

# sessões do MAGINÁRIO

VOL. 18 | N. 30 | 2013



CURTA NOSSA  
PÁGINA

**Caravaggio, Rammstein  
e Madonna**

Ticiano Paludo

**P.79**

**Hipermodernidade, sociabilidade  
e tecnologias digitais**

Erika Oikawa

**P.89**

**Manifestações e mídias  
alternativas**

Antonio Brasil e Samira Moratti Frazão

**P.127**

# As histórias em quadrinhos e suas extensões em produtos midiáticos: a narrativa transmidiática de *The Walking Dead*

*Comics and its extensions in media products: transmedia storytelling in "The Walking Dead"*

Rafael Jose Bona<sup>1</sup> 

Marina Pacheco de Sousa<sup>2</sup> 

## Resumo

Henry Jenkins (2009) diz que uma narrativa transmídia é construída para atrair os mais diversos públicos, adaptando seu texto e conteúdo conforme necessidade de cada suporte midiático. Dentro dessa realidade, surgiu o objetivo deste trabalho, que foi estudar e analisar a narrativa transmídia em *The Walking Dead*. Para o estudo, foi selecionado a história em quadrinhos *The Walking Dead* (2003) e suas transposições narrativas para: seriado de televisão (2010), web série (2011) e *game* (2012), que levam o mesmo nome. Os resultados demonstram que a ligação entre os conteúdos deu-se por meio de extensões das histórias e por suas apresentações visuais nos diferentes suportes que fazem parte do universo da franquia em questão.

## Palavras-chave

Narrativa transmídia; cultura da convergência; *The Walking Dead*.

## Abstract

Henry Jenkins (2009) says that a transmedia storytelling is built to attract all audiences, adapting text and content as needed for each media support. From this context, this paper aims to study and analyze the transmedia storytelling in *The Walking Dead*. Thus, it was selected the comic series *The Walking Dead* (2003) and its narrative transpositions to TV series (2010), web series (2011) and game (2012). Results show that the connection among the content was made by history extensions and their visual presentations in different formats, which are part of the franchises's universe.

## Keywords

Transmedia storytelling; convergence culture; *The Walking Dead*.

## Introdução

Por muitos anos, as mídias de massa dominaram o mercado da comunicação. As mensagens eram construídas genericamente para que fosse possível atingir o maior número de espectadores e não para uma audiência estratificada, com interesses específicos. Porém, o atual cenário da comunicação já não trabalha tendo como base atingir a massa. Cada vez mais, por exemplo, são encontrados canais de televisão voltados para o público infantil, revistas especializadas na saúde da mulher, etc. (Cappo, 2006).

A explanação de Cappo não tem a ver com o desaparecimento das mídias de massa. Vale aqui lembrar o que Jenkins (2009) disse: as velhas mídias (mídias de massa) não desapareceram, mas, sim, aprenderam a conviver com os meios emergentes. O declínio que aqui se refere é o das mensagens enviadas por esses meios com o objetivo de atingir a grande massa. Com os novos recursos tecnológicos e o advento das novas mídias, as mensagens são geradas conforme o perfil do público de cada plataforma midiática, cada qual com sua própria linguagem.

Lucia Santaella (2003) argumenta que, a partir de 1980, as mídias e suas linguagens começaram a trabalhar de forma misturada, fato que propiciou uma multiplicação das mídias, fazendo com que as mensagens produzidas por esses meios estivessem distribuídas por diversas plataformas midiáticas, como nos suplementos literários ou culturais especializados de jornais e revistas, nas revistas de cultura, no radiojornal, telejornal etc. Nesse mesmo período, paralelamente ao transcórrer deste processo de hibridização das mensagens, surgiam novos equipamentos e dispositivos que, conforme

define Santaella, viabilizaram o surgimento de uma cultura do disponível e do transitório.

Luli Radhafer, em entrevista ao portal GECORP sobre o desenvolvimento de um novo modelo de propaganda, afirma que “[...] tudo que se conhece por comunicação de massa vai se esfacelar de vez. O conteúdo será verdadeiramente customizado, e provavelmente surgirá da comunidade. É o que se chama por aí de inteligência coletiva.” (Radhafer, 2007, on-line).

A afirmação de Radhafer vem para reafirmar os estudos sobre cultura da convergência apresentados aqui, no qual os conteúdos são distribuídos por diferentes mídias com cada uma delas apresentando uma linguagem específica, seja ela escrita, sonora, visual ou audiovisual.

O atual momento que está sendo vivido pela comunicação é o resultado de uma revolução que vem acontecendo há mais de meio século. Segundo Sobrinho e Acir (2011), a migração do mundo analógico para o mundo digital, principalmente nos anos 1990, afetou tanto os processos de produção como o de distribuição e de consumo de informação. Refere-se à criação do universo digital que, além de alterar em diversos aspectos as chamadas “velhas mídias”, também foi porta de entrada para as novas mídias.

Foi dentro desse contexto que surgiu o objetivo deste trabalho que foi o de analisar as extensões das histórias em quadrinhos (HQs) e suas transposições para outros meios de comunicação. Para o estudo foi selecionado a HQ *The Walking Dead* (2003) e suas transposições narrativas para um seriado de televisão (2010), web série (2011) e *game* (2012), todos pertencentes à franquia *The Walking Dead*.

## Narrativa transmídia

Para Benjamin (1994, p. 205), “[...] a narrativa é uma forma artesanal de comunicação. Ela mergulha a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele.” Benjamin propõe que a narrativa é a expressão da experiência, ou seja, o que o autor narra provém de experiência própria ou de um relato de experiência de outra pessoa.

Narrativa pode ser definida como um discurso que se utiliza de um universo fantasioso para criar um mundo real. Para criar este “mundo real”, a narrativa conta com o apoio das personagens e do próprio narrador da história (Barbosa; Rabaça, 2001, p. 505).

Relatadas de forma oral, escrita ou visual, com o surgimento das novas mídias e as mudanças na forma de produção e consumo de informação, é possível perceber hoje a apresentação de histórias por meio de diversas plataformas midiáticas. Os recursos atuais permitem que as histórias sejam trabalhadas de diferentes perspectivas em cada mídia e que percorram caminhos dispersos, porém, que em algum momento do roteiro estas histórias se cruzem e de alguma forma contribuam para o todo. Essa ligação e contribuição entre as histórias é uma premissa dessa forma de comunicação chamada narrativa transmídia (Jenkins, 2009).

Em 1975, Stuart Saunders Smith criou o conceito *trans-media music*, uma composição de melodias / harmonia / ritmo diferente para cada instrumento e para cada compositor que complementa a obra coerentemente. Em 1993 Marsha Kinder publica o livro *Playing with power in movies, television, and video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, cria o

conceito *transmedia intertextuality* para definir um super-sistema de comunicação que promove uma intertextualidade transmídia. Henry Jenkins, em 2001, preocupado com o comportamento das grandes conglomerações desenvolve o conceito *transmedia exploitation of branded properties* e no mesmo artigo apresenta o conceito *transmedia storytelling* para explicar a convergência das mídias propiciarem a narrativa transmídia no desenvolvimento de conteúdos através de múltiplas plataformas (Gosciola, 2011, p. 4).

O conceito de narrativa transmídia, ou *transmedia storytelling*, termo originário do inglês, é apresentado por Jenkins como:

[...] um processo onde os elementos integrantes de uma ficção estão dispersos sistematicamente através de múltiplos canais de distribuição com o objetivo de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada meio contribui de maneira única para o desenrolar da história (Jenkins, 2012, on-line).

O autor propõe que “[...] a narrativa transmídia é a arte da criação de um universo.” (Jenkins, 2009, p. 49). As diversas mídias que distribuem conteúdos interligados formam um universo característico à narrativa. A formação deste universo, além de tornar facilmente reconhecível às histórias contadas pelos diferentes canais de distribuição, também emerge o consumidor na narrativa.

Salaverría e Avilés (2008 apud Souza; Mielniczuk, 2010, p.37) dizem que “[...] a concepção de narrativa



transmidiática contempla a presença de portais de acesso entre os conteúdos dos diferentes suportes midiáticos, a criação de um universo narrativo próprio e a participação ativa dos consumidores”.

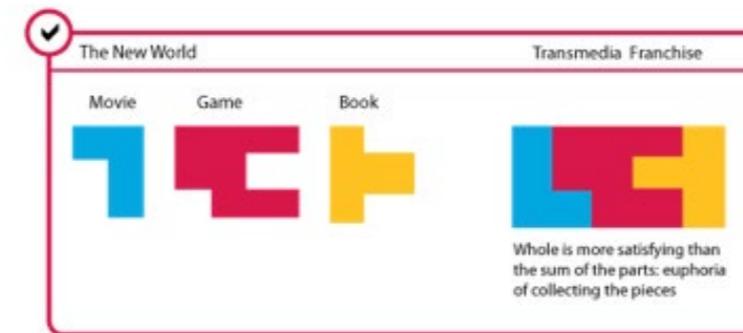
Nas Figuras 01 e 02, o portal *Tstoryteller* (2012a) ilustra o que nomeou como “o velho mundo e a tradicional mídia das franquias” e “o novo mundo e a transmídia das franquias”. Conforme definição do *Dicionário de Comunicação*, franquia é o “licenciamento da marca, dos produtos e da tecnologia de negócios de uma empresa (franqueador), para terceiros (franqueados).” (Rabaça; Barbosa, 2001, p. 332). No caso das franquias narrativas, entende-se por franquia as narrativas que surgem de uma história principal.

As Figuras 01 e 02 apresentam quadros com os quais faz uma comparação da antiga relação que os conteúdos mantinham e como trabalham atualmente. O primeiro quadro mostra como os conteúdos trabalhavam de forma independente, ao descrever que o todo acabava por ser menor do que a soma das partes, o que significa um cenário insatisfatório para consumo de todas as mídias. No segundo quadro, fica enfatizada a relação de conteúdos que se encaixam, que trabalham paralelamente. Nesse caso, há uma motivação maior para o consumo do todo, no qual este é maior do que a soma das partes.

A narrativa transmídia ou transmediação, termo que também vem sendo utilizado para designar esta forma de comunicação, é fruto da convergência. Como o objetivo não é repetir conteúdos em diferentes suportes midiáticos, a narrativa transmídia desenrola histórias por meio de diversas mídias, sempre visando que cada conteúdo se apresente de forma diferente



**Figura 01:** Formação de uma narrativa transmídia  
**Fonte:** Tstoryteller (2012a)



**Figura 02:** Formação de uma narrativa transmídia  
**Fonte:** Tstoryteller (2012a)

e complementar, contribuindo para o todo. Evitar a repetição do conteúdo e atentar-se para a geração de materiais relevantes por meio de cada mídia utilizada, estimula os espectadores a continuarem buscando conteúdos relacionados. A disponibilização de conteúdos a partir do processo de transmediação permite aos espectadores um aprofundamento no universo criado. Essa ação gera maior conhecimento e experiência sobre o conteúdo trabalhado ou história contada (Barros, 2010).

Uma regra básica da narrativa transmídia é que, obrigatoriamente, deve haver uma história a ser contada. “Narrativa tem que vir antes de transmídia.” (Varassin, 2012, on-line). Como discorrem Sobrinho e Acir, “não há somente a migração de conteúdos para multiplataformas, mas também a ativação do conhecimento desse usuário na geração e nos desdobramentos das histórias.” (2011, p. 80).

Jenkins, em seu blog, afirma que “uma obra precisa combinar intertextualidade radical e multimodalidade buscando causar efeitos de compreensão aditiva para ser considerada uma narrativa transmídia.” (2012, tradução nossa).

Uma boa narrativa transmídia é construída para atrair os mais diversos públicos, adaptando seu texto e conteúdo conforme necessidade de cada suporte midiático. Se esses conteúdos gerados conseguirem atender e promover novas experiências aos diversos públicos, cria-se a possibilidade de expansão potencial de toda a franquia. (Jenkins, 2009).

Souza (2011, p. 13) complementa ao dizer que “a concepção de narrativa transmídia considera também as produções dos fãs baseadas em qualquer elemento do universo ficcional como produtos que integram a história”. Como exemplo a ser citado, temos as *fanfictions*, que são narrativas criadas por fãs sobre os conteúdos

idolatrados, mas que não possuem caráter comercial ou lucrativo (Reis, 2010). É possível encontrar *fanfictions* em torno dos livros e filmes de *Harry Potter*<sup>3</sup>, sobre a saga *Crepúsculo*<sup>4</sup>, entre muitas outras. Souza diz ainda que “a narrativa transmídia é mais do que uma história, mas um conjunto que forma uma grande história.” (2011, p. 54).

O portal *Tstoryteller* (2012b) apresenta uma sequência de perguntas que devem ser respondidas para concepção de uma narrativa transmídia: qual a história que se quer contar; como fornecer a história; que tipo de participação se quer ou se precisa; como a participação do público afetará a história ao longo do tempo; quanto é baseado no mundo real *versus* um mundo ficcional.

O site ainda propõe que, no âmbito das narrativas transmídias, em geral deve-se refletir sobre os espaços narrativos cobertos (localização, personagens, tempo), o tempo e o número relativo de plataformas utilizadas (sequencial, em paralelo, em simultâneo, não linear), a extensão e o tipo de envolvimento do público (passivo, ativo, interativo, colaborativo).

A Figura 03 apresenta um modelo de narrativas transmídias possíveis, ilustradas no site *Tstoryteller* (2012c).

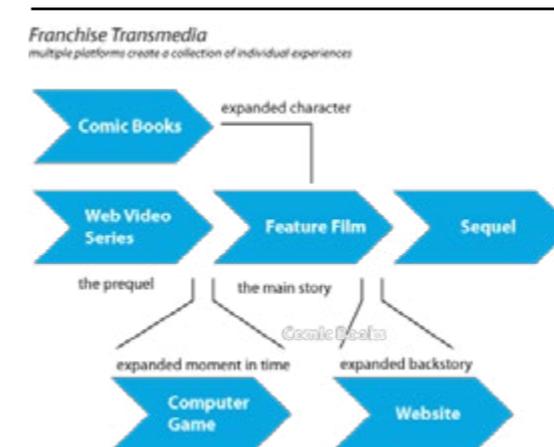
No esquema apresentado é possível descrever o desmembramento de uma franquia transmídia, na qual diversas plataformas criam uma coleção de experiências individuais. A figura parte do conteúdo de uma história em quadrinhos que pode trabalhar com a expansão de um personagem por meio de um filme, o qual ficará com a história principal. O filme pode ser precedido de uma web série que trará conteúdo pré-filme. A junção da web série e do filme pode trabalhar a expansão de um momento da história a partir de um jogo para computador. Após o filme, é

possível investir ainda em uma sequência da história. Na conglomeração do filme e sua sequência, fica viável a expansão da história passada por meio da criação de um site. Resumidamente, a figura traz a ilustração de uma franquia transmídia. Nessa imagem estão esquematizados uma série de distribuições de plataforma única – um livro, um filme, um jogo. Em muitos aspectos, as plataformas são independentes, exceto que muitas vezes elas cobrem espaços narrativos diferentes: um fato precedente, algo que seque a história ou mesmo um *flashback* que pode ditar uma ordem de libertação ou de programação. Em qualquer caso, não há interatividade aparente do público entre as plataformas. (Tstoryteller, 2012c).

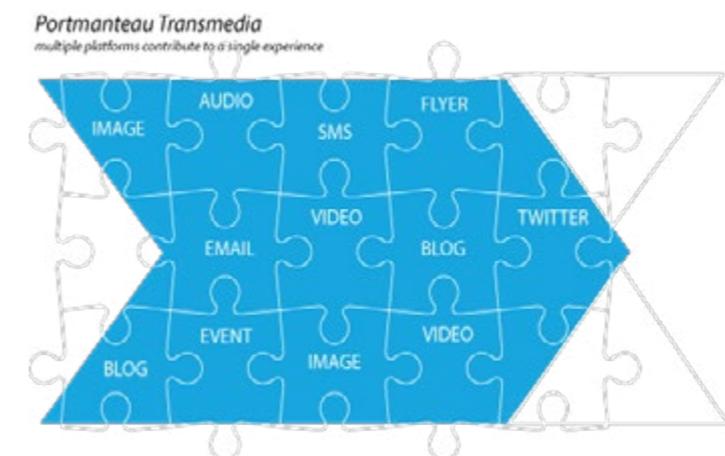
Na Figura 04, tem-se o que pode parecer um espaço da narrativa em múltiplas plataformas – cada conteúdo sozinho é insuficiente para contar toda a história, mas juntos como peças de quebra-cabeça que deve ser montado para completar o quadro. Os conteúdos cumprem sua função e contam a história em sua totalidade (Tstoryteller, 2012c).

Atualmente, um dos melhores exemplos de utilização da narrativa transmídia que é referenciada por Jenkins (2009), é a franquia de filmes *Matrix*. Para o autor, “*Matrix* é entretenimento para a era da convergência, integrando múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia.” (2009, p. 137).

A franquia utilizou-se de três filmes, que foram as produções que nortearam um jogo on-line para participação de múltiplos jogadores. Todas essas mídias trabalharam de forma complementar e independente



**Figura 03:** Franquia transmídia  
**Fonte:** Tstoryteller (2012c)



**Figura 04:** Portmanteau Transmedia  
**Fonte:** Tstoryteller (2012c)

ao mesmo tempo. Cada mídia carregava consigo fragmentos que preenchiam espaços vazios deixados pelo filme, porém, era possível assistir ao filme sem necessariamente jogar os jogos ou ler as histórias em quadrinhos para compreendê-lo.

Outro exemplo de franquia que utilizou a narrativa transmídia para contar sua história foi a série televisiva *Lost*. A narrativa do seriado norte-americano não se limitou ao conteúdo exibido nos episódios de cada uma das seis temporadas em que foi televisionado. Segundo Santos e Mielniczuk (2011), livros, jogos, miniepisódios para celular e outros produtos da franquia foram lançados em mídias auxiliares para que fosse possível disponibilizar informações aos fãs e criar experiências para imergir no universo da série. Novamente, cada mídia trabalhou diferentes ângulos da história, ao apresentar como fonte principal de informação o conteúdo transmitido pela televisão.

Souza afirma que a relação das mídias dentro de uma narrativa transmídia pode ser compreendida com o que Davidson et al. chamam de *tent pole*, que se caracteriza como uma experiência midiática maior que assiste a outras experiências midiáticas ligadas à ela. Souza relaciona a noção de *tent pole* apresentada por Davidson et al. com a descrição de Long (2007) sobre os elementos primários e secundários existentes na narrativa transmídia. Souza descreve os estudos de Long da seguinte maneira:

Os elementos primários são aqueles que apresentam o universo ficcional e dão sustentação à obra como um todo, como um livro, um filme ou uma série de



televisão [...] As narrativas transmídias também têm elementos secundários, ou seja, produtos midiáticos desenvolvidos a partir dos elementos primários, mas com perspectivas da história anteriormente não exploradas (Souza, 2011, p. 54).

Sobre os elementos secundários, também citados por Long, Souza explica suas funções:

[...] têm como função explorar personagens secundários e histórias paralelas a partir do universo ficcional da narrativa. Os elementos secundários ou extensões midiáticas podem ser lançados em conjunto com os primários ou nos intervalos entre um produto e outro, fazendo com que o público continue entretido com a narrativa (Souza, 2011, P. 54).

Por meio dessa relação entre elementos primários e secundários, Long (2007) elenca as narrativas transmídias em duas classificações: narrativas transmídias fortes e narrativas transmídias fracas. De maneira objetiva, narrativas transmídias consideradas fortes são aquelas que foram planejadas já na concepção do produto. Todas as mídias são utilizadas de maneira pensada para que as narrativas dispersas pelos diversos suportes midiáticos gerem conteúdo relevante para a mídia principal. Já as narrativas transmidiáticas classificadas como fracas são aquelas que não foram planejadas desde o início. Os elementos secundários são inseridos após o sucesso do elemento primário. Como coloca Souza (2011, p. 56) “[...] a narrativa se amplia e se torna transmídia em função do retorno financeiro e da identificação do público com o universo ficcional.”

O site *Tstoryteller* (2012c) elenca algumas observações necessárias para se documentar uma narrativa transmídia, são elas: qual parte da história é contada por qual mídia, indicar o *timing* de cada elemento, indicar a forma como a audiência percorre as mídias, indicar o que a audiência realmente vê e faz, considerar a possibilidade de transversalidade não-linear e assegurar continuidade entre os desenvolvedores.

O blog *TV em Revista Stuff* (2011) relata que Robert Pratten, proprietário da empresa *Storytelling Transmedia Ltd*, que é detentora do portal *Tstoryteller*, propõe a separação da cronologia da narrativa da cronologia da experiência, ou seja, ele diferencia o tempo da narrativa do tempo que leva a exibição e o consumo dos produtos. O autor afirma que cada etapa da experiência é concebida por diversas mídias e acionada por um gatilho.

Pratten propõe um modelo de análise para narrativas transmídias. Trata-se de uma proposta voltada mais para a experiência do que para a tecnologia ou mídia utilizada para divulgação do conteúdo. O autor sugere que seja feita uma análise a partir das perspectivas da história, levando-se em consideração a importância da narrativa, a profundidade da palavra e do grau de controle do autor; sob a ótica do mundo real, analisando as experiências da história que permeiam em locações e tempos reais, pessoas e eventos; por meio da participação do público e sua capacidade de mudar ou contribuir com a experiência da história; e por último, sob a ótica dos jogos, entendendo que o público tem um objetivo, junta peças antes dispersas, e permeia pela mecânica de jogo (troféus, níveis, quadros de líderes etc.). (Pratten, 2010, on-line).

Ao retomar o entendimento e o processo de concepção de uma narrativa transmídia, é preciso reforçar que esta forma de comunicação não se trata de uma adaptação de conteúdo para outra mídia. A narrativa transmídia distribuí por diversos meios de comunicação conteúdos diferentes relacionados a uma história central que, quando todos estes conteúdos são consumidos, geram maior sentido ao conteúdo principal.

### Procedimentos metodológicos e apresentação dos resultados

Para a análise dos quatro produtos midiáticos de *The Walking Dead* (HQ, série, web série e *game*), foi concebido um estudo por meio da análise de Santos e Mielniczuk (2011) sobre a narrativa transmídia do seriado televisivo *Lost*; pela dissertação de mestrado de Long (2007), que analisa o uso da narrativa transmidiática pelas produções da *Jim Henson Company*; e pelas considerações feitas por Henry Jenkins (2009) para concepção de uma narrativa transmídia.

Santos e Mielniczuk (2011) classificaram as mídias por grau de importância para a sustentação da mídia principal, por meio da análise dos eventos narrados em cada uma delas. Após a descrição das histórias, foi possível visualizar as relações narrativas entre os produtos midiáticos analisados.

Long (2007) trabalhou de forma mais objetiva. O autor selecionou quatro perguntas-chaves para constatar a narrativa transmídia realizada pelas produções da empresa de Jim Henson, que foi seu objeto de estudo, são elas: A extensão é canônica? A extensão mantém as características do universo? A extensão responde

questões deixadas por textos anteriores? A extensão levanta novas questões? (Long, 2007).

Sobre os objetos analisados, no caso da HQ, foi analisada sua primeira edição. Referente à série de TV, a análise foi focada no primeiro episódio da primeira temporada. Referente à web série *Torn Apart*, a análise atendeu todos os seis episódios que compõem esta produção. Quanto ao *game*, foi considerado para este estudo o seu primeiro episódio.

A escolha desses objetos de estudo ocorreu por se tratarem das primeiras produções da franquia *The Walking Dead*. A primeira edição do primeiro volume do quadrinho foi escolhida devido ao fato desse ser o produto midiático inicial e principal dessa franquia, uma vez que foi a partir das histórias em quadrinhos que as outras mídias se desenvolveram. Portanto, justifica-se a seleção do primeiro episódio da série e primeiro episódio do *game* por serem as primeiras produções dessas plataformas midiáticas, assim como a mídia original: a HQ. No caso da web série, foram selecionados todos os episódios que compreendem a produção *Torn Apart*, por estes seis episódios juntos narrarem uma história em sua totalidade, gerando conteúdo mais consistente para se fazer a análise.

A história em quadrinhos *The Walking Dead* foi criada por Robert Kirkman e lançada em outubro de 2003 nos Estados Unidos, mas, somente em 2006, chegou ao Brasil. Os quadrinhos de Kirkman contam a história do mundo dominado por zumbis e com poucos sobreviventes humanos e deram origem a outros produtos midiáticos como a série de TV, web séries, *games*, entre outros. Neste estudo, foi analisada a primeira edição do primeiro volume dos quadrinhos

de *The Walking Dead*. Esse primeiro volume da HQ, intitulado *Days Gone Bye*, é ilustrado por Tony Moore e, no total, conta com seis edições.

O seriado televisivo *The Walking Dead* é uma franquia da história em quadrinhos de Robert Kirkman. O lançamento da primeira temporada da série aconteceu em 31 de outubro de 2010, nos Estados Unidos, por meio do canal AMC, chegando ao Brasil logo em seguida, no dia 02 de novembro do mesmo ano, transmitido pelo canal Fox. Para o estudo, neste trabalho foi analisado o primeiro episódio da primeira temporada de *The Walking Dead*, o qual recebeu o mesmo nome do primeiro volume dos quadrinhos *Days Gone Bye*. Este primeiro episódio retrata a mesma – ou quase a mesma – história contada pela primeira edição dos quadrinhos. A diferença entre as narrativas apresentadas pelas duas plataformas midiáticas fica perceptível no seriado televisivo a partir do detalhamento de alguns acontecimentos, pela extensão de partes da história e pela mudança de pequenos fatos narrados pela HQ.

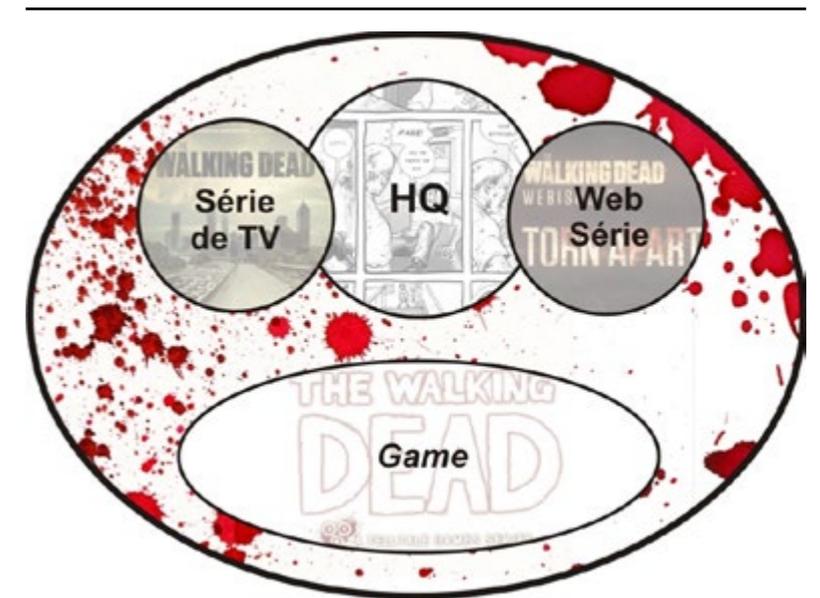
A primeira web série ou *webisodes* (nomenclatura utilizada pelo canal de televisão detentor da série) de *The Walking Dead*, intitulada *Torn Apart*, foi lançada no intervalo entre a primeira e a segunda temporada do seriado, mais especificamente no dia 03 de outubro de 2011, a qual foi disponibilizada por meio do site do canal de televisão AMC. Neste trabalho, foram analisados todos os seis episódios da web série. Essa plataforma midiática, em seus seis episódios, concentra sua narrativa na história de uma zumbi que aparece com certo destaque no primeiro episódio da série de TV. A web série conta quem era esta mulher e como se transformou em zumbi.

E, por fim, o último objeto analisado foi *The Walking Dead – The Game*, que é uma iniciativa da *Telltale Games*. O *game* é baseado nos quadrinhos que deram origem à franquia e foi lançado em abril de 2012. No caso do *game*, o foco para análise no presente trabalho foi o primeiro episódio, intitulado *A New Day*, que possui oito capítulos. Para se realizar a análise desse produto midiático, o *game* foi jogado e assistido. Apesar de ser uma narrativa com origem nos quadrinhos de *The Walking Dead*, a história trata de outro grupo de pessoas que vive a mesma realidade apresentada pela HQ: a sobrevivência em um mundo infestado de zumbis.

Foram observados diversos pontos sobre os quatro objetos de estudo (HQ, série, web série e *game*): o evento narrado em cada um deles; se utilizou ou não de fatos secundários deixados pela HQ para o seu desenvolvimento; se tratou de um conteúdo adaptado ou inédito; se foi possível compreender seu conteúdo isoladamente dos demais; qual a ligação com a HQ; se contribuiu ou não para a formação total da narrativa; se possuía ligação com conteúdo gerado por outro produto midiático secundário como a série, web série ou *game* e; de que forma esses conteúdos eram interligados.

A visualização dos conteúdos por diversas vezes, além de tornar perceptíveis aspectos muitas vezes deixados de lado, também possibilitou o fornecimento de dados qualitativos mais fundamentados para preenchimento do material analisado e, conseqüentemente, para alcance dos objetivos propostos.

Após a análise dos produtos midiáticos selecionados, foi possível a construção visual da narrativa transmídia



**Figura 05:** Narrativa transmídia de *The Walking Dead*  
**Fonte:** Os autores

formada pela franquia *The Walking Dead*. Essa construção sintetiza a conclusão de toda a análise em torno dos quatro objetos, que resulta na configuração de uma narrativa transmidiática.

Por meio das colocações de Jenkins (2009) e Barros (2010) foi possível afirmar que, por trazerem conteúdo inédito que fornecem informações importantes sobre a narrativa, a história em quadrinhos, a série de TV, a web série e o *game* são importantes produtos midiáticos dentro da franquia *The Walking Dead* para formação de uma narrativa transmídia.

O entendimento das histórias contadas de forma isolada é o que Jenkins (2009) apresenta como característica de uma produção transmidiática. A história narrada pelas diversas mídias deve ser compreensível isoladamente e também revelar informações relevantes para a narrativa total. Jenkins reforça que “[...] cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do *game* e vice-versa.” (Jenkins, 2009, p. 138).

Na franquia *The Walking Dead*, a formação da narrativa transmídia se deu por meio dos quatro objetos de estudo analisados, nos quais todos contribuíram de forma única para concretização da narrativa transmidiática. A ligação entre os conteúdos deu-se por meio de extensões das histórias e por suas apresentações visuais. No caso da relação entre a história em quadrinhos, a série de TV e a web série, estas se referem a extensões da história, uma vez que tanto a série de TV como a web série apresentam histórias e detalhes não revelados pela HQ em sua primeira edição. No caso do *game*, a ligação de seu conteúdo com os demais analisados é perceptível por meio do universo

em que a história é narrada. Apesar de não apresentar ligação direta com a história em quadrinhos, série de TV e web série, o local e as circunstâncias narradas pelo *game* são os mesmos apresentados pelos outros produtos midiáticos estudados, ou seja, o *game* está inserido dentro do universo de *The Walking Dead*.

### Considerações finais

Ao aprofundar-se nos estudos sobre narrativas transmídias, percebeu-se que essa forma de comunicação apresenta duas condições essenciais para sua existência. A primeira condição refere-se à produção narrativa que distribui as histórias por diversas mídias. Apesar de este fator parecer ser o elemento chave para a formação de uma narrativa transmídia, é necessário refletir sobre o consumo dessas produções e sobre as condutas sociais na era da cultura da convergência. Esses fatores apresentam-se como a segunda condição básica para a existência de uma narrativa transmídia. Assim como Jenkins (2009) propõe, a narrativa transmídia não seria possível se não houvesse o interesse do público em consumir as histórias dispersas nos múltiplos produtos midiáticos. Esses interesses sociais são essenciais para a efetividade de uma narrativa transmídia. Jenkins afirma que a convergência dos meios acontece principalmente pelos indivíduos e não apenas no ambiente tecnológico.

Nota-se que o tema abordado neste trabalho é uma condição atual das franquias narrativas, o que facilita o entendimento do tema, além dos exemplos propostos e conceitos abordados. O estudo aqui apresentado não teve a pretensão de esgotar o assunto sobre o tema, mas, contribuir para a realização de outras pesquisas na

área da narrativa transmídia, relacionadas a franquias iniciadas por histórias em quadrinhos.

### Referências

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARROS, Ana C. P. Comunicação e mídias digitais: novas formas de relacionamento mercadológico transmidiático. In: 6º Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero. **Anais...** São Paulo, Faculdade Cásper Líbero, 5 e 6 nov. 2010.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. 7ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BIANCHINI, Maíra; MIELNICZUK, Luciana. O Universo ficcional de *Lost* e a narrativa transmidiática. **Logos**. Rio de Janeiro, v. 34, n. 01, pp. 126-138, jan./jul. 2011

CAPPO, Joe. **O futuro da propaganda: nova mídia, novos clientes, novos consumidores na era pós-televisão**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

GOSCIOLA, Vicente. Narrativa transmídia: a presença de sistemas de narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação. In: IV Encontro Nacional de Hipertexto e Tecnologias Educacionais. **Anais...** Sorocaba: Universidade de Sorocaba, 26 e 27 set. 2011.

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

\_\_\_\_\_. Transmedia 202: further reflections. **Blog Confessions of an Aca-Fan**, 01 ago. 2011. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html)>. Acesso em: 26 set. 2012.

LONG, Geoffrey A. **Transmedia storytelling: business, aesthetics and production at the Jim Henson Company**. 185f. Dissertação (Mestrado em Ciência dos Estudos Comparados de Mídia). MIT, Massachusetts, 2007.

PRATTEN, Robert. Communicating your transmedia experience. **Work Book Project**, 12 out. 2010. Disponível em: <<http://workbookproject.com/culturehacker/2010/10/12/communicating-your-transmedia-experience/>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

RADHAFER, Luli. Especialista defende novo modelo para propaganda. **Portal GECORP**, 2007. Disponível em: <<http://gecorp.blogspot.com.br/2007/08/especialista-defende-novo-modelo-para.html>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

REIS, Fabíola S. F. O *Fanfiction*: a história de fãs para outros fãs. In. 1º Colóquio Internacional de Estudos Linguísticos e Literários e 4º Colóquio de Estudos Linguísticos e Literários. **Anais...** Maringá, PG/UFPA, 9, 10 e 11 jun. 2010.

SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, pp. 23-32, dez. 2003.

SOBRINHO, Gilberto A.; ACIR, Edvaldo. Agenciamentos

entre ficção seriada televisiva e novas mídias: uma introdução ao campo das narrativas transmídiaicas. **Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 10, n. 20, pp. 77-88, jul./dez. 2011.

SOUZA, Maurício D. **Jornalismo e cultura da convergência: a narrativa transmídia na cobertura do *cablegatenos* sites *El País* e *Guardian***. 251f. Dissertação (Mestrado). UFSM, Santa Maria, 2011.

\_\_\_\_\_; MIELNICZUK, Luciana. Aspectos da narrativa transmídiaica no jornalismo da revista *Época*. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 11, n. 20, pp. 35-42, jan./jun. 2010.

TSTORYTELLER. **Participation and pervasiveness**. Disponível em: <<http://www.tstoryteller.com/participation-and-pervasiveness>>. Acesso em: 27 set. 2012b.

\_\_\_\_\_. **Transmedia storytelling**. Disponível em: <<http://www.tstoryteller.com/transmedia-storytelling>>. Acesso em: 27 set. 2012a.

\_\_\_\_\_. **Types of transmedia**. Disponível em: <<http://www.tstoryteller.com/types-of-transmedia>>. Acesso em: 27 set. 2012c.

TV EM REVISTA STUFF. **Narrativa transmídia ou transmedia storytelling**. Disponível em: <<http://tvemrevistauff.blogspot.com.br/2011/06/narrativa-transmidia-ou-transmedia.html>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

VARASSIN, Alexandra. Muito transmídia para pouco storytelling. **Adnews**, 31 mai. 2012. Disponível em: <<http://www.thealchemists.com/blog/2012/05/31/muito-transm%C3%ADdia-para-pouco-storytelling/>>. Acesso em: 26 set. 2012.

## Referências audiovisuais

LOST. Criado por J.J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof. Estados Unidos, 2004-2010.

THE WALKING DEAD. Criado por Frank Darabont. Estados Unidos, 2010.

WACHOWSKI, Andy; WACHOWSKI, Lana. **The Matrix**. [Filme-vídeo]. Direção de Andy WACHOWSKI e Lana WACHOWSKI, Lana. Estados Unidos, 1999. 135 min. Color. son.

## Notas

1. Doutorando em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Docente do Departamento de Comunicação da Universidade Regional de Blumenau (FURB – Rua Antônio da Veiga, 140, Victor Konder, Blumenau-SC, Brasil, CEP: 89012-900). E-mail: bona.professor@gmail.com.

2. Graduada em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda pela Universidade Regional de Blumenau (FURB – Rua Antônio da Veiga, 140, Victor Konder, Blumenau-SC, Brasil, CEP: 89012-900). E-mail: marina.sousa@outlook.com.

3. Disponível em: <<http://fanfic.potterish.com/>>.  
Acesso em: 06 out. 2012.

4. Disponível em: <<http://blogfanficstwilight.tk/>>.  
Acesso em: 06 out. 2012.