passividade do público, que abandona o papel de simples consumidor de produtos de mídias e passa a participar, interagir e até mesmo produzir seu próprio conteúdo midiático. A expressão “inteligência coletiva”, cunhada pelo teórico francês Pierre Lévy, refere-se à estratégia de consumo encontrada para fazer frente ao grande fluxo de informações dos nossos dias: “[p]or haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos.”⁶ Primeiramente, as informações são coletadas

⁴ JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 138.

⁵ JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 29-30.

⁶ JENKINS. *Cultura da convergência*, p. 30.

conforme os recursos e habilidades individuais; posteriormente, de modo semelhante ao que fazemos com as peças de um quebra-cabeças, esses pedaços de informação são unidos.

Embora em um projeto transmidiático ideal cada mídia exerça o mesmo nível de relevância para a franquia, na prática, quase sempre há uma plataforma principal – a “nave-mãe” ou *Ur-text* –, aquela mídia que alcança um público maior ou através da qual os leitores primeiro conhecem o mundo ficcional. As mídias suplementares, que atuam como “satélites” do texto principal ou “paratextos”, muitas vezes são negligenciadas por críticos e estudiosos, que, ao tratar a mídia principal isoladamente, acabam também por ignorar o projeto transmidiático.

É importante mencionar que ao longo do tempo o conceito daquilo que Jenkins chamou inicialmente de “narrativa transmídia” foi ampliado pelo próprio autor, que passou a usar o termo mais genérico “transmídia” por entender que a transmídia envolveria práticas que iriam além da dispersão de pontos-chave da narrativa de maneira coesa, ou seja, os elementos que poderiam ser transmidiados não se restringiriam somente à narrativa: “Por transmídia, quero dizer ‘um processo no qual elementos essenciais de uma ficção se dispersam sistematicamente através de múltiplos canais de distribuição com o objetivo de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada’”.⁷

Apesar do aparente consenso quanto à conceituação e delimitação da transmídia, seria equivocado considerar que a discussão sobre o lugar e o papel do fenômeno transmidiático está ultrapassada. Isso porque, apesar de reconhecidamente relevante para a área, o conceito de Jenkins não é o único. O termo “transmídia” possui diversas interpretações e abordagens, que variam de acordo com o campo de pesquisa a que está vinculado e com o contexto em que é utilizado. Essa mesma nomenclatura pode possuir, assim, um sentido diferente para narratologistas, estudiosos da área de comunicação/*marketing*, ou ainda, para pesquisadores da área de intermidialidade.

Como veremos, sob a ótica dos estudos de mídia (*media studies*), a transmídia vai além de uma temática ou estética presente em vários

⁷ “By transmedia, I mean, ‘a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience’.” (JENKINS. *Adaptation, Extension, Transmedia*, [s.p.], tradução minha).

produtos de mídia individuais, como sugerem os estudiosos da área de intermedialidade e, em parte, os da narratologia. Pela propagação de personagens, enredos e mundos, ela cooperaria na construção de universos ficcionais extremamente complexos, multimidiáticos e coesos.

Para diversos estudiosos da área de intermedialidade,⁸ a transmedialidade refere-se a certas características midiáticas identificadas em diversas mídias. Nesse sentido, os elementos transmidiáticos rompem com as fronteiras das mídias individuais e podem ser observados, ao longo de anos, décadas ou mesmo séculos, na pintura, na literatura, na escultura, na moda, nos quadrinhos, em filmes etc.

Werner Wolf, professor da Universidade de Graz, define a transmedialidade como um tipo de intermedialidade extracomposicional, ou seja, resultante de relações ou comparações entre entidades semióticas midiaticamente diferentes:

Fenômenos transmidiáticos são fenômenos não específicos a mídias individuais. Uma vez que aparecem em mais de uma mídia, apontam para similaridades palpáveis entre entidades semióticas heteromidiáticas. A transmedialidade está presente, por exemplo, no nível de elementos formais a-históricos e em modos de organizar complexos semióticos, como a repetição de motivos e a variação temática (ex. em música e literatura), a metalepse (em ficção, filme, pinturas etc.) e a narratividade.⁹

⁸ Ainda que a transmídia seja um fenômeno bastante popular hoje na indústria do entretenimento, são escassos os estudos na área de intermedialidade que tratam do assunto, especialmente no Brasil. Além das diversas nomenclaturas utilizadas para designar o fenômeno – o que dificulta o diálogo entre os estudiosos das diferentes áreas –, pode-se especular que essa situação seja explicada: pelo menor número de projetos transmidiáticos originalmente brasileiros em comparação aos estrangeiros; pela dificuldade de rastrear as informações dispersas em diferentes mídias depois de certo tempo após sua publicação/distribuição; e pelo preconceito que as mídias mais populares, fundamentais em fenômenos transmidiáticos, ainda enfrentam no meio acadêmico.

⁹ “Transmedial phenomena are phenomena that are non-specific to individual media. Since they appear in more than one medium, they point to palpable similarities between heteromedial semiotic entities. Transmediality appears, for instance, on the level of ahistorical formal devices and ways of organizing semiotic complexes, such

Wolf lembra ainda que a narratividade não está restrita às narrativas verbais, mas pode também estar ligada às óperas, filmes, balés, artes visuais etc.; e que certos traços históricos, presentes em várias mídias relacionadas a um determinado período, e certos temas arquetípicos podem também ser explicados pela transmidialidade.

Um ponto nevrálgico no conceito de Wolf refere-se à genealogia da transmidialidade. Ao partirmos do pressuposto de que na transmídia certos traços ou características midiáticos podem ser identificados em vários produtos de mídia distintos ao longo de anos ou séculos, teríamos que a transmidialidade não é, de todo, um fenômeno novo.

O professor e teórico da área de cinema David Bordwell defende em seu *blog* que, se considerarmos que a transmídia é a propagação de histórias através das mídias e que as *performances* teatrais e as peças escritas são partes da mesma mídia, poderíamos afirmar que o formato é tão antigo quanto as histórias bíblicas, os épicos homéricos, o Bhagavad-gita etc. O que tornaria a transmídia tão comentada ultimamente seria a necessidade de o leitor percorrer várias plataformas para compreender perfeitamente uma história ou um mundo.¹⁰

A narratologista Marie-Laure Ryan compartilha da opinião de Bordwell com relação às origens da transmídia. Para Ryan,

[é] tentador ver a transmídia como algo radicalmente novo e revolucionário, se não como a forma narrativa do futuro. Mas historiadores podem relativizar essa afirmação ao mencionar a disseminação de mitos gregos através de várias mídias – escultura, arquitetura, drama, épico –, ou, mais próximos de nós, os múltiplos modos de distribuição de narrativas bíblicas na Idade Média.¹¹

as repetition of motifs and thematic variation (e.g., in music and literature), metalepsis (in fiction, film, painting etc.), and narrativity.” (WOLF. *Intermediality*, p. 252-253, tradução minha).

¹⁰ BORDWELL. *Now Leaving from Platform 1*, [s.p.].

¹¹ “It is tempting to regard transmedial storytelling as something radically new and revolutionary if not as the narrative form of the future. But historians can put this claim in perspective by pointing out the dissemination of Greek myth through various artistic media – sculpture, architecture, drama, epic – or, closer to us, the multiple modes of distributing biblical stories in the Middle Ages.” (RYAN. *Transmedial Storytelling and Transfictionality*, p. 362, tradução minha).

Assim, de acordo com Ryan, haveria dois tipos de transmídia. No primeiro, que ela chama de efeito “bola de neve”, uma história contada por meio de um texto central se tornaria tão popular que espontaneamente originaria várias prequências, sequências, *fan fictions* ou adaptações, seja na mesma mídia ou em mídias diferentes. É esse tipo que explica a propagação da narrativa bíblica, desde a Idade Média, em vitrais nas igrejas, em esculturas e em *performances*, por exemplo. No segundo tipo, a “história é concebida, desde o início, como um projeto que se desenvolve através de várias plataformas midiáticas distintas”,¹² com o propósito de fomentar o consumo de tantas mídias quanto for possível.

A distinção entre esses dois tipos, na medida em que amplia a noção de transmídia – que passaria a incluir outros tipos de expansão de narrativas –, também pode causar certa confusão. Principalmente nos casos do efeito “bola de neve” (que não se encaixaria na definição de transmídia de Jenkins) é preciso ter em mente os limites entre as franquias, a transmídia e até mesmo as adaptações, para não cedermos ao impulso de considerarmos tudo transmídia. Caberia questionar, por exemplo, qual seria a diferença entre o tipo “bola de neve” e uma franquia tradicional (isto é, sem a utilização da transmídia) ou, ainda, entre esse tipo e várias adaptações distintas de um mesmo texto, como as inúmeras adaptações de Shakespeare, de Jane Austen ou de Sherlock Holmes ao longo da história.

De maneira semelhante, em resposta a David Bordwell, Jenkins afirma que, apesar de concordar que a transmídia não tenha começado com *Matrix* (exemplo que usa em *Cultura da convergência*), os exemplos que Bordwell oferece são, em sua maioria, simples adaptações de textos produzidos em uma única mídia. E mesmo que as adaptações possam ser consideradas “transmidiáticas”, no sentido de que transferem conteúdo através de mídias, não são transmídia (ou franquia transmidiática, como proponho aqui), pois apenas reapresentam uma história que já existe. Isto é, enquanto a transmídia produz extensões da narrativa principal ou do universo ficcional por meio do acréscimo de informações, as adaptações transpõem o mesmo conteúdo de uma mídia para outra.¹³ Neste sentido,

¹² “[...] a certain story is conceived from the very beginning as a project that develops over many different media platforms.” (RYAN. *Transmedial Storytelling and Transfictionality*, p. 363, tradução minha).

¹³ JENKINS. *The Aesthetics of Transmedia*, [s.p.].

pode-se afirmar que a transmídia, na visão de Jenkins, é um fenômeno mais raro, pois exige que um projeto seja pensado de uma maneira coesa desde a sua concepção. Em algumas circunstâncias, no entanto, a distinção entre um e outro fenômeno “parece ser apenas uma questão de gradação – acrescentar e subtrair cenas e personagens no caso de uma adaptação fiel, acrescentar histórias completas ou partes do universo no caso de uma extensão transmídia”.¹⁴

Ora, se partirmos do pressuposto de que vários elementos podem estar presentes em vários produtos de mídia distintos ao longo de anos ou séculos, teríamos que a transmidialidade não é nenhuma novidade. Contudo, é impossível ignorar o fato de que há algo que difere as franquias transmidiáticas das franquias tradicionais e, também, de um tipo mais amplo (ou menos coeso) de transmídia, no sentido usado por Wolf.

De grande influência na área da intermidialidade, Irina O. Rajewsky tratou brevemente da transmidialidade em seu livro *Intermedialität* (2002). Para a autora, a categoria transmidiática descreve a presença de certo tema, estética ou discurso através de uma variedade de mídias diferentes, o que coincide com a concepção de Wolf. Nesse sentido, um exemplo de transmidialidade seria a estética do futurismo, presente no livro *Zang tumb tuuum* (1914), de Marinetti, na escultura *Forme uniche della continuità nello spazio* (1913), de Boccioni, bem como no quadro *Dynamism of a Soccer Player* (1913), também de Boccioni.

Após a publicação de “Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality” (2005), em que deixa de lado a transmidialidade por não considerá-la parte do campo amplo da intermidialidade, Rajewsky retoma o tema em “Potential Potentials of Transmediality: The Media Blindness of (Classical) Narratology and its Implications for Transmedial Approaches” (2013); e volta a refletir sobre o lugar e as possibilidades da transmídia em recentes comunicações como “Transmedia Storytelling and Transmedial Narratology: Defining the Fields” (Hannover, 2015) e “Transmedial Narratology and Intermedial Adaptations” (Tübingen, 2016).

¹⁴ “[...] may be only a matter of degree – adding and subtracting scenes and characters in the case of a faithful adaptation, adding entire stories or corners of the universe in the case of a transmedia extension” (JENKINS. *Adaptation, Extension, Transmedia*, tradução minha).

Em palestra intitulada “Intermediality and Transmediality: Separating the Fields”, proferida durante o Colóquio Escrita, Som e Imagem, na Faculdade de Letras da UFMG, em maio de 2017, Rajewsky aponta que, apesar do sucesso do termo “transmidialidade” nos últimos anos, é equivocado pensá-lo como substituto à palavra “intermidialidade”. Na oportunidade, a palestrante defende, a partir da perspectiva da narratologia, dois pontos principais em relação à transmidialidade.

Primeiramente, a ideia de uma distinção entre a intermidialidade no sentido amplo (*broad sense*) – que engloba as categorias de transposição, de combinação de mídias e de referências intermidiáticas, abordadas em seu texto de 2005 – e de intermidialidade em um sentido mais amplo (*broader sense*), que se refere a todos os fenômenos que envolvem mais de uma mídia, campo que abrigaria a transmidialidade. O caminho teórico e crítico percorrido por Rajewsky, desde a publicação do seu livro até a mais recente e, de certa forma, conciliadora proposta de abrigar a transmidialidade dentro do campo da intermidialidade, parece reconhecer a relevância que a transmídia adquiriu nos últimos tempos e o importante papel que os estudos de mídia têm desempenhado no sentido de compreender as especificidades dos mais diversos produtos culturais contemporâneos.

Esse esforço na busca por uma linguagem e por concepções comuns do fenômeno é, a meu ver, benéfico a todas as áreas. Somente por meio dessa aproximação seja talvez possível reverter o fato de que, apesar de vários trabalhos de intermidialidade defenderem a relevância dos fenômenos transmidiáticos – especialmente no contexto contemporâneo –, pouquíssimos, de fato, examinam casos de franquias transmidiáticas, com todos os seus textos e “paratextos” midiáticos.¹⁵

Em um segundo momento de sua palestra, Rajewsky defende que, considerando que a palavra “transmídia” pode, de fato, se referir a qualquer fenômeno que apresente características transmidiáticas, a

¹⁵ Recentemente, porém, é possível vislumbrar uma aproximação entre a intermidialidade, em especial o ramo que se dedica aos estudos da adaptação, e a franquia transmidiática. Isso porque várias franquias transmidiáticas de sucesso são também adaptações de obras preexistentes, o que designaria uma adaptação transmidiática, termo que propus em minha tese de doutorado (ver FIGUEIREDO. *Em busca da experiência expandida*). Os trabalhos de Eckart Voigts, Jens Eder e Lars Elleström também vão nessa direção, ao apontarem caminhos para se compreender a transmídia dentro dos estudos de intermidialidade.

transmídia, no sentido usado por Jenkins, seria uma subcategoria ou uma das formas possíveis de transmidialidade. Ao mesmo tempo que concordo com a diferenciação entre uma categoria mais ampla de uma mais específica, penso que a palestrante falha em não sugerir um nome para esta última, ao que gostaria de propor aqui a expressão “franquia transmidiática”, já explicada anteriormente. Portanto, enquanto a categoria mais ampla da transmidialidade incluiria todas as estéticas e temáticas observadas de maneira pontual e isolada em vários produtos de mídia ao longo do tempo, a franquia transmidiática, por sua vez, designaria o conceito de transmídia como concebido por Jenkins, ou seja, um projeto concebido como transmidiático ou que passa a ser planejado e a se desenvolver, estrutural e cronologicamente, de maneira coordenada para oferecer ao público uma experiência transmidiática.

A partir da classificação sugerida por Rajewsky, caberia, então, o seguinte questionamento: o que diferenciaria os fenômenos transmidiáticos de uma maneira geral da transmídia – ou da franquia transmidiática – de Jenkins? De acordo com Christy Dena, da Universidade de Sydney, a resposta estaria no *status* atribuído às várias mídias envolvidas no projeto ou no agrupamento transmidiático. E, claro, estaria relacionado também à origem e intenção do esforço produtivo, ou seja, se um determinado produto foi criado de maneira calculada para fazer parte de um processo de construção de sentido, para integrar o cânone e contribuir para o desenvolvimento de uma narrativa coesa.

Esses esforços são diferentes, por exemplo, do conteúdo que é criado por fãs sem a permissão ou mesmo o conhecimento dos criadores. Apesar de se relacionarem intertextualmente com a franquia transmidiática, chegando algumas vezes até mesmo a influenciar os rumos de uma determinada história, as produções de fãs não integram o cânone das franquias e, portanto, não podem ser consideradas parte da franquia transmidiática, mas elas certamente se relacionam aos produtos canônicos da franquia de uma maneira transmidiática.

Por outro lado, mesmo que uma empresa da indústria do entretenimento ou indivíduo possua a propriedade intelectual de determinada franquia, nem tudo o que for produzido com uma determinada marca fará parte de seu projeto transmidiático. Nesse sentido, compartilho com Dena a opinião de que “garantir que a narrativa seja coesa e criada para fazer parte do cânone desde o princípio é um

indicador mais confiável¹⁶ de delimitação de uma franquia transmidiática do que o simples critério da expansão e, portanto, *reboots*, *fanvids*, *fan fictions* e outras produções de fãs, bem como produtos de *merchandising* (bonecos de ação, canecas, pôsteres, roupas), não integram a franquia transmidiática, mas estabelecem uma relação transmidiática com ela, em função das características ou elementos que são transferidos entre mídias ou transmidiados.

Percepção semelhante tem Elizabeth Evans, da Universidade de Nottingham, que afirma que três elementos – narrativa, autoria e temporalidade – distinguem a franquia transmidiática como uma forma particular de produção cultural e “podem aparecer em graus variados em diferentes textos transmidiáticos, mas sua presença combinada oferece os meios fundamentais através dos quais textos se tornam transmidiáticos, em vez de funcionarem como *marketing*, *spin-offs* ou adaptações”.¹⁷ Nesse sentido, as franquias transmidiáticas se distinguiriam de outros produtos culturais por possuírem “uma sensação mais forte de integração e coerência entre os elementos individuais.”¹⁸ Os laços de integração e coerência seriam, portanto, mais fortes em franquias transmidiáticas do que em outros fenômenos, mesmo que a franquia não tenha sido concebida como tal desde o início, mas apenas um produto cultural que, após sucesso de crítica e público, acabou rompendo com suas barreiras midiáticas e se expandindo para outras plataformas.

Talvez por esse motivo, pela estreita relação com as questões mercadológicas, a franquia transmidiática ainda não tenha encontrado um lugar favorável entre as pesquisas na área de intermedialidade. Isso porque há certas peculiaridades nessas franquias que se relacionam com as novas formas de se contar, recontar e, principalmente, consumir (ouvir/ver/assistir/jogar etc.) histórias. Ao espalhar partes de uma história em várias mídias distintas, a franquia transmidiática cria um novo tipo de consumidor, que se caracteriza por ser “caçador” e “coletor” de

¹⁶ “[...] making sure the narrative is cohesive and designed to be canon from the outset is a more reliable indicator [...]” (DENA, *Transmedia Practice*, p. 123, tradução minha).

¹⁷ “[...] may appear to varying degrees in different transmedia texts but their combined presence offers the key ways in which texts become transmedia, rather than function as marketing, spin-offs or adaptations.” (EVANS, *Transmedia Television*, p. 28, tradução minha).

¹⁸ “[...] a stronger sense of integration and coherence amongst the individual elements.” (EVANS, *Transmedia Television*, p. 28, tradução minha).

informações. Nesse novo modelo de interação, percebe-se a audiência como migratória, movendo-se entre mídias para rastrear informações e aprimorar sua experiência de entretenimento, ao fazer conexões entre diferentes mídias dentro da franquia.

De fato, o grande sucesso desse formato transmidiático nas últimas décadas tem motivações econômicas óbvias já que, uma vez que cada mídia possui um público distinto, quanto mais mídias forem utilizadas na franquia, maiores as chances de que ela alcance públicos diferentes. Porém é preciso destacar que, em contraste com as franquias tradicionais – que se baseariam na repetição e redundância para propagação de uma marca –, nas franquias transmidiáticas há uma tentativa de agregar valor estético e artístico, por meio da expansão coesa de um mundo ficcional.

De qualquer forma, em tempos de acentuada convergência midiática e da crescente participação do público no desenvolvimento e aprimoramento de produtos culturais junto à indústria do entretenimento, fica cada vez mais patente que, a fim de examinar e compreender certos produtos culturais em toda sua complexidade, é fundamental adotarmos não apenas uma abordagem intermediária que permita estabelecer uma comparação avaliativa entre duas ou mais mídias distintas, mas também uma abordagem transmidiática que contemple as franquias e que possibilite, assim, incluir como objeto de estudo as extensões em outras mídias que suplementam uma narrativa principal ou que se suplementam mutuamente e que auxiliam, não na simples replicação, mas na reverberação e ampliação do conteúdo em outros ambientes midiáticos.

Referências

BORDWELL, David. Now Leaving from Platform 1. 19 ago. 2009. *Observations on Film Art*. Disponível em: <<http://www.davidbordwell.net/blog/2009/08/19/now-leaving-from-platform-1/>>. Acesso em: 12 mar. 2015.

DENA, Christy. *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. 2009. Tese (Doutorado em Cultura Digital). School of Letters, Art and Media, University of Sydney, Sydney, 2009.

EDER, Jens. Transmediality and the Politics of Adaptation: Concepts, Forms, and Strategies. In: HASSLER-FOREST, Dan; NICKLAS, Pascal (Ed.). *The Politics of Adaptation: Media Convergence and Ideology*. London: Palgrave Macmillan, 2015. p. 66-81.

EVANS, Elizabeth. *Transmedia Television: Audiences, New Media and Daily Life*. New York/London: Routledge, 2011.

FIGUEIREDO, Camila Augusta Pires de. *Em busca da experiência expandida: revisitando a adaptação por meio da franquia transmidiática*. 2016. 238 f. Tese (Doutorado em Literatura Comparada) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/ECAP-A8JFED/tese4camila.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 30 maio 2017.

JENKINS, Henry. Adaptation, Extension, Transmedia. *Literature/Film Quarterly*, v. 45, n. 2, Spring 2017. Disponível em: <http://www.salisbury.edu/lfq/_issues/first/adaptation_extension_transmedia.html>. Acesso em: 30 maio 2017.

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

JENKINS, Henry. The Aesthetics of Transmedia: In Response to David Bordwell (Part One), 10 set. 2009. *Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins*. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i.html#sthash.Wjob1lgO.dpuf>. Acesso em: 12 mar. 2015.

JENKINS, Henry. Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technological Review*, 15 jan. 2003. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>>. Acesso em: 12 mar. 2015.

RAJEWSKY, Irina O. *Intermedialität*. Tübingen: Francke/UTB, 2002.

RAJEWSKY, Irina O. Intermediality and Transmediality: Separating the Fields. Palestra proferida no Colóquio Escrita, Som e Imagem, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 9-13 maio 2017.

RAJEWSKY, Irina O. Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality. *Intermédialités: histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques/Intermedialities: history and theory of the arts, literature and techniques*. Montréal, n. 6, p. 43-64, automne 2005.

RAJEWSKY, Irina O. Potential Potentials of Transmediality: The Media Blindness of (Classical) Narratology and its Implications for Transmedial Approaches. *Translatio*. Transmédialité et transculturalité en littérature, peinture, photographie et au cinéma. Amériques – Caraïbes – Europe – Maghreb, hg. v. Alfonso de Toro. Paris: L’Harmattan, 2013. p. 17-36.

RAJEWSKY, Irina O. Transmedia Storytelling and Transmedial Narratology: Defining the Fields. Palestra proferida na Conferência *Transmedia Storytelling and Its Reception: Economies and Politics of Participation*, Schloss Herrenhausen, Hannover, 25-27 fev. 2015.

RAJEWSKY, Irina O. Transmedial Narratology and Intermedial Adaptations. Palestra proferida na Winter School “Transmedial Narratology: Theories and Methods”, Tübingen, 23-26 fev. 2016.

RYAN, Marie-Laure. Transmedial Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today*. v. 34, n. 3, p. 361-388, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1215/03335372-2325250>.

VOIGTS, Eckart. Literature and Television (after TV). In: RIPPL, Gabriele (Ed.). *Handbook of Intermediality: Literature – Image – Sound – Music*. Berlin/Boston: De Gruyter, 2015. p. 306-324. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110311075-018>.

WOLF, Werner. Intermediality. In: HERMAN, David; JAHN, Manfred; RYAN, Marie-Laure (Ed.). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. Oxfordshire: Routledge, 2005. p. 252-256.

Recebido em: 31 de maio de 2017.

Aprovado em: 14 de setembro de 2017.