

¿Narrativa Transmedia: una solución para el cine del siglo XXI?

Dr. Vicente Gosciola - Universidad Anhembi Morumbi (Brasil) * –
vicente.gosciola@gmail.com

Resumen: A partir da revisão dos princípios de roteiro e narrativa em Cinema do séc. XX, observamos sua presença e papel nas novas mídias que fazem uso do audiovisual. São, portanto, assim encarados os novos meios de comunicação: como um meio e um complexo sistema de comunicação audiovisual. Com o Cinema foi possível identificar as dificuldades de sua consolidação da comunicação audiovisual. Através de um breve estudo histórico, esta apresentação aborda o Cinema do séc. XX, por ventura interativo, como uma forma de expressão e um meio de entretenimento que não atendeu as demandas sociais que, agora, a narrativa transmídia promete fazer. Tratamos da ideia de que o Cinema tem dificuldades em se adequar às transformações comunicacionais por não popularizar a narrativa transmídia, ao não promover seus elementos que apontam para uma perspectiva de futuro. Assim também nos parece a direção das fundamentais reflexões de Lorenzo Vilches (2013: 27-46) sobre narrativa transmídia para a TV. Assim como Denis Porto Renó (2012: 22) vem estudar e praticar sobre as possibilidades de a narrativa transmídia ter o seu papel reconhecido no jornalismo e no documentário, investigamos se a narrativa transmídia vem ocupar este espaço sem necessariamente excluir o Cinema do séc. XXI, ao contrário, das atividades sociais de entretenimento e divulgação cultural. Assim, verificamos a estrutura da narrativa transmídia, desde as suas unidades específicas até a sua associação e permeabilidade às especificidades de outras formas narrativas, entre game, ARG, literatura, Cinema, TV, web, etc. Há uma grande

inquietação em torno da narrativa transmídia, se seria o grande paliativo para as diversas crises narrativas dos mais variados meios de comunicação. Em sua lógica, a narrativa transmídia teria um potencial para abrandar os efeitos negativos da crise narrativa, mas, para o desconforto geral, a narrativa transmídia não é o conteúdo em si, ela é a estratégia de comunicação. É por este percurso que a apresentação deseja seguir, até compreender o papel atual da narrativa transmídia no universo do entretenimento.

Palabras clave: Narrativa Transmedia; Cine; Comunicación; Audiovisual; Interactividad.

1. Introducción

Comprender os processos interativos da narrativa transmídia como algum tipo de solução para o Cinema do séc. XXI, exige uma clara a definição de narrativa audiovisual. Audiovisual, para Gianfranco Bettetini, é um produto -seja o objeto ou o processo no âmbito comunicacional- que se dirige às percepções sensoriais da audição e da visão (Bettetini, 1996: 32). Enquanto que a escultura, a pintura, a fotografia e o Cinema do séc. XXI fazem referência apenas à percepção visual, o audiovisual se encontra em meios como a televisão, o Cinema do séc. XXI sonoro, o vídeo, a animação, a computação gráfica, a hipermídia e a realidade virtual (Gosciola, 2010: 19).

Vale lembrar que as plataformas digitais que até o momento são dirigidas exclusivamente às percepções sonora e visual, terão ampliada essa característica com os novos recursos em desenvolvimento voltados para o tato, o olfato, o paladar e o vestibular (que dá conta da noção de equilíbrio). É notável a presença do audiovisual na sociedade. Em 2014, o blog oficial do YouTube¹ anunciou que o site de compartilhamento de vídeo estava recebendo mais de 48 horas de vídeo por minuto, “um aumento de 37% nos últimos seis meses e 100% sobre o ano passado” (YouTube, 2011). Em janeiro de 2009 79% dos sites de empresas já continham vídeos (Robertson, 2009). No final de

¹ YOUTUBE Blog. Thanks, YouTube community, for two BIG gifts on our sixth birthday! 25 de maio de 2011. Acesso em 01/3/2012, <http://youtube-global.blogspot.com/2011/05/thanks-youtube-community-for-two-big.html>

2010, de todo o acesso à web no EUA, 50% era para ver vídeo (Rick, 2010). Segundo a CISCO², a expectativa é que no final de 2012, 50% de todos os acessos do planeta será para ver vídeos (, 2011).

2. O legado do Cinema do séc. XXI, da literatura e da televisão de ficção para o Cinema do séc. XXI

Tal atração que o vídeo exerce junto ao público vem, certamente, da experiência cinematográfica e televisual que consolidou a linguagem audiovisual. É fato que o audiovisual já possui uma linguagem específica e já formou seu público e onde essa linguagem teve o seu mais amplo desenvolvimento foi no modo ficcional. Em que pese todo o avanço da linguagem audiovisual proporcionado pelos trabalhos documentais e jornalísticos, é a ficção que mais exige novidades da linguagem.

A ficção audiovisual nasceu praticamente com o cinema. É possível considerar o filme de Louis Lumière, *L'arroseur arrosé*³ (O Regador Regado, 1895), como o primeiro filme ficcional. Uma singela piada toma forma pela imagem em movimento registrada por Lumière. Como uma piada, o enredo é muito simples, com começo meio e fim, sem outras pretensões a não ser levar graça ao público em um único plano de um minuto com a câmera fixa. Provavelmente, um dos primeiros filmes de ficção seja *Une nuit terrible*⁴ (Uma noite terrível, 1896) de Georges Méliès que, ainda que seja uma história muito curta, tem um enredo um pouco mais elaborado. E boa parte do que se fez em cinema ficcional até hoje teve em Méliès o seu início. Mas, ainda mais significativa para a linguagem audiovisual, seria a contribuição de D.W. Griffith ao dirigir *Intolerance: love's struggle throughout the ages*⁵ (Intolerância, 1916), um filme que reúne todas as técnicas e recursos de linguagem mais avançadas em um

² CISCO VNI. Cisco Visual Networking Index: forecast and methodology 2010-2015. 01/6/2011. Acesso em 01/3/2012, http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-481360_ns827_Networking_Solutions_White_Paper.html

³ *L'ARROSEUR arrosé* (O Regador Regado). Direção: Louis Lumière. Produção: Louis Lumière, 1895. 1 min., 35 mm.

⁴ *UNE NUIT terrible*. Direção: Georges Méliès. Produção: Georges Méliès. França: Star Film, 1896. 1 min.

⁵ *INTOLERANCE: love's struggle throughout the ages*. Direção: D.W. Griffith. Produção: D.W. Griffith. EUA: Triangle / Wark, 1916. 163 min., 35mm.

longa-metragem de uma produção vultosa. A atitude convergente, por assim dizer, da linguagem audiovisual não poupou esforços para agregar sempre mais e mais recursos para ampliar seu poder comunicacional. No cinema não seria diferente: em 1926 foi lançado comercialmente o primeiro filme sonoro, *Don Juan*⁶ de Alan Crosland, que tinha discos da Vitaphone para serem tocados em alguns momentos do filme.

3. A convergência ou integração de meios de comunicação imaginada em algumas narrativas

A narrativa transmídia tem em sua estrutura fundamental a integração de meios de comunicação ou convergência de plataformas como vem sendo chamada. Antes que as novas mídias tivessem esse poder amalgamador, muito foi imaginado pela literatura e pelo cinema. Já no livro *Brave New World* (Admirável mundo novo, 1931), Aldous Huxley imaginou para 2540 o “cinema do sensível”, que seriam salas de cinema em que os filmes e os equipamentos de projeção e poltronas estimulam as percepções sonora, visual, tátil e olfativa (Huxley, 2001: 90). E Ray Bradbury em seu livro *Fahrenheit 451*⁷ (1953) projetou para 2453, a TV mural, um monitor de tela plana, com programas interativos ao vivo, personalizados e, ao mesmo tempo, massivos (Bradbury, 1988: 18).

Na TV surgiu uma série com muitos predicados para tratarmos o tema. Era a *Star Trek*⁸ (1966) criada por Gene Roddenberry que imaginou o seguinte: em 2200, a nave que realiza voos pelo universo, Enterprise, teria o holodeck, um espaço para a aprendizagem, para a saúde mental e para o lazer através de projeções holográficas e sonoras de alta definição, com um complexo sistema de estímulo olfativo, tátil e vestibular.

No cinema, além da adaptação muito fiel de *Fahrenheit 451*⁹ de Bradbury por François Truffaut em 1966, a convergência também tem a sua vez, como no

⁶ *DON Juan*. Direção: Alan Crosland. EUA: Warner / Vitaphone, 1926. 110 min., 35mm.

⁷ BRADBURY, Ray. *Fahrenheit 451*. São Paulo: Melhoramentos, 1988.

⁸ *STAR Trek* (Jornada nas estrelas). Gene Roddenberry, EUA, 1966.

⁹ *FAHRENHEIT 451*. Direção: François Truffaut. Produção: Lewis M. Allen. Reino Unido: Anglo / Vineyard, 1966. 112 min., 35 mm.

filme *Bis ans Ende der Welt*¹⁰ (Até o Fim do Mundo, 1991) de Wim Wenders, que imaginou para um futuro próximo, 1999, um dispositivo móvel que permite gravar os sonhos e a imaginação das pessoas, o que lhes consome todos os minutos do dia, causando uma completa pandemia.

4. O público da cultura da convergência

É muito oportuno lembrar a definição de cultura da convergência de Henry Jenkins:

Bem-vindo à cultura da convergência, onde mídias antigas e novas colidem, onde mídias corporativas e populares se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor de mídia interagem de formas imprevisíveis. Cultura da convergência é o futuro, mas está tomando forma agora. Os consumidores serão mais poderosos dentro de cultura da convergência, mas apenas se reconhecer e usar esse poder como consumidores e cidadãos, como participantes plenos em nossa cultura. (Jenkins, 2006b, pp.259-260)

De fato, quem quiser encontrar o grande agrupamento do público das novas mídias certamente terá de olhar para onde as velhas e as novas mídias colidem. Mas esse público tem mais características peculiares. É esse, o público de uma TV conectada ou de um cinema do séc. XXI? Usuários de Cinema do séc. XXI são, ao mesmo tempo, produtores e realizadores. Mesmo antes das novas mídias, esse tipo de público foi identificado. Décio Pignatari já definia, ainda que de maneira enfática o produssumo como a mudança do mundo do consumo pelo mundo da troca ou da informação, em 1969:

Não há mais tempo para textos, só para títulos. [...] A tecnologia chega a um tal ponto de requinte que passa a requerer o marco zero de uma NOVA BARBÁRIE para desobstruir os poros. [...] Os modelos de consumo hoje são os modelos da produção de quarenta

¹⁰ *BIS ans Ende der Welt*. Direção: Wim Wenders. Produção: Paulo Branco. Alemanha / França / Austrália : Argos / Road / Village / Warner, 1991. 280 min., 35 mm.

anos atrás: vide Oswald de Andrade e o tropicalismo do grupo baiano. É tempo de PRODUSSUMO. O estudante está para a universidade como o operário para a fábrica. O estudante é o operário da informação. Os estudantes repetem na superestrutura os modelos das lutas operárias infra-estruturais do passado. PRODUSSUMO. O mundo do consumo substituído pelo mundo da informação [...] campo aberto para os novos modelos de batalha informacional. (Pignatari, 2004, pp. 31-32)

Pignatari antecipou em mais de uma década a criação do conceito prosumer de Alvin Toffler (1980: 11). Ambos os autores preconizaram o modelo econômico do futuro. Uma última revisão desse conceito surgiu em 2008, mais configurado para o mundo digital, quando Axel Bruns cunhou o termo produser (Bruns, 2008: 2). Esse então é o público que se configura nestes tempos. Será ele a audiência e o colaborador do Cinema do séc. XXI e o mais preparado para desfrutar o melhor da narrativa transmídia.

5. Conceituação de Narrativa Transmídia (Transmedia Storytelling)

Para entendermos as possibilidades da narrativa transmídia para Cinema do séc. XXI, cabe observar com detalhamento a sua conceituação. Em primeiro lugar, verificar o seu universo, porque a narrativa transmídia tem forte repercussão nesse momento em que tanto o público quanto os distribuidores de conteúdos procuram um entretenimento ampliado, que assim se faz graças à participação dos consumidores e à convergência de plataformas e conteúdo. E assim é a narrativa transmídia, uma grande história dividida em múltiplas narrativas, distribuídas entre diferentes mídias, cada mídia faz, a seu modo, sua contribuição para história. Desse modo, a narrativa transmídia constrói uma experiência coordenada e unificada de entretenimento. Leva em conta a singularidade de cada mídia de modo a potencializar a expressividade particular a cada narrativa.

Tão importante quanto tudo isso, é o fato de que a narrativa transmídia atravessa diferentes mídias o que lhe permite criar um universo ficcional ao redor da obra. Todavia, um cuidado à diferenciação entre narrativa transmídia

e crossmídia (Jenkins, 2006b, pp.123-124). Crossmídia é um projeto, comumente publicitário, que faz uso de diferentes plataformas ou mídias, mas a mesma história é veiculada por elas. É certo que cada mídia conta a mesma história, porém, adaptada às condições de cada uma. Por sua vez, a Narrativa Transmídia é uma grande história dividida em várias partes. Cada parte é distribuída para uma mídia específica, mídia esta que possa melhor expressar a sua parte da história. Todas as mídias e todas as partes da história são integradas, não exatamente do mesmo modo.

E as redes sociais têm papel fundamental em transmídia, mas não são obrigatórias. Às vezes um projeto de narrativa transmídia também faz uso de vídeos virais. A narrativa transmídia não é, portanto, qualquer estratégia que envolva mais de uma plataforma de mídia e que reproduza as mesmas histórias através de múltiplas plataformas. Também não é narrativa transmídia um conteúdo em plataforma analógica disponibilizada on-line, ou uma adaptação de um livro ou HQ para outra plataforma, ou produtos licenciados (Jenkins, 2011).

6. Primeiros usos do conceito transmídia

Enfrentar a conceituação de um fenômeno aparentemente tão recente pede a atenção ao passado, aos primeiros usos do termo, como veremos a seguir:

- trans-media music: em 1975, o instrumentista e compositor Stuart Saunders Smith criou o conceito trans-media music, que seria a composição de melodias / harmonias / ritmos diferentes para cada instrumento e para cada executor, como se fosse um compositor que complementaria obra coerentemente com os outros instrumentistas / compositores. (Smith, 1995, pp. 63-143)
- transmedia intertextuality: super-sistema de entretenimento batizado em 1991 por Marsha Kinder de intertextualidade transmídia (Kinder, 1993: 1).

- think transmedia: no artigo *Creating Core Content in a Post-Convergence World*, escrito por Brenda Laurel¹¹ em 2000, há a seguinte definição:

Precisamos abandonar o velho modelo de criação de propriedade exclusiva em um determinado meio, como filme, e depois redirecioná-lo para criar propriedades secundárias em outras mídias. Temos de pensar em termos “transmídia” desde o início (Laurel, 2000).

- transmedia exploitation of branded properties e transmedia storytelling; Henry Jenkins preocupa-se em 2001, respectivamente, com o comportamento transmídia das grandes conglomerações e com a convergência das mídias como promotora da narrativa transmídia no desenvolvimento de conteúdos através de múltiplas plataformas (Jenkins, 2001).

Atualmente o conceito vem sendo considerado conforme a definição de Henry Jenkins em seu livro *Convergence Culture*, que já foi citada anteriormente, teve sua origem em um texto que Jenkins escreveu para a *Technology Review*, que define o conceito assim:

A forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz melhor para que uma história possa ser introduzida em um filme, expandiu-se para a televisão, novelas e histórias em quadrinhos, e seu mundo pode ser explorado e vivenciado durante o jogo. Cada entrada de franquia deve ser autossuficiente o bastante para permitir o consumo autônomo. Ou seja, você não precisa ter visto o filme para desfrutar do jogo e vice-versa. Como *Pokemon* faz tão bem, um determinado produto é um ponto de entrada na franquia como um todo (Jenkins, 2001).

¹¹ Cabe complementar que Brenda Laurel fundou, em 1996, e presidiu até 1999 uma empresa transmídia voltada para o desenvolvimento de produtos para meninas pré-adolescentes.

7. Alguns exemplos de narrativa transmídia a partir do audiovisual

Há muitos exemplos de narrativa transmídia, especialmente o que é chamado de live transmedia, ou ARG, alternate reality game, que utilizam a narrativa transmídia nos mais diversos meios de comunicação, mas também desafiam a sua audiência a participar de atividades em espaços públicos. Christy Dena desenvolveu um mapeamento muito completo desse tipo de transmídia (Dena, 2010). O ARG seria a transmídia levada às suas últimas consequências. Entre alguns ARGs destacados temos: *The Beast*¹², de 2001, da Microsoft, para promover o filme Inteligência Artificial¹³; *I Love Bees*, 2004 para promover o game *Halo 2*¹⁴, que para desvendar um único enigma (puzzle) produziu mais de 1700 horas de telefonemas; *The Art of the Heist*¹⁵, 2005, com a participação do presidente da montadora Audi para promover o lançamento do Audi A 3; *Lost Experience*¹⁶, 2006, para manter os espectadores e fãs ligados à série enquanto a segunda temporada não era lançada; *Year Zero*¹⁷, de 2007, da banda Nine Inch Nails, desenvolvido pelo seu único integrante, Trent Reznor, para promover o lançamento do novo álbum; *Perplex City*¹⁸, de abril de 2005 a fevereiro de 2007, praticamente um ARG autossustentável, um dos únicos sem vínculos com empresas e produtos, permaneceu no ar por dois anos. Um grande exemplo de ARG brasileiro foi o *Zona Incerta*¹⁹, realizado em parceria com a revista Superinteressante, publicação da Editora Abril, e da marca Guaraná Antarctica, da empresa de bebidas AMBEV. A ideia original é de Denis Burgierman, Rafael Kenski e Renato Cagno. O editor-chefe é Rafael Kenski e o roteirista, André Sirangelo. Foi um total de seis meses de pré-

¹² *THE BEAST*. Criação: Sean Stewart. Produção: Elan. EUA: Microsoft, 2001. ARG.

¹³ *ARTIFICIAL Intelligence: AI*. Direção: Steven Spielberg. Produção: Bonnie Curtis. EUA: Warner / DreamWorks / Amblin / Stanley Kubrick, 2001. 146 min., 35 mm.

¹⁴ *HALO 2*. Desenvolvimento: Bungie Studios. Publicação: Microsoft. 09 de novembro de 2004. videogame.

¹⁵ *THE ART of the Heist*. Criação: McKinney / Chelsea Pictures/Campfire. EUA: Audi, 2005. ARG.

¹⁶ *LOST Experience*. Criação: Jordan Rosenberg. Produção: Carlton Cuse e Damon Lindelof. EUA: ABC / Channel 7 / Channel 4, 2006. ARG.

¹⁷ *YEAR Zero*. Criação: 42 Entertainment. Produção: Nine Inch Nails. 12 de fevereiro de 2007. ARG

¹⁸ *PERPLEX City*. Criação: Michael Smith. Produção: Mind Candy. abril de 2005 a fevereiro de 2007. ARG.

¹⁹ *ZONA Incerta*. Criação: Denis Burgierman, Rafael Kenski e Renato Cagno. Produção: Rafael Kenski e André Sirangelo. Brasil: Editora Abril, 2007. ARG.

produção, nove sites, 30 páginas da revista, uma web série em vídeo, muitos encontros presenciais para desvendar uma grande conspiração com uma grande história durante 15 semanas.

Vale observar um detalhe importante sobre a narrativa transmídia: algumas vezes o projeto não nasce como transmídia, isto é, as oportunidades de ampliação da história surgem depois de iniciado o projeto. Como é o caso da cine-série *The Matrix*²⁰²¹²² (1999), de Andy Wachowski e Lana Wachowski, que muitas vezes é citada como um projeto transmídia baseado em um filme. A série de TV *Lost*²³ (2004–2010), de J.J. Abrams, Jeffrey Lieber e Damon Lindelof, inicialmente não era transmídia, mas foi adotando outras plataformas e narrativas complementares com a intenção de manter o interesse pela série junto ao público durante o período entre as temporadas. Por outro lado, a série de TV *Heroes*²⁴ (2006–2010), de Tim Kring, foi desde o início um projeto transmídia.

A trajetória destas séries permite vislumbrar como construir o universo da história, seus elementos narrativos de apoio e ampliação e as plataformas de comunicação para o Cinema do séc. XXI. Dessa observação surgiu um mapeamento do mundo narrativo sugerido por Jill Golick que faz muito sentido para produtores de conteúdo para o Cinema do séc. XXI. Com mais de 20 anos de experiência na indústria da televisão, para a qual já criou e produziu quatro séries digitais interativas, a professora de Roteiro para Televisão e Narrativa Transmídia na York University, compreendeu que a narrativa transmídia, ou *story universe* (Golick, 2010), é composta de uma história principal, ou a grande aventura, imediatamente cercada por histórias complementares, tais como:

²⁰ *THE MATRIX*. Direção: Andy Wachowski; Lana Wachowski. Produção: Bruce Berman. EUA e Austrália: Warner/ Village / Groucho / Silver, 1999. 136 min., 35 mm.

²¹ *THE MATRIX Reloaded*. Direção: Andy Wachowski; Lana Wachowski. Produção: Bruce Berman. EUA e Austrália: Warner / Village / Silver / NPV / Heineken, 2003. 138 min., 35 mm.

²² *THE MATRIX Revolutions*. Direção: Andy Wachowski; Lana Wachowski. Produção: Bruce Berman. Austrália e EUA: Warner / Village / NPV / Silver, 2003. 129 min., 35 mm.

²³ *LOST*. Criação: J.J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof. Produção: Ra'uf Glasgow. EUA: ABC / Touchstone / Bad Robot / Grass Skirt, 2004-2010. 42 min. x 6 temporadas, 35 mm. - HDTV.

²⁴ *HEROES*. Criação: Tim Kring. Produção: Tim Kring. EUA: Tailwind / NBC / Universal, 2006-2010. 45 min. x 4 temporadas, 35 mm. - HDTV.

- histórias de personagens secundários e/ou os seus próprios pontos de vista da história principal
- contribuições de fãs, como vídeos, fotos, trilhas sonoras
- conteúdos criados por fãs e/ou fan fictions
- cenas de bastidores e/ou making of
- mitologias
- histórias reais
- músicas
- histórias de *storyverse* (conexões criadas entre as histórias complementares) e/ou o passado das histórias de *storyverse*
- o futuro das histórias de *storyverse*

Todas essas histórias são distribuídas entre as mais diversas plataformas, como por exemplo: Cinema do séc. XXI, série de TV, literatura, flash mob, Twitter, smart phone, pod cast, dvd, tablet, site, YouTube, cd, websode, HQ, documentário, rádio, teatro, brinquedo, merchandise, graphic novel, game social, evento ao vivo, FaceBook, blog, Flickr, videogame, etc.

8. As oportunidades do encontro entre a Narrativa Transmídia e o Cinema do séc. XXI

A popularização da Narrativa Transmídia em Cinema do séc. XXI depende algumas condições que estão muito próximas de serem atendidas. Em primeiro lugar é necessário ampliar o alcance da banda larga e rede sem fio em logradouros e instituições diversos de modo a facilitar as atividades ao vivo de projetos transmídia. O acesso mais amplo à toda a população a dispositivos móveis com conexão Wi-Fi. Criar projetos transmídia para a familiaridade dos usuários com as plataformas e redes sociais, pois é necessário consolidar as redes sociais, independente da rede porque quanto mais pessoas em rede maior o acesso às e das narrativas transmídias. Fortalecer as redes sociais e outros tipos de sites como centro de consumo e produção, uma ação diretamente voltada para o produssumidor. Desenvolver projetos transmídia para uma faixa mais abrangente do público. Como se vê, todas essas

condições são plenamente passíveis de realização porque já se encontram em franco progresso.

Sendo assim, os projetos transmídias para o Cinema do séc. XXI devem levar em conta a familiaridade do público com as plataformas consideradas para o projeto. Fica claro, também, que, por basear a integração das narrativas e plataformas através das redes sociais, há menor chance de ocultação ou distorção de informação. É inescapável a condição de cultura colaborativa, onde a construção do conhecimento é transparente e rápida. E inevitável a conscientização de que a cultura está em transformação porque mudou a relação entre público consumidor, produtor e conteúdo. E finalmente, mas não menos importante, os meios de comunicação não estão mudando apenas no nível tecnológico como a cultura também está mudando significativamente, o que altera substancialmente a TV, do modelo de negócio à qualidade do conteúdo.

Como uma sinfonia, a comunicação em narrativa transmídia para o Cinema do séc. XXI permite vislumbrar o final do antigo formato de conteúdo e prenuncia agora um novo formato em que a TV não é mais a plataforma hegemônica. Mas, por outro lado, a narrativa transmídia pode levar o Cinema do séc. XXI a um novo patamar no cotidiano do seu público, que já se habitua a múltiplas narrativas complementares nos mais diversos ambientes e plataformas. E para que o público possa circular adequadamente entre as diversas narrativas e plataformas, a narrativa transmídia necessita de um canal integrador ágil e complexo, um papel perfeitamente adequado à Cinema do séc. XXI que atualmente está sob o domínio da web.

Tudo isso também porque, hoje, o usuário se desloca mais ou convive mais com os diversos meios de comunicação; um público que realmente interessa à Cinema do séc. XXI. Mesmo porque as narrativas para dispositivos fixos podem ser mais longas e com maior complexidade em termos de narrativas complementares, como se configura a narrativa transmídia. Já as narrativas para dispositivos móveis requerem conteúdos mais sintéticos, como um curta-metragem ou um game casual, principalmente porque os ambientes, por onde o usuário passa, exigem maior atenção no deslocamento e favorecem a

dispersão promovida por cada novidade no espaço ou na atmosfera. E como, em Cinema do séc. XXI, a distribuição de conteúdo é massiva cabe ao projeto organizar uma boa estrutura de servidores ou até mesmo de nuvens de acesso e envio de dados, principalmente porque o público também produz conteúdo. E se a mobilidade e a portabilidade requerem dispositivos pessoais e ubiquidade de comunicação, vale lembrar que, nesse caso, as telas pessoais podem ser pequenas, o que exige uma certa parcimônia em termos gráficos, cromáticos e dinâmicos. Assim, entendemos que a narrativa transmídia tem muito a contribuir em termos de conteúdo para o Cinema do séc. XXI.

9. Referencias bibliográficas

Bettetini, G. (1996). *L'audiovisivo: dal Cinema do séc. XXI ai nuovi media*.

Milano: Bompiani.

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond from production to produsage*. New York: Peter Lang.

Dena, C. ARGs Around the World – Part 1. Christy's Corner of the Universe, 03/3/2010. Acesso em 01/3/2012, <http://www.christydena.com/online-essays/worldwideargs1/>

Golick, J. Story Universe. Abril de 2010. Acesso em 01/3/2012, <http://www.jillgolick.com/wp-content/uploads/2010/04/transmedia-storytelling.jpg>

Gosciola, V. (2010). *Roteiro para as Novas Mídias: do Cinema do séc. XXI às mídias interativas*. São Paulo: Senac.

Huxley, A. (2001). *Admirável mundo novo*. São Paulo: Globo.

Jenkins, H. Convergence? I Diverge. Technology Review, 06/2001, p.93.

Acesso em 01/3/2012, <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/converge.pdf>

Jenkins, H. Transmedia Storytelling. Technology Review, 15 de janeiro de 2003. Acesso em 01/3/2012,

http://www.technologyreview.com/printer_friendly_article.aspx?id=13052

Jenkins, H. (2006a). *Fans, bloggers and gamers*. New York: New York University.

Jenkins, H. (2006b). *Convergence culture*. New York: New York University.

Jenkins, H. Transmedia LA: Henry Jenkins. Thoughts on the T, 22/9/2011.

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

Acesso em 01/3/2012, <http://christineweitbrecht.com/?p=167>

Kinder, M. (1993). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California.

Laurel, B. Creating Core Content in a Post-Convergence World. TauZero. 14/4/2000. Acesso em 01/3/2012,

http://tauzero.com/Brenda_Laurel/Recent_Talks/ContentPostConvergence.html

Murray, J. (2003). *Hamlet no Holodeck*. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp.

Pignatari, D. *Contracomunicação*. Cotia: Ateliê, 2004.

Renó, D. P. (2012). *Documentários em novas telas*. Colección Cuadernos Artesanos de Latina, TenerifeÇ Sociedad Latina de Comunicación Social.

Rick, C. Video Is Over 50% of Bandwidth Consumption In US. ReelSEO, dezembro de 2010. Acesso em 01/3/2012, <http://www.reelseo.com/video-50-bandwidth-consumption/>

Robertson, M. R. How Companies and Sectors Use Website Video. ReelSEO, janeiro de 2009. Acesso em 01/3/2012, <http://www.reelseo.com/view-index-feb-09/>

Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantam.

Vilches L. (2013). El fin del modelo único de televisión. In: Lorenzo Vilches (coord.). *Convergencia y transmedialidad: la ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa, pp.27-46.

* A apresentação desta pesquisa no VI Congresso Latina de Comunicación Social conta com o apoio da FAPESP.