



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO UFC VIRTUAL**  
**CURSO DE SISTEMAS E MÍDIAS DIGITAIS**

**LEONARDO SOUZA MELO FALCÃO**

**MUNDOS NARRATIVOS POLÍTICOS: UM MODELO DE ANÁLISE COM  
FERRAMENTAS DE NARRATIVAS TRANSMÍDIA**

**FORTALEZA**

**2022**

LEONARDO SOUZA MELO FALCÃO

MUNDOS NARRATIVOS POLÍTICOS: UM MODELO DE ANÁLISE COM  
FERRAMENTAS DE NARRATIVAS TRANSMÍDIA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Sistemas e Mídias Digitais do Instituto Universidade Virtual da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharelado em Sistemas e Mídias Digitais.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Lincoln Carneiro Leão Mattos.

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

F163m Falcão, Leonardo Souza Melo.

Mundos narrativos políticos: um modelo de análise com ferramentas de narrativas  
transmídia / Leonardo Souza Melo Falcão. – 2022.

61 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto  
UFC Virtual, Curso de Sistemas e Mídias Digitais, Fortaleza, 2022.

Orientação: Prof. Dr. Fernando Lincoln Carneiro Leão Mattos.

1. Narrativa Transmídia. 2. Narrativa Política. 3. Mundo Narrativo Político. 4. Comunidade  
Narrativa Política. I. Título.

CDD 302.23

---

LEONARDO SOUZA MELO FALCÃO

MUNDOS NARRATIVOS POLÍTICOS: UM MODELO DE ANÁLISE COM  
FERRAMENTAS DE NARRATIVAS TRANSMÍDIA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Sistemas e Mídias Digitais do Instituto Universidade Virtual da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharelado em Sistemas e Mídias Digitais.

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Fernando Lincoln Leão Carneiro Mattos (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Georgia da Cruz Pereira  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Me. Glaudiney Moreira Mendonça Junior

Universidade Federal do Ceará (UFC)

### **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe, por todos os anos que dedicou a me criar e ensinar, mesmo durante momentos financeiramente e emocionalmente turvos.

Ao meu avô, que sempre esteve mais certo sobre mim do que eu mesmo, e que espero imensamente estar tão certo quanto sobre onde está agora.

À minha avó, que sempre fez mais por mim do que para si mesma.

Ao meu pai, que acreditou e continua a acreditar em meu potencial.

Aos meus amigos, que ouviram todas as ideias aqui exploradas repetidas *ad nauseam*, desde quando ainda eram peças desarticuladas que só faziam algum sentido para mim mesmo — nos meus melhores dias.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Fernando Lincoln, que me guiou durante todo o processo, me ajudando a organizar meus pensamentos e expressá-los apropriadamente em uma pesquisa bem conduzida.

Aos membros da banca, Prof. Me. Glauiney Mendonça e Profa. Dra. Georgia Cruz, que dedicaram tempo e conhecimento para a melhoria deste trabalho.

“Eu me encontro antecipando um novo tipo de contador de histórias; um que é meio hacker, meio bardo.”

(Janet H. Murray)

## RESUMO

Esta pesquisa busca pontos de contato entre o estudo da Narrativa Transmídia e de Narrativas Políticas como resposta a um cenário midiático, cultural e político em transformação. O objetivo deste empenho é dar os primeiros passos no caminho para um modelo de análise transmidiática de narrativas políticas, em uma tentativa de elucidar algumas dinâmicas específicas sobre sua composição e recepção por parte dos consumidores. Após elencar e contrastar os elementos de ambas narrativas, este estudo sugere o conceito de “Mundo Narrativo Político” para descrever um conjunto de narrativas políticas funcionando com um mundo transmidiático, e, portanto, sujeito às mesmas ferramentas de análise de narrativa e comunidades de consumo utilizadas no campo da Narrativa Transmídia. Constrói-se um mapa conceitual preliminar descrevendo as relações entre os conceitos estudados, e são propostas formas de aplicá-lo para a análise de Narrativas Políticas. Por fim, são feitas considerações finais sobre as conclusões alcançadas e aplicações futuras a partir destes resultados.

**Palavras-chave:** Narrativa Transmídia. Narrativa Política. Mundo Narrativo Político. Comunidade Narrativa Política.

## **ABSTRACT**

This research looks for contact points between the study of Transmedia Storytelling and Political Narratives as an answer to ongoing changes in the media, cultural and political landscapes. The objective of such an endeavor is to take the first steps towards a framework for transmedia analysis of political narratives, in an attempt to clarify some specific dynamics about their composition and consumer reception. After contrasting the elements of both narratives, this study proposes the concept of a “Political Narrative World” to describe a set of political narratives working as a transmedia world, and, therefore, subject to the same tools of analysis of storytelling and consumer communities used in the field of transmedia storytelling. A preliminary conceptual map is built describing the relations between the studied concepts, and ways to apply it to the analysis of Political Narratives are suggested. Finally, final considerations are made about the conclusions and future applications reached through these results.

**Keywords:** Transmedia Storytelling. Political Narrative. Political Narrative World. Political Narrative Community.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Diagrama conceitual do modelo de estudo de MNPs dividido por pesquisador.....	49
Figura 2 - Ciclo de incorporação e criação de Elementos Icônicos ilustrado no diagrama conceitual de MNPs.....	51
Figura 3 - Processo de Hibridismo para mover Mundo Narrativo entre Posições Culturais, ilustrado no diagrama conceitual de MNPs.....	53

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Comparação entre consumidor antigo e consumidor moderno de acordo com Jenkins.....	22
Quadro 2 - Níveis de Narrativa de acordo com Shenhav.....	28
Quadro 3 - Posições culturais de narrativas para Graef, Da Silva e Lemay-Herbert.....	37
Quadro 4 - Tipos de Elemento Icônico em Mundos Narrativos.....	38
Quadro 5 - Paradigmas Consensuais sobre capacidade representacional de narrativas.....	38

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 METODOLOGIA.....</b>	<b>13</b>
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 Narrativas Transmídia.....</b>	<b>15</b>
<b>3.2 Narrativas Políticas.....</b>	<b>18</b>
<b>4 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>21</b>
<b>4.1 Elementos de Narrativas Transmídia.....</b>	<b>21</b>
<b>4.2 Elementos de Narrativas Políticas.....</b>	<b>34</b>
<b>4.3 Pontos de possível integração entre os conceitos.....</b>	<b>41</b>
<b>5 MAPA CONCEITUAL DE INTEGRAÇÃO ENTRE A NARRATIVA TRANSMÍDIA E NARRATIVAS POLÍTICAS COMO DEFINIDAS POR GRAEF, DA SILVA, LEMAY-HEBERT E SHENHAV.....</b>	<b>48</b>
<b>5.1 Construindo um Mapa Conceitual.....</b>	<b>48</b>
<b>5.2 Sugestões de Aplicação do Mapa Conceitual.....</b>	<b>54</b>
<b>6 CONCLUSÃO.....</b>	<b>58</b>
<b>7 REFERÊNCIAS.....</b>	<b>60</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Estudos sobre narrativas políticas encontram-se investigando uma mudança de paradigma na relação entre cidadão e verdade (POLLETTA; CALLAHAN, 2017). Termos como “*fake news*” e “pós-verdade” entraram até mesmo no vernáculo popular e na mídia de massa, sendo discutidos por apresentadores de *talk shows* noturnos e múltiplos portais de notícias. Um dos ângulos neste debate preocupa-se em entender o impacto das novas mídias neste novo paradigma. Alguns termos — como “filtro bolha” (*filter bubble*), introduzido por Pariser (2012) — foram criados para descrever o efeito de plataformas de mídias sociais como o *Facebook* e o *Twitter*, e outros — como “câmaras de eco” (*echo chambers*), de Sunstein (2001) — já existem há algum tempo, mas reemergiram em discussões sobre o mesmo fenômeno.

O papel sem precedentes de diversas plataformas digitais na alteração do discurso político tem sido o foco de uma grande quantidade de artigos, notícias e estudos acadêmicos. Torna-se necessário o estudo do discurso em comum entre tais narrativas quando o mesmo encontra-se espalhado, distribuído entre diversas plataformas midiáticas — com diferenças suficientes para se adaptarem aos diferentes formatos, mas semelhanças fundamentais que permitem sua perpetuação como uma única ideologia. Histórias que às vezes até contradizem uma à outra, mas compartilham de valores surpreendentemente bem estabelecidos, mesmo em casos de mensagens aparentemente desorganizadas e descentralizadas.

Existe uma dificuldade em apontar uma narrativa — ou mídia — central em muitos destes casos, quando múltiplas versões e adições paratextuais e peritextuais de cada narrativa existem engajando com o mesmo público, interligadas de maneiras que eludem noções tradicionais de coerência interna e estrutura narrativa. Para melhor entender tais ligações, este estudo se propõe a convidar as ferramentas do campo que Jenkins (2006) entende por Narrativa Transmídia: Uma história distribuída por múltiplas mídias — em grande parte, redes sociais, aplicativos de mensagem instantânea, portais de notícia e fóruns on-line; mas também por mídias tradicionais, como programas de televisão.

As Narrativas Transmídia foram estudadas sob múltiplos ângulos: o

semiótico, o narratológico, o sociológico, o psicológico, o filosófico e outros, visto que a interdisciplinaridade se faz necessária para estudar um conceito que, por sua própria natureza, envolve uma multiplicidade de mídias, linguagens e contextos. Elas foram estudadas como um produto de um contexto maior — a chamada cultura da convergência — e como uma tipologia própria de narrativa, conferindo propriedades transmidiáticas a seus mundos narrativos, personagens e sequências de eventos.

A maior parte da literatura foca-se em produtos de entretenimento, bem como *marketing* e *branding*. Encontra-se também uma extensiva investigação da aplicação da NT no campo da educação, mas o presente estudo investiga uma possível relação mutuamente benéfica entre ferramentas específicas de Narrativas Transmídia e Narrativas Políticas. Enquanto aplicações políticas de pesquisadores sobre NTs existem, pretende-se com esta contribuição sugerir o início de um diálogo entre as visões dos pesquisadores aqui examinados.

O termo “Narrativa Política” descreve como histórias ajudam a dar forma a fatos e impactar nosso entendimento da realidade (SHENHAV, 2006). Tais narrativas podem ser propositalmente lançadas por entidades políticas ou emergir da percepção pública (GRAEF; DA SILVA; LEMAY-HEBERT, 2018) e, ao mesmo tempo, afetam e são afetadas pelo público. Shenhav (2006) qualifica narrativas políticas como possuidoras de uma perspectiva específica, mesmo que tal perspectiva resulte de uma tentativa de unir outros pontos de vista. Partindo da ideia de que fóruns públicos e privados constroem a narrativa política, e entendendo a nova mídia como um “fórum público”, levanta-se a possibilidade da existência de Narrativas Políticas criadas através de conteúdos distribuídos por múltiplas mídias — portanto, de natureza transmídia.

Presume-se então que investigar o que a literatura acadêmica prevalente sobre Narrativas Transmídia (NT) pode oferecer para auxiliar no entendimento de Narrativas Políticas (NPs) contemporâneas. Aqui, investiga-se os elementos do que constitui uma NT, bem como os fatores que qualificam uma NP. Em seguida, contrastam-se as teorias em busca de pontos de diálogo possíveis entre elas, verificando-se onde a política é citada explicitamente em textos sobre NT, bem como a busca das formas indiretas ou diretas nas quais métodos de análise transmidiática elucidam o entendimento sobre NPs. Inicia-se então a construção de um mapa

conceitual preliminar desta relação interdisciplinar, com base nas visões específicas dos pesquisadores examinados no percurso deste estudo.

Investiga-se como seus conceitos podem se complementar e auxiliar na tradução simultânea de ferramentas das duas disciplinas, resultando em uma linguagem capaz de descrever formas com a qual narrativas políticas ganham propriedades transmidiáticas e se transformam ao interagir com comunidades de consumidores. Finalmente, sugere-se possibilidades de uso de tal mapa para analisar aspectos peculiares sobre a relação narrativa-consumidor.

Espera-se que este casamento interdisciplinar abra um leque de possibilidades para análise de narrativas políticas utilizando-se todo o arsenal de ferramentas do estudo transmidiático.

## 2 METODOLOGIA

Este é um estudo qualitativo e exploratório, examinando a interseção de dois campos do estudo narratológico, em busca de um esclarecimento teórico que pode nos levar a um novo modelo de análise de narrativas políticas sob a lente da transmídia.

Inicialmente, foi feito um levantamento bibliográfico de obras seletas sobre a Narrativa Transmídia e Narrativa Política, à via dos autores citados no referencial teórico — Jenkins (2006), Scolari (2009), Bertetti (2014) e Ryan (2015) no campo da transmídia, e Shenhav (2006), Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) e Hammack e Pilecki (2012) no campo da política, com o intuito de elencar os elementos essenciais que constituem cada uma.

A leitura foi feita com fichamento e anotações em um documento digital. As conclusões e destaques do processo foram elaborados na área de desenvolvimento desta pesquisa. Ao final de tal etapa, buscou-se obter uma lista de propriedades detalhadas que descrevessem as duas categorias de narrativa.

Sobre a Narrativa Transmídia (NT), foram identificados:

- As condições para a composição de uma NT;
- Conceitos contemporâneos intrinsecamente relacionados com a NT;
- Características do consumo que circulam e originam a NT.
- Termos utilizados pela indústria em referência à NT.

Além disso, identificou-se o conceito de “Mundos Narrativos”, conjuntos de diversas narrativas que funcionam de forma transmidiática; e conceitos adjacentes como o hibridismo cultural em narrativa.

Sobre a Narrativa Política (NP), foram elencados:

- Tipos de NP (em relação a sua origem);
- Modos de uso de uma NP.
- Posições assumidas por NPs em relação às suas culturas.
- Níveis representacionais de NPs.
- Paradigmas consensuais sobre a capacidade representacional de NPs.

Em seguida, foram investigados possíveis pontos de comunicação entre os dois campos teóricos, com a finalidade de encontrar novas perspectivas de estudo ao integrar teorias de ambas as disciplinas. Foram levantadas:

- Implicações políticas do uso da Narrativa Transmídia e do contexto cultural que permite e demanda sua propagação;
- Características que Narrativas Políticas contemporâneas apresentam com características transmidiáticas em sua construção.
- Necessidades comunicadas por pesquisadores de ambos os campos que podem ser preenchidas com o auxílio da outra disciplina.

Com base no que foi encontrado, sugeriu-se a construção um modelo preliminar de estudo de Narrativas Políticas com ferramentas de Narrativas Transmídia, centrando-se no conceito de “Mundo Narrativo” como uma ponte entre as disciplinas: um conjunto de NPs que se comportam como uma NT e compartilham de elementos icônicos em comum, onde histórias individuais se interligam, sendo consumidas e cocriadas pelo mesmo público. Teoriza-se então sobre as dinâmicas de poder que ocorrem dentro desses mundos, em busca de mapeá-las.

Foi desenvolvido então um mapa conceitual com tais dinâmicas, buscando explicar como elas interagem entre si no constante processo cíclico de interação entre uma comunidade e uma série de narrativas que coabitam um único mundo. Em seguida, sugere-se um passo-a-passo de utilização de tal modelo para entender e descrever a trajetória de tal Mundo Narrativo, bem como formas pelas quais a comunidade é capaz de alterá-lo, adicionando ou removendo elementos, e como tais alterações são capazes de influência política.

Finalmente, conclui-se com sugestões de expansão do modelo preliminar, além de uma revisão sobre a utilidade potencial de aplicação das estruturas de NT em investigações futuras sobre o lugar e os efeitos da Narrativa Política na era da informação.



### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 Narrativas Transmídia

Em seu livro “Cultura da Convergência”, Jenkins (2006) explica a criação do termo “Narrativa Transmídia”: “Uma história transmídia se desenrola através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto fazendo uma distinta e valiosa contribuição com o todo.” (JENKINS, 2006, p. 95, tradução nossa)<sup>1</sup>. A narrativa transmídia é citada como uma resposta à “convergência”, que ele define como:

“(...) o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplas indústrias midiáticas, e o comportamento migratório de audiências que vão para quase qualquer lugar na busca dos tipos de experiências de entretenimento que desejam.”  
(JENKINS, 2006, p. 2, tradução nossa)<sup>2</sup>

Sendo considerado o “pai” da Narrativa Transmídia, suas definições informam todos os seguintes autores na área — mas ele mesmo constrói sua teoria em cima da definição de “mídia” estipulada por Ryan (2003), que distingue-a de canal, com base em suas diferenças narrativas ao invés de transmissoras: “A televisão é narrativamente distinta do cinema, apesar de apresentar os mesmos canais sensoriais”. (RYAN, 2003, p. 2, tradução nossa)<sup>3</sup>.

Jenkins (2006) criou o termo “narrativa transmídia” como parte de um objetivo mais amplo: a identificação do que chama de “cultura da convergência”, uma “mudança na forma com que pensamos sobre nossas relações com a mídia” (JENKINS, 2006, p. 22, tradução nossa)<sup>4</sup> com a popularização de conteúdo distribuído pela internet buscando seu lugar em relação à televisão, imprensa e outras mídias já presentes. Seu trabalho é uma resposta à “falácia da caixa preta”, a crença de que tecnologias de mídia iriam, em um futuro próximo, confluir-se em um único aparelho, fixo ou portátil, onde todas as formas de mídia seriam consumidas.

---

<sup>1</sup> No original: A transmedia story unfolds across multiple media platforms, with each new text making a distinctive and valuable contribution to the whole.

<sup>2</sup> No original: “(...) the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want.

<sup>3</sup> No original: TV is narratively distinct from the cinema, even though it presents the same sensory channels.

<sup>4</sup> No original: Convergence culture represents a shift in the ways we think about our relations to media.

Jenkins rejeita tal linha de pensamento, descrevendo sua visão de convergência:

Eu vou argumentar aqui contra a ideia de que a convergência deve ser entendida primariamente como um processo tecnológico juntando todas as funções de mídia nos mesmos aparelhos. Ao invés disso, convergência representa uma mudança cultural onde consumidores são encorajados a buscar nova informação e criar conexões entre o conteúdo midiático disperso. (JENKINS, 2006, p. 22, tradução nossa)<sup>5</sup>

Dentro desse novo cenário cultural, de acordo com o pesquisador, nascem as narrativas transmídia: Narrativas que desenrolam-se através de múltiplos meios, onde cada texto colabora substantivamente ao total. Os elementos particulares que constituem uma NT são identificados e discutidos no desenvolvimento deste estudo, bem como características de seu contexto (a cultura da convergência). Jenkins resume seu conceito com exemplos:

(...) uma história pode ser introduzida em um filme, expandida pela televisão, livros e quadrinhos; seu mundo pode ser explorado por *game play* ou experienciado como uma atração de parque de diversões.” (JENKINS, 2006, p. 95, tradução nossa)<sup>6</sup>.

Scolari (2009) propõe uma forma de abordar as Narrativas Transmídias sob a ótica da semiótica através do conceito de leitor de Umberto Eco. Segundo Eco (1979 apud SCOLARI, 2009), o texto molda o leitor, assim todo texto se dirige a um leitor específico: o leitor implícito. Scolari (2009) afirma que uma das táticas para se construir leitores implícitos é dividir uma história em diferentes perspectivas, estratégia chamada de Texto Multi-caminhos. Esta multiplicidade de interpretações é maior em histórias secundárias, que desenvolvem outras personagens, suas visões de mundo e situações que ocorrem em paralelo e podem ou não afetar o contexto da história principal. Além de Multicaminhos, o texto também pode ser classificado como o que Scolari (2009) denomina Texto Multicamadas, que constrói diferentes “camadas” de interpretação, para públicos com diferentes habilidades cognitivas e conhecimentos prévios.

Estes textos multicaminhos e multicamadas compõem o que o pesquisador denomina “Mundo Narrativo” — o conceito central ao seu estudo.

---

<sup>5</sup> No original: I will argue here against the idea that convergence should be understood primarily as a technological process bringing together multiple media functions within the same devices. Instead, convergence represents a cultural shift as consumers are encouraged to seek out new information and make connections among dispersed media content.

<sup>6</sup> No original: (...) a story may be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics; its world might be explored through game play or experienced as an amusement park attraction.

Scolari (2009) explica que “as diferentes mídias e linguagens participam e contribuem para a construção de um mundo narrativo transmidiático”<sup>7</sup> e que “essa dispersão textual é uma das fontes de complexidade mais importantes da cultura popular contemporânea”<sup>8</sup>. Ele propõe, então, a aplicação de ferramentas de análise de narrativa para estudar tais mundos. Scolari (2019) também explora a relação entre Mundos Narrativos e marcas, elencando diferentes tipos do uso da narrativa e da transmidialidade no *Marketing*.

Bertetti (2014) se contrapõe a Jenkins (2006) e Scolari (2009) ao argumentar que a transmídia tem sido um fenômeno cultural identificável desde o nascer da indústria cultural moderna no início do século 20, mas com a notável diferença de possuir personagens no centro do processo, ao invés de mundos narrativos. Um “personagem transmídia”, como chama, trata-se de um personagem presente em múltiplas histórias, sem necessariamente trazer o mundo narrativo que o comporta consigo. Este caso não se trata de uma Narrativa Transmídia em si, mas de um elemento transmidiático em múltiplas narrativas monomídias: uma estratégia mais comum comercialmente no século passado, mas que ainda pode ser observada em *crossovers* e séries como *Elementary*, onde *Sherlock Holmes* e seu grupo atuam em um cenário contemporâneo.

O pesquisador cita os exemplos do personagem O Vagabundo (*The Tramp*) de Charlie Chaplin e Conan o Bárbaro, que fizeram parte de múltiplas histórias passadas em eras e locais diversos, sem qualquer continuidade coerente entre as narrativas. Para analisar esta perspectiva, Bertetti (2014) inicia o desenvolvimento de uma tipologia de personagens transmídia, concentrando sua abordagem nos tipos de identidade assumidos por personagens, e como estes variam entre histórias e mídias. Seu intuito é trazer foco a esta lógica de construção alternativa de franquias transmídias.

Ryan (2015), por outro lado, questiona a própria validade do termo Narrativa Transmídia, argumentando que estas raramente são compostas, de fato,

---

<sup>7</sup> No original: ; the different media and languages participate and contribute to the construction of the transmedia narrative world.

<sup>8</sup> No original: This textual dispersion is one of the most important sources of complexity in contemporary popular culture.

por uma única narrativa, mas por uma série de narrativas fechadas que acontecem de se passar no mesmo mundo. Ela sugere um novo nome, elaborando:

“A Narrativa Transmídia não é um jogo de juntar peças de uma história como em um quebra-cabeças, mas uma viagem de retorno a um mundo favorito. (...) o termo ‘Narrativa Transmídia’ é portanto um nome impróprio: o fenômeno deveria ser chamado de construção de mundo transmídia” (RYAN, 2015, p. 4-5, tradução nossa.)<sup>9</sup>

Ryan (2015) não menciona Bertetti (2014), mas seu uso do termo “Construção de Mundo Transmídia” (*Transmedia World-building*) revela a mesma limitação inerente à definição de Jenkins (2006) explorada pelo pesquisador. Uma limitação não necessariamente negativa, pois esta ajuda com o delineamento do que este fenômeno específico engloba e o que exclui. Ryan (2015) também explora a relação entre mundos transmidiáticos e *fan fiction*, e demonstra interesse no uso de Narrativas Transmídia para a construção de mundos narrativos não-fictícios, que buscam retratar a acontecimentos reais, como coberturas extensas de notícias sobre o mesmo assunto (casos de crimes famosos ou catástrofes naturais, por exemplo). No centro de sua discussão está a pergunta se a Narrativa Transmídia tem, de fato, mérito como um modo narrativo autônomo, ou se não passa de uma “estratégia de marketing que força mundos narrativos ao público por quantas plataformas for possível” (RYAN, 2015, p. 17).

### 3.2 Narrativas Políticas

Shenhav (2006), em seu artigo “Narrativas Políticas e Realidade Política”, diferencia entre duas formas de narrativa política: As formais (que surgem de um fórum político formal (parlamento, demonstrações políticas, campanhas etc.) e informais, que contém temas que podem ser considerados políticos (como decisão coletiva ou relações de poder), mas são produzidas fora do contexto de uma estrutura política oficial, em “fóruns públicos ou fechados”.

O pesquisador defende o estudo de narrativas em um contexto político, argumentando que, no meio acadêmico, “a convicção de que humanos têm uma tendência natural de pensar em forma narrativa vem crescendo” (SHENHAV, 2006,

---

<sup>9</sup> No original: Transmedia storytelling is not a game of putting a story together like a jigsaw puzzle, but rather a return trip to a favorite world. (...) The term “transmedia storytelling” is therefore a misnomer: the phenomenon should rather be called transmedia world-building.

p.1, tradução nossa)<sup>10</sup>, com provas em pesquisas psicológicas. De acordo com esta linha de estudo, as pessoas percebem, imaginam, e tomam decisões através de estruturas narrativas. Isso vale para diversos aspectos, como expressão de identidade política, perspectiva e ideologia.

Ele vai mais longe, explicando que a própria lógica política consiste, fundamentalmente, na ideia de “tentar moldar o presente à luz das lições aprendidas com o passado” (SHENHAV, 2006, p. 2, tradução nossa)<sup>11</sup>. Uma noção inerentemente narrativa, baseada na posição de que sequências de eventos têm uma natureza causal, e que nós podemos interpretá-la. Histórias são o resultado do ser humano interpretando o mundo, e a política é o esforço de contar, recontar, editar e modelar tais histórias.

Sua definição básica de narrativa constitui “a representação de dois ou mais eventos — reais ou fictícios — ou situações em uma sequência temporal, nenhuma das quais pressupõe ou implica a outra” (SHENHAV, 2006, p. 4, tradução nossa)<sup>12</sup>. Ele deixa claro que a narrativa não precisa envolver uma relação causal entre estes eventos, mas que narrativas que não as tem causam estranheza no público.

Hammack e Pilecki (2012) buscam transformar a narrativa na “metáfora raiz” (*root metaphor*) para o estudo da psicologia política. Para este fim, partem da definição de uma narrativa como o “processo cognitivo de criação de significado” (BRUNER apud HAMMACK; PILECKI, 2012, p. 3, tradução nossa.)<sup>13</sup> mas notam que tal criação de significado não ocorre somente no escopo do indivíduo, mas também no campo social, em um plano material e cultural. Na procura de uma definição que comportasse ambos níveis do processo, os pesquisadores designaram a narrativa como “a organização sensível de pensamento através da linguagem, internalizada ou externalizada, para criar um senso de coerência pessoal e solidariedade coletiva e legitimizar crenças coletivas, emoções e ações” (HAMMACK; PILECKI, 2012, p. 4.,

---

<sup>10</sup> No original: (...) the conviction that humans have a natural tendency to think in narrative form has grown.

<sup>11</sup> No original: [the political logic of] trying to shape the present in light of lessons learned from the past.

<sup>12</sup> No original: [narrative is] the representation of at least two real or fictive events or situations in time sequence, neither of which presupposes or entails the other.

<sup>13</sup> No original: the cognitive process of meaning-making.

tradução nossa)<sup>14</sup>.

No próximo capítulo, os conceitos aqui mencionados serão estudados e contrastados uns com os outros em suas respectivas áreas (Narrativas Transmídia e Narrativas Políticas), em busca de extrair informações para a construção de um modelo preliminar de análise resultante da integração dos dois campos.

---

<sup>14</sup> No original: the sensible organization of thought through language, internalized or externalized, which serves to create a sense of personal coherence and collective solidarity and to legitimize collective beliefs, emotions, and actions.

## 4 DESENVOLVIMENTO

### 4.1 Elementos de Narrativas Transmídia

Esta etapa do estudo procurou entender os elementos contextuais e composicionais de uma Narrativa Transmídia. Foram encontradas múltiplas estruturas que podem vir a servir como ferramentas de descrição e mapeamento de narrativas.

Sobre os elementos contextuais, Jenkins (2006) explica a Narrativa Transmídia como um produto do que denomina “cultura da convergência”, uma série de tendências sociais contemporâneas que se referem à posição do consumidor em relação à narrativa. Estes são:

- **Consumo ativo:** Consumidores modernos querem participar, interagir com o conteúdo, compartilhá-lo com seus colegas, discutir sobre o conteúdo on-line e até mesmo criar conteúdo próprio (paródias, *fanfic*, *fanart* etc.). e, para alcançar este fim, estão dispostos a ir onde for preciso.

- **Inteligência coletiva:** O saber grupal, em comunidades que trabalham em conjunto e são capazes de reter e utilizar mais informações do que qualquer indivíduo só. “Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e nós podemos juntar essas peças se unirmos nossos recursos e combinarmos nossas habilidades” (JENKINS, 2006, p. 4, tradução nossa)<sup>15</sup>. O termo foi introduzido pelo pesquisador francês Pierre Lévy (1997).

- **Comunidades de conhecimento:** Comunidades que se formam ao redor de interesses em comum. “Seus membros trabalham juntos para forjar novo conhecimento, muitas vezes em campos onde nenhuma expertise tradicional existe” (JENKINS, 2006, p.20, tradução nossa)<sup>16</sup>.

As Narrativas Transmídia, então, de acordo com Jenkins (2006),

---

<sup>15</sup> No original: None of us can know everything; each of us knows something; and we can put the pieces together if we pool our resources and combine our skills.

<sup>16</sup> No original: their members work together to forge new knowledge often in realms where no traditional expertise exists.

popularizaram-se na busca de saciar este fenômeno do consumidor ativo, que forma comunidades para coletar as peças de cada história, e as transformam com outros membros através de artes e teorias. O pesquisador compara as suposições sobre o consumidor moderno, dentro da cultura da convergência, com as mesmas sobre o antigo, estabelecendo o seguinte perfil:

Quadro 1 - Comparação entre suposições sobre consumidor antigo e consumidor moderno de acordo com Jenkins.

Consumidor antigo	Consumidor moderno
Passivo	Ativo
Previsível	Imprevisível
Estático	Migratório
Isolado	Conectado socialmente
Quieto, invisível	Barulhento, público

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Jenkins (2006, p.18, tradução nossa).<sup>17</sup>

Observa-se também que Jenkins (2006) cita “comunidades de *fanfiction*” como outro exemplo de consumo participativo, comparando-as com a Wikipedia. Ele discorre:

Podemos pensar sobre comunidades de *fan fiction* como o equivalente literário da Wikipédia: em volta de cada propriedade midiática, escritores estão construindo uma série de interpretações diferentes que são expressadas através de histórias. Compartilhar essas histórias abre novas possibilidades no texto. (JENKINS, 2006, p. 255, tradução nossa)<sup>18</sup>.

Uma comunidade de *fanfiction* nada mais é do que uma comunidade de conhecimento criada por fãs de um trabalho de ficção (ou mesmo não-ficção), criando novas histórias dentro daquele mundo narrativo. Em sua opinião, tal empenho expande o texto, abrindo novas possibilidades para o mesmo. Trata-se de um exercício de poder: a história não está mais apenas nas mãos do criador, mas “o

<sup>17</sup> No original: If old consumers were assumed to be passive, the new consumers are active. If old consumers were predictable and stayed where you told them to stay, then new consumers are migratory, showing a declining loyalty to networks or media. If old consumers were isolated individuals, the new consumers are more socially connected. If the work of media consumers was once silent and invisible, the new consumers are now noisy and public.

<sup>18</sup> No original: We might think of fan fiction communities as the literary equivalent of the Wikipedia: around any given media property, writers are constructing a range of different interpretations that get expressed through stories. Sharing of these stories opens up new possibilities in the text.



público — individualmente e coletivamente — pode reformar e recontextualizar o conteúdo da mídia em massa” (JENKINS, 2006, p. 257, tradução nossa)<sup>19</sup>. Ao mesmo tempo, a narrativa continua dialogando com a mídia principal, podendo resultar em uma relação simbiótica — uma retroalimentação cíclica. O pesquisador observa:

O poder da participação não vem da destruição da cultura comercial, mas de sobrescrevê-la, modificá-la, emendá-la, expandi-la, adicionando uma maior diversidade de perspectiva, e então recirculá-la, alimentando-a de volta à mídia *mainstream*. (JENKINS, 2006, p. 257, tradução nossa)<sup>20</sup>

Ele compara estes consumidores modernos a “caçadores e coletores”, perseguindo cada pedaço de informação distribuído no vasto mar midiático, e comparando seus achados com outros consumidores on-line, em uma colaboração simbiótica que agrega à experiência de todos os envolvidos. “Consumo se tornou um processo coletivo”, explica Jenkins (2006, p. 4, tradução nossa)<sup>21</sup>.

Sobre as características deste consumo, Jenkins observa que:

- Há um **desequilíbrio de poder**: Corporações ainda tendem a ter uma influência maior que consumidores individuais (ou mesmo grupos de consumidores), e alguns consumidores têm maior habilidade de participação do que outros.
- É um **processo psicossocial**: “Convergência não ocorre em utensílios midiáticos, (...) ocorre nos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2006, p.3, tradução nossa)<sup>22</sup>;
- É **mais democrático**: Consumidores estão aprendendo a controlar o fluxo da mídia e lutando para ter uma participação maior: “(...) a forma com a qual conhecimento é produzido e avaliado é mais democrática” (JENKINS, 2006, p. 38, tradução nossa)<sup>23</sup>.

<sup>19</sup> No original: viewers—individually and collectively—can reshape and recontextualize mass-media content.

<sup>20</sup> No original: The power of participation comes not from destroying commercial culture but from writing over it, amending it, expanding it, adding greater diversity of perspective, and then recirculating it, feeding it back into the mainstream media.

<sup>21</sup> No original: Consumption has become a collective process.

<sup>22</sup> No original: Convergence does not occur through media appliances, (...) occurs within the brains of individual consumers and through their social interactions with others.

<sup>23</sup> No original: (...) the way knowledge gets produced and evaluated is more democratic.

Estes são os elementos contextuais que, na visão do pesquisador, circulam o fenômeno da Narrativa Transmídia. É importante entender que o comportamento dos consumidores está intrinsecamente ligado à NT. Trata-se de um fenômeno cíclico, onde ambos fenômenos servem como causa e consequência do outro. Neste processo, até mesmo narrativas que não são idealizadas com transmidialidade são capazes de adquirir esta característica através de fan fiction.

Com o intuito de identificar uma NT, o autor apontou as seguintes condições para uma narrativa transmídia (2006, p. 96):

- **Obras auto-contidas:** não deve ser necessário consumir um texto para entender o outro (por exemplo: jogar um jogo para entender um filme).
- **Não-redundância:** textos em mídias diferentes não repetem histórias. Ou seja, não são adaptações, mas histórias novas que “oferecem novos níveis de discernimento e experiência”.
- **Acessibilidade:** Cada produto é um possível ponto de entrada na franquia. O objetivo é convidar o leitor a se aprofundar e enriquecer seu conhecimento sobre o mundo narrativo.

A conexão entre esses conceitos se faz evidente: como parte de seu consumo ativo, os consumidores criam comunidades de conhecimento que utilizam de sua inteligência coletiva para consumir (engajar com, discutir sobre, ou mesmo expandir) uma narrativa transmídia. Tal narrativa, portanto, conta com a participação dessas comunidades.

Ryan (2014) apresenta um certo ceticismo em relação ao termo “Narrativa Transmídia”, designando “Construção de Mundo Transmídia” mais apropriado. Ao tratar-se dos critérios que validam uma NT, porém, a pesquisadora aparenta concordar com as estipulações de Jenkins (2006), comentando que uma NT “não deve ser entendida como uma mera adaptação ou ilustração, duas formas de atividade transmidiática que estão conosco por séculos, senão milênios” (RYAN, 2014), que não deve ser mera propaganda para outra história sem adicionar nada à narrativa principal, e que não deve se limitar apenas ao que Richard Saint-Gelais (2011 apud RYAN, 2014) chama de transficcionalidade (“*transfictionality*”), ou seja, a simples migração de entidades entre textos. A migração deve existir entre mídias, e

expandir o mundo da narrativa. A pesquisadora também contrasta o termo com a “narração multimodal”, o uso de múltiplos modos de linguagem dentro de uma única peça narrativa. Nesta, cada modo é essencial para que se entenda a história, enquanto em NT, as histórias em múltiplas mídias são autônomas e podem ser experienciadas separadamente. Ou seja, como expressado por Jenkins (2006), tratam-se de obras auto-contidas.

No outro lado da democratização do consumo da mídia está a indústria: o principal contraponto nesta nova dinâmica de poder. Observa-se que Jenkins (2006) apresenta três termos levantados em conversas sobre o potencial comercial da convergência midiática e do uso (e venda) de Narrativas Transmídia, que nos ajudam a entender a perspectiva e as prioridades prevalentes na indústria:

- **Extensão:** A expansão de mercado obtida ao dispersar o conteúdo por múltiplos canais.
- **Sinergia:** Oportunidades econômicas que aparecem com colaborações de sucesso entre produtoras de diferentes mídias.
- **Franquia:** O produto transmidiático, “marca” ou mundo narrativo que resulta de todo este esforço.

A resposta corporativa às comunidades de conhecimento tomou a forma da “economia afetiva”, que transforma marcas no que, em marketing, popularizou-se como “*lovetmarks*”. Uma marca que cria uma conexão emocional com o consumidor, recompensando sua participação ativa e alimentando a comunidade que se forma ao seu redor. “Assistir o comercial ou consumir o produto não é mais o suficiente; a empresa convida a audiência para dentro da comunidade da marca” (JENKINS, 2006, p. 20, tradução nossa)<sup>24</sup>.

Uma “comunidade de marca” — nome que Jenkins dá a comunidades de conhecimento formadas em volta de uma marca — é um grande aliado, ao mesmo tempo que uma potencial ameaça: ela tem o poder de desafiar e se voltar contra a marca, se sentir que tal marca abandonou os valores que foram inicialmente atrativos para si. Os consumidores que ganham proeminência em tais comunidades

---

<sup>24</sup> No original: Watching the advert or consuming the product is no longer enough; the company invites the audience inside the brand community.

são chamados “*inspirational consumers*” (consumidores inspiracionais) ou “*brand advocates*” (advogados de marca) e, com a influência na comunidade, vem o poder sobre a narrativa: Suas críticas devem ser ouvidas, pois podem desencadear a perda do público central da empresa.

Nota-se que ele não faz uma ligação direta entre *lovemarks* e narrativas transmídia, limitando-se a ligar ambas estratégias às comunidades de conhecimento. Ele descreve exemplos de construção de plataformas para sustentar comunidades em torno de uma marca, como a *Coke Music*, e exemplos de inserção da marca dentro de propriedades transmidiáticas, como os acessórios de *merchandising* da coca-cola dentro do programa de talentos *American Idol*.

Porém, observa-se que o pesquisador Scolari (2009), partindo das definições de Jenkins (2006), realiza exatamente esta ligação, trazendo uma perspectiva semiótica e narratológica para a análise de marcas. A marca, no contexto semiótico, é um aparelho de produção de discurso, bem como uma forma de conferir e comunicar significado ao público.

Ele explica que, tradicionalmente, existem duas formas de “narrativa da marca”: A primeira é a criação de uma história onde o produto “ajuda” o consumidor: pense em comerciais da Polishop. A segunda é a inserção da marca em propriedades intelectuais de entretenimento variado, como em filmes *blockbusters*: O chamado “*product placement*”. Com o advento da transmídia, porém, ele introduz um terceiro cenário, onde “a marca não está mais dentro da ficção, mas a ficção é a marca” (SCOLARI, 2009, p. 14, tradução nossa).

Ele continua:

“*Branding* tradicional é principalmente construída com elementos icônicos, como logotipos e imagens gráficas. (...) Em Narrativas Transmídia, então, a marca é expressada pelos personagens, tópicos e estilo estético do mundo fictício. Essa série de atributos distintos pode ser aplicada para diferentes formas de expressão: É a série de propriedades “móveis” que pode ser aplicada para diferentes formas de expressão. Em *Fan Fiction*, até consumidores podem participar na expansão do mundo fictício aplicando essa série de atributos para criar novas situações e personagens.” (SCOLARI, 2009. p. 15, tradução nossa)<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> No original: Traditional branding is mainly constructed with iconic elements, such as logotypes or company graphic images. (...) In TS, then, the brand is expressed by the characters, topics, and aesthetic style of the fictional world. This set of distinctive attributes can be translated into different languages and media: It is a "moveable" set of properties that can be applied to different forms of

Sua menção de *fan fiction* é notável, pois reflete a visão de Jenkins (2006) anteriormente citada, que incorpora o conteúdo gerado pelo usuário como parte da narrativa. Sob esta ótica, o estudo de uma Narrativa Transmídia é capaz de comportar narrativas emergentes que não derivam de uma única fonte, incluindo as produzidas pela própria comunidade de consumidores ativos que engaja com a narrativa primária. Em outras palavras, embora a visão predominante sobre a NT seja a de uma história planejada para distribuição em mais de uma mídia, geralmente ligada a estratégias de marketing, ambos os autores concordam com uma visão de transmidialidade que comporta a possibilidade de que a tal ocorra independentemente do autor original e de suas intenções.

Scolari (2009) elabora sua visão de marca: “Ela propõe uma série de valores e os consumidores aceitam (ou não) tornar-se parte de seu mundo” (SCOLARI, 2009, p. 14, tradução nossa)<sup>26</sup>. Aqui entra o conceito-chave de sua pesquisa: O Mundo Narrativo — ou seja, uma realidade que comporta uma ou mais narrativas. Jenkins (2006) não utiliza o termo, mas nota-se que ele expressa um sentimento semelhante ao descrever uma tendência na produção de filmes:

“Cada vez mais, o contar histórias vem se tornado a arte de construção de mundo, enquanto artistas criam ambientes convincentes que não podem ser totalmente explorados ou esgotados dentro de um único trabalho ou mesmo uma única mídia. O mundo é maior que o filme, maior até do que a franquia — já que especulações e elaborações de fãs também expandem o mundo em uma variedade de direções.” (JENKINS, 2006, p. 115. Tradução nossa)<sup>27</sup>

Percebe-se que ambos pesquisadores deixam implícita uma conexão entre Mundos Narrativos e a transmidialidade: Scolari (2009) chega a utilizar o termo “mundo narrativo transmidiático” de forma intermutável com “mundo narrativo”. Qualquer narrativa pressupõe um mundo na qual existe, mas a transmidialidade provê uma nova relevância para ele: O mundo ganha precedência, tornando-se o objeto principal de consumo, capaz de conter múltiplas narrativas.

---

expression. In fan fiction, even consumers can participate in the expansion of the fictional world by applying this set of attributes to create new situations and characters.

<sup>26</sup> No original: It proposes a series of values and the consumers accept (or not) to become part of this world.

<sup>27</sup> No original: More and more, storytelling has become the art of world building, as artists create compelling environments that cannot be fully explored or exhausted within a single work or even a single medium. The world is bigger than the film, bigger even than the franchise—since fan speculations and elaborations also expand the world in a variety of directions.

Para o pesquisador, a técnica predominante para integrar marcas à mundos narrativos costumava ser a “micronarrativa comercial”, a típica propaganda de televisão que apresentava um mundo onde o produto vendido transformava a vida do comprador. “Nestes mundos narrativos, mulheres podem lavar melhor, homens podem dirigir mais rápido, e crianças podem ser mais felizes se utilizarem um certo produto ‘mágico’” (SCOLARI, 2009, p. 14, tradução nossa)<sup>28</sup>. A próxima inovação foi inserir um produto dentro de um universo fictício não-comercial, conhecido como “*product placement*” (colocação de produtos). Mas, através da transmídia, temos uma terceira inovação, que Scolari chama de “mundo narrativo como marca”. Ele explica:

A narrativa transmídia até introduz uma mutação a este cenário na qual a marca não está mais dentro da ficção, mas a ficção é a marca. Esta mutação em ficção de marca — do produto colocado dentro da ficção para o mundo fictício tornando-se o produto — fecha o caminho analítico inaugurado pela semiótica duas décadas atrás: de “marcas são mundos narrativos” para “mundos narrativos são marcas” (SCOLARI, 2009, p. 14, tradução nossa)<sup>29</sup>.

Para os propósitos deste trabalho, a importância deste conceito está em como o mundo narrativo, agindo como marca, se expressa. Para que todas as diferentes histórias de um mundo narrativo comuniquem que são parte de um todo, elas precisam de consistência. Esta consistência, para Scolari, implica três tipos de “Elementos Icônicos”. Estes são:

Quadro 2 - Tipos de Elementos Icônicos em Mundos Narrativos

Elemento Icônico	Descrição
Hierarquia de Valores	Lealdade, traição, competição (ex.: “24 Horas”), amizade, cooperação, coragem (ex.: “Harry Potter”), etc.
Estética	Texturas, materiais, cores, sons, ou quaisquer outros marcadores visuais, sonoros, editoriais, de pacing, montagem ou texto que tornem aquela franquia (ou mundo narrativo) único, e distinto de seus competidores. (Em 24 horas, por exemplo, temos “fragmentação de tela, efeitos em tempo real, e complexidade narrativa”) (p. 15).

<sup>28</sup> No original: In these narrative worlds, women can wash better, men can drive faster, and children can be happier if they use a certain “magical” product.

<sup>29</sup> No original: Transmedia storytelling even introduces a mutation to this scenario in which the brand is no longer inside the fiction, but rather the fiction is the brand. This mutation in brand fiction — from the product placed inside the fiction to the fictional world becoming the product — closes the analytical path inaugurated by semioticians two decades ago: from “brands as narrative worlds” to “narrative worlds are brands”.

Itens recorrentes	Personagens, cenários, objetos e/ou tópicos que se repetem pelo menos parcialmente nas múltiplas histórias dentro do mundo narrativo.
-------------------	---

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Scolari (2009, p. 15, tradução nossa).

Enquanto Jenkins (2006) prioriza a continuidade da narrativa, Scolari (2009) foca sua atenção nos elementos icônicos que formam a essência do mundo apresentado. Para ele, estes elementos são análogos aos ícones de marcas tradicionais (logotipos, *templates* gráficos, paleta de cores etc). Estas características definem a marca, assim como os itens, valores e a linguagem estética definem o mundo narrativo. É um conjunto de “propriedades móveis” que podem ser adaptadas para mídias distintas. Uma consequência importante disso é que o próprio público pode expandir o mundo. “Em *fan fiction*, até os consumidores podem participar na expansão do mundo fictício ao aplicar esta série de atributos para criar novas situações e personagens” (SCOLARI, 2009, p. 15, tradução nossa)<sup>30</sup>.

Mais uma vez, é notável que a posição de ambos os pesquisadores, na qual *fan fiction* trata-se de uma forma válida de expansão do mundo narrativo, vai contra a pressuposição comum de que a narrativa está sob o controle de uma fonte central. Além dos argumentos de Jenkins já apresentados neste estudo, Scolari enfatiza a importância de extensões criadas pelo consumidor:

Se convergência tem de ser entendida como “um processo dirigido por corporações de cima pra baixo e um processo dirigido por consumidor de baixo pra cima” (apud Jenkins & Deuze, 2006, p.6), então pesquisas não devem excluir a co-criação de conteúdo pelo público. (...) conteúdo gerado por usuário ocupa um papel central em estratégias de expansão de mundos fictícios.” (SCOLARI, 2009, p. 16, tradução nossa)<sup>31</sup>.

Em par com a visão de Jenkins que a “convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2006, p. 3, tradução nossa)<sup>32</sup>, nota-se que a classificação de “narrativa transmídia” vai além da intenção ou distribuição inicial da história: qualquer narrativa

<sup>30</sup> No original: In fan fiction, even consumers can participate in the expansion of the fictional world by applying this set of attributes to create new situations and characters.

<sup>31</sup> No original: If convergence must be understood “as both a top-down corporate-driven process and a bottom-up consumer-driven process” (Jenkins & Deuze, 2008, p. 6), then research should not exclude the cocreation of content by audiences. (...) user-generated content occupies a central role in fictional world expansion strategies.

<sup>32</sup> No original: Convergence occurs within the brains of individual consumers and through their social interactions with others.

pode ser estudada através de uma lente transmidiática, desde que existam obras expandindo seu mundo narrativo, mesmo que tais obras não sejam consideradas “oficiais” pelo(s) autor(es) da história inicial. Isso não quer dizer que não exista valor em identificar histórias que foram planejadas e produzidas desde o início para serem distribuídas por múltiplas mídias, mas significa que a “narrativa transmídia” expande sua utilidade como um modelo de análise, uma estrutura para entender como um número cada vez maior de consumidores processa e adiciona às narrativas que encontra.

Esta distinção é importante para os propósitos deste trabalho, pois abre a possibilidade de análises interdisciplinares sobre como consumidores constroem mundos narrativos com base em histórias que encontram ao engajar com diferentes mídias. Mesmo histórias idealizadas para serem experienciadas de uma certa forma podem ser distorcidas, expandidas ou apropriadas por adições de outros criadores, com intenções positivas ou maliciosas. O risco é menor quando falamos de mundos fictícios atrelados a grandes franquias de entretenimento, que tem um grande interesse em preservar seu “cânon”, mas a divisão torna-se mais tênue ao voltarmos nosso olhar para narrativas mais descentralizadas, ou que possuem uma relação menos óbvia com a representação da realidade. Narrativas pessoais, interpessoais ou políticas, por exemplo.

Ryan (2014), por outro lado, interpreta a definição de Jenkins (2006) de Narrativa Transmídia como pressupondo um projeto de estrutura *top-down* — ou seja, planejada de cima, desde o início, para distribuir-se entre múltiplas mídias. Como foi argumentado aqui, porém, ambos Jenkins (2006) e Scolari (2009) não somente deixam espaço como demonstram grande interesse na habilidade de cada *fan fiction* de expandir o universo de uma narrativa. Ryan (2014) comenta sobre *fan fiction*, elogiando-a como “a manifestação mais pura da cultura participativa” (RYAN, 2014, p. 10), mas, em sua visão, contribuições de fãs são uma parte pequena de franquias transmídias. Ela elabora ainda: “Se nos contermos estritamente à definição *top-down* de Jenkins, *fan fiction* não representa uma dispersão sistemática de conteúdo, e não cria uma experiência de entretenimento unificada e coordenada” (RYAN, 2014, p.11). Ela argumenta que obras de *fan fiction* costumam ser contraditórias entre si, por originarem-se em fontes diversas.



A definição de Jenkins que menciona uma distribuição sistêmica, porém, está contida em seu blog, enquanto em seu livro, os requerimentos já citados aqui estipulados pelo pesquisador permitem a incorporação de histórias feitas por fãs, mesmo que contraditórias, desde que sejam auto-contidas e acessíveis. Ryan (2014) associa a constituição de uma NT à constituição de seu mundo, ou seja, a firmeza de seu cânone. NTs são, afinal, sustentadas por seu mundo narrativo. A perspectiva de Scolari (2009) pode ajudar a resolver tal impasse, com o uso de Elementos Icônicos — pode ser argumentado que a preservação dos EIs de um mundo narrativo sejam suficientes para manter a constituição da NT. Tal visão abriria portas para casos onde a continuidade não é tão importante, pois não é um dos aspectos-chave da narrativa considerados integrais a mesma pela comunidade.

A noção de “Elementos Icônicos” de Scolari também ajuda a explicar outro conceito citado por Jenkins: “*Hybridity*” (Hibridismo). Este ocorre “quando um espaço cultural (...) absorve e transforma elementos de outro” (JENKINS, 2006, p. 112, tradução nossa)<sup>33</sup>. Ele oferece o exemplo da *Marvel Comics* trabalhando com editoras japonesas para publicar o *Mangaverse*, uma série de mangás (revistas em quadrinhos japonesas) que unem elementos narrativos do universo Marvel com elementos culturais do Japão. “O homem-aranha é um ninja, membros dos vingadores formam um robô massivo, e o Hulk torna-se um monstro verde gigante” (JENKINS, 2006, p. 110, tradução nossa)<sup>34</sup>.

Uma obra híbrida, ele explica, “existe entre tradições culturais enquanto provê um caminho que pode ser explorado por ambas direções” (JENKINS, 2006, p. 112, tradução nossa)<sup>35</sup>. Neste exemplo, fãs de mangá poderiam ter seu primeiro contato com o universo Marvel com uma certa familiaridade, e fãs da Marvel poderiam experimentar um pouco da cultura japonesa (embora não fosse o objetivo primário neste caso). Jenkins explica que, historicamente, hibridismo é uma forma de resistência cultural através da reapropriação: povos vulneráveis ou marginalizados utilizam de elementos da mídia mainstream para propagar suas próprias histórias,

---

<sup>33</sup> No original: [Hybridity occurs] when one cultural space (...) absorbs and transforms elements from another.

<sup>34</sup> No original: Spider-Man is a ninja, the members of the Avengers assemble into a massive robot, and the Hulk turns into a giant green monster.

<sup>35</sup> No original: [A hybrid work] exists betwixt and between two cultural traditions while providing a path that can be explored from both directions.

na busca de controlar o que os é imposto. O exemplo do *Mangaverse*, porém, é o oposto: o esforço de uma corporação poderosa em expandir seu domínio cultural.

Jenkins (2006) e Scolari (2009) não fazem esta conexão, mas pode ser argumentado que o hibridismo é realizado através da integração (ou diálogo, ou apropriação, dependendo do propósito e do ponto de vista) entre os elementos icônicos do mundo narrativo da marca e os elementos icônicos da narrativa cultural do povo, nação ou segmento sociocultural visado como público. No contexto da análise de marcas, trataria-se de uma estratégia de marketing, introduzindo uma marca para outras culturas, tornando-a mais familiar para tais.

Vale notar que obras híbridas não são necessariamente partes de um mundo narrativo transmídia: No caso do *mangaverse*, por exemplo, as histórias não se passam na continuidade original do universo Marvel ocidental. A Marvel Comics, porém, introduziu com sucesso o elemento icônico do “multiverso”, um item narrativo que foi aceito por sua comunidade de consumo, que recontextualiza a própria relação dos leitores com a continuidade de suas histórias: no multiverso, tudo é “canônico”, e a multiplicidade de continuidades faz parte da própria narrativa. Sem a intenção de julgar intencionalidade, podemos observar que uma das consequências dessa estratégia é a maior facilidade de expansão cultural. Consumidores de obras híbridas, como o *mangaverse*, podem justificar a validade canônica das histórias que lêem em suas comunidades.

Em contrapartida com as noções estudadas até aqui, o conceito de Bertetti (2014) de “Personagens Transmídia” introduz a possibilidade de personagens que existem em múltiplas narrativas sem que as próprias narrativas sejam transmidiáticas. Uma idéia adjacente, porém não inclusa, na definição até aqui discutida de Narrativa Transmídia. Estes personagens podem se tornar franquias e desencadear uma série de histórias, mas em cenários diferentes, sem interesse algum em compor um único mundo. É interessante averiguar o que aconteceria ao contrastar este fenômeno com a idéia de um cânone maleável, como um “multiverso”, ou mesmo com a noção previamente discutida de que Mundos Narrativos podem existir sem a preservação de seu cânone, desde que seus Elementos Icônicos permaneçam integrais. A “franquia” desencadeada por um personagem transmídia é, afinal, uma série de histórias que já possui pelo menos

um elemento em comum - o personagem. Portanto, existe a possibilidade de que ele possa ser estudado como um Mundo Narrativo não-tradicional.

Bertetti (2014) introduz uma tipologia de identidades para tais personagens. A “identidade própria” (propriedades que se referem ao “ser” do personagem), subdividida em “identidade figurativa” (sua aparência e qualidades perceptíveis, como nome e imagem), “identidade temática” (papéis que o personagem cumpre na história, como pai ou pescador), e a “identidade relacional” (relações que o personagem tem com seu mundo). Além dessas, que denomina “identidades existenciais”, o pesquisador introduz ainda as “identidades ficcionais”, a actante, a modal e a axiológica (seus papéis actantes, suas motivações e ações e seus valores, respectivamente). Esta tipologia existe com o propósito de rastrear as variações em identidade de um personagem entre mundos. Ou seja, quais aspectos da identidade do personagem são estáveis ou fixos, quais se alteram, e se há alguma correlação entre a identidade alterada e o tipo de mídia, texto ou mundo comportando o personagem em cada determinado momento.

Atualmente, devido à falta de estrutura para comportar a lógica de construção de uma franquia baseada em Personagem Transmídia dentro de uma NT, decidiu-se que foge do escopo do presente estudo incluí-lo no modelo preliminar aqui construído. Ainda assim, é interessante notar a semelhança entre esta tipologia e o conceito de Elementos Icônicos de um Mundo Narrativo: em ambos os casos, acredita-se que uma série de propriedades da entidade-chave (o mundo e o personagem, em seus respectivos casos) são mais integrais que outros para a sustentação da transmidialidade. O interesse, para Bertetti (2014) assim como para Scolari (2009) está em procurar o que permanece igual quando todas as outras variáveis mudam, em busca de descobrir o que torna aquela entidade reconhecível e apelativa para a comunidade de consumidores.

Jenkins (2006) acredita em um futuro de empoderamento para estes consumidores, mas “somente se eles reconhecerem e usarem este poder como consumidores e cidadãos, como participantes totais em nossa cultura” (JENKINS, 2006, p. 260, tradução nossa)<sup>36</sup>. Scolari encerra sua análise enfatizando a

---

<sup>36</sup> No original: [Consumers will be more powerful in convergence culture] only if they recognize and use that power as both consumers and citizens, as full participants in our culture.

necessidade de pesquisas futuras sobre “estratégias de expansão de mundos fictícios” e “das propriedades, limites e possibilidades deste tipo específico de estrutura narrativa” (SCOLARI, 2009, p. 16, tradução nossa)<sup>37</sup>. Ele sugere a aplicação das ferramentas de seu artigo em outros exemplos de narrativa transmídia, com o fim de testar sua utilidade analítica.

Na próxima seção, o foco do estudo será a obtenção e análise de elementos de Narrativas Políticas em textos acadêmicos seletos.

## 4.2 Elementos de Narrativas políticas

Shenhav (2006, p. 4) distingue entre dois tipos de narrativas políticas:

- **Formais:** Emergem de um fórum político formal, tal como um parlamento ou comício, ou é produzida por políticos e/ou oficiais públicos.
- **Informais:** Possuem teor político, ou seja, suas conclusões e/ou temas podem ser considerados ‘políticos’. Assuntos como equilíbrio de poder, decisões grupais ou liberdade. Estas não precisam ter emergido de estruturas políticas.

Já Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) trazem uma visão mais recente do conceito em seu artigo “Narrativa, Violência Política e Mudança Social”, buscando identificar todas as implicações ontológicas, epistemológicas e metodológicas de uma narrativa política. Sua definição não está preocupada com a fonte da narrativa, entendendo “político” como “a luta pelo poder envolvida em estabelecer, manter e desenvolver uma ordem social específica” (GRAEF; DA SILVA; LEMAY-HEBERT, 2018, p. 1, tradução nossa)<sup>38</sup>. Narrativas que envolvem este tema ou podem ser utilizadas para esse fim, para Graef, Da Silva e Lemay-Hebert, constituem narrativas políticas. Tal definição aparenta ser abrangível pela categoria de “narrativa política informal” de Shenhav.

O foco de Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) está em narrativas

---

<sup>37</sup> No original: [Future research in this ambit should] (...) establish the properties, limits, and possibilities of this specific kind of narrative structure.

<sup>38</sup> No original: [The “political” refers to] the power struggle involved in establishing, maintaining and developing a specific social order.

políticas sobre violência e terrorismo. Por isso, sua atenção é direcionada às repercussões e consequências das histórias. Seu primeiro exemplo são os efeitos da história perpetuada pela administração de George W. Bush após os eventos de 11 de Setembro, retratando a invasão do Iraque como um ato de dever patriótico, e rotulando a oposição como inimigos da América, além de aumentar exponencialmente o preconceito racial contra qualquer pessoa de descendência vagamente relacionada ao Oriente Médio.

Com o desejo de explicar a relação de atores políticos com histórias, Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018, p. 2-3) elenca três modos de narrativa:

- Narrativa como lente para com a qual ver o mundo social.
- Narrativa como dados que podem nos prover esclarecimento sobre aspectos da realidade.
- Narrativa como ferramenta de análise de tais dados de forma sistemática e coerente.

Os pesquisadores partem da premissa de que vivemos em uma “realidade historiada”, e que a narrativa é uma “condição ontológica” da vida — ou seja, a forma pela qual seres humanos entendem a realidade é organizando eventos dispersos no tempo e no espaço, e ligando-os através de uma ideia de causa e efeito. Assim, forma-se uma narrativa: uma configuração da relação entre passado, presente e futuro. Qualquer evento só ganha significado quando em relação a outros eventos.

Naturalmente, tais narrativas têm um impacto na agência pessoal de cada pessoa e, por consequência, na construção de “ordens sociais”. Os pesquisadores observam também que este processo é necessariamente seletivo: “sempre existe mais de uma história para contar” (GRAEF; DA SILVA; LEMAY-HEBERT, 2018, p. 3, tradução nossa)<sup>39</sup>. Shenhav ecoa o mesmo sentimento, explicando que narrativas são necessariamente o produto de uma perspectiva em particular, dado o fato de que, em qualquer momento, incontáveis eventos estão acontecendo — e mesmo um só evento pode ser visto de diversas formas. Além disso, comenta: “Mesmo que certas narrativas políticas juntem um número de pontos-de-vista, a narrativa

---

<sup>39</sup> No original: there is always more than one story to tell.

resultante, ainda assim, tem uma perspectiva própria” (SHENHAV, 2006, p. 5)<sup>40</sup>.

Para Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018), nós construímos nossas “identidades sociais” com base nessa racionalização. Cada indivíduo, em seu dia-a-dia, escolhe entre os múltiplos eventos que estão ocorrendo a cada momento e desenvolve ligações entre eles com recursos narrativos informados por suas tais identidades: mãe, jornalista, ativista etc. Essas identidades são “múltiplas e multivocais”, informadas pelas percepções dos demais, visto que o indivíduo sempre existe em relação aos outros. Identidades são fluidas, e como elas influenciam nossas narrativas, estas também são.

Eles explicam que mudanças políticas nascem desta fluidez, onde atores sócio-políticos “se esforçam para formular e contar suas histórias, e, talvez até mais importante, para tê-las ouvidas” (GRAEF; DA SILVA; LEMAY-HEBERT, 2018, p. 4, tradução nossa)<sup>41</sup>. No quesito da mídia, eles comentam sobre a relação simbiótica que parece existir entre canais de notícia e “terrorismo” (que põe entre aspas por tal palavra se tratar de outro aparelho narrativo) — onde noticiários ajudam a espalhar a mensagem de militantes, e ao mesmo tempo ganham mais atenção para si.

O foco de Graef, Da Silva e Lemay-Hebert é a violência política: eles lamentam que estudos empíricos sobre representação desta na mídia “raramente abordam os textos como textos narrativos”, mas citam um exemplo de pesquisa sobre comentários on-line em fóruns de discussão e redes sociais (Facebook e Twitter) sobre soldados britânicos na Síria, que conclui que estes “textos em miniatura” (*miniature texts*) servem como uma prática narrativa de “criação de significado” (sense-making) que contribui para o ambiente discursivo sobre políticas de contra-terrorismo.

Os pesquisadores então discutem três categorias, aplicando teoria de neutralização em narrativas sobre violência política para descrever a posição de uma narrativa em relação à cultura onde está presente. De acordo com esta taxonomia, uma narrativa pode ser:

---

<sup>40</sup> No original: Even if certain political narratives join together a number of viewpoints, the resulting narrative, nevertheless, has a perspective of its own.

<sup>41</sup> No original: (...) struggle to formulate and tell their stories and, perhaps even more importantly, to have them heard.

Quadro 3: Posições culturais de narrativas para Graef, Da Silva e Lemay-Hebert.

Posição da Narrativa	Descrição
Inculturada	Acomoda normas e valores “convencionais” ( <i>mainstream</i> ), mesmo ao desculpar comportamento que se opõe a tais.
Subcultural	Se opõe aos costumes e valores convencionais.
Pós-narrativa	Expressa imunidade a normas e valores em geral.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018, p. 15, tradução nossa)<sup>42</sup>.

Enquanto Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) entendem a narrativa como uma tentativa de interpretar a realidade, Shenhav (2006) distingue os conceitos de narrativa política e “realidade política”: Devido à noção democrática de que políticos representam o povo, eles devem se referir à mesma realidade que seus constituintes entendem, mesmo que não seja uma realidade objetiva.

Para ele, a relação entre essa realidade política e narrativas é complexa: Já que NPs estão competindo entre si, e tentando falar sobre contextos compartilhados pelos comunicadores e o público, a estratégia delas nem sempre é declarar que oferece uma representação precisa da realidade política. Existem NPs que reconhecem a existência de uma realidade não-narrativa, e levantam dúvidas sobre a própria possibilidade de uma narrativa refletir o factual. “Histórias não são vividas, mas contadas” (SHENHAV, 2006, p. 7, tradução nossa)<sup>43</sup>, clamam narrativas desse tipo. Ele explica:

“A afirmação que narrativas políticas não têm capacidade alguma de representar a “realidade política” levanta questões preocupantes, porque pode levar ao desafio da distinção moral entre ‘verdade’ e ‘mentira’ na história, política, ou qualquer outra descrição narrativa de eventos. Portanto, escolher uma posição sobre a outra é claramente uma questão de orientação ideológica. Talvez até uma questão de estado mental: se uma pessoa está disposta a lidar com a incerteza ou deseja existir em um estado mais “sólido” e claro de consciência.” (SHENHAV, 2006, p. 7, tradução

<sup>42</sup> No original: Narratives are “encultured” if they accommodate mainstream norms and values, and excuse behaviour that is in opposition to it. They are “subcultural” if they express a set of norms and values alternative or opposed to that of the mainstream. The third mode is a “postnarrative” mode, relating ot narratives that express immunity to norms and values altogether.

<sup>43</sup> No original: Stories are not lived, but told.

nossa)<sup>44</sup>

Com base nisso, ele elenca quatro perspectivas possíveis sobre a capacidade da narrativa de falar sobre a realidade política. Para explicar essas perspectivas, ele divide narrativas em três níveis de representação. Estes são:

Quadro 4 - Níveis de Narrativa de acordo com Shenhav.

Nível	Composição	Descrição
Nível 1	Eventos, personagens e cenários	As ocorrências, os atores presentes e o espaço geográfico, social e institucional das mesmas.
Nível 2	Sequência	A distribuição temporal dos eventos
Nível 3	Causalidade	A relação de causa e efeito entre os eventos.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Shenhav (2006, p. 8, tradução nossa)<sup>45</sup>.

As perspectivas, então, dizem respeito a quantos níveis da narrativa tem a habilidade de representar a realidade política. Estes são os “paradigmas consensuais” de cada narrativa. Eles são:

Quadro 5 - Paradigmas Consensuais sobre capacidade representacional de narrativa.

Paradigma Consensual	Descrição
<b>PC1</b> - Nenhuma habilidade representacional.	Narrativas são incapazes de representar qualquer aspecto da “realidade política”.
<b>PC2</b> - Habilidade de representação episódica.	Narrativas podem ser capazes de representar episódios ou eventos separados, mas não sua sequência temporal ou qualquer ordem sugerida por tal. Não podem representar sequências de eventos em uma linha-do-tempo, pois histórias não conseguem imitar a real ligação temporal entre eventos.
<b>PC3</b> - Habilidade de representação cronológica.	Narrativas conseguem descrever sequências de eventos na realidade política, mas não

<sup>44</sup> No original: The claim that political narratives have no ability at all to represent “political reality” raises some troubling questions, because it can lead to the challenging of the moral distinction between “truth” and “lie” in history, politics, or any other narrative description of events. Therefore, choosing one position or the other is clearly a matter of ideological orientation. Perhaps it is even a question of state of mind: whether one is willing to cope with uncertainty or wishes to exist in a more clear-cut and “solid” state of consciousness.

<sup>45</sup> No original: The first is “events, characters, and background.” This element includes all of the events covered by the narrative, the main players in it, and the geographical, social, and institutional space within which they are set. The second is “events in sequence.” This element refers to the events along a temporal continuum. The third is “causality.” This element includes the attribution of cause and effect, which exist in most political narratives.



	representam as relações causais entre estes.
<b>PC4</b> - Habilidade de representação total: Narrativas estão aptas para descrever completamente uma realidade política.	Narrativas estão aptas para descrever completamente uma realidade política.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Shenhav (2006, p. 7, tradução nossa)<sup>46</sup>.

Cada indivíduo pode interpretar narrativas com um desses paradigmas, e cada grupo político tem sua predominante, mas as próprias narrativas políticas podem sugerir uma delas. Ele exemplifica:

“Então, por exemplo, se o paradigma consensual é a narrativa com relações causais, aqueles que concordam com ela provavelmente compartilham a perspectiva básica de ‘representação total’ (ou seja, que narrativas são capazes de representar totalmente a ‘realidade política’). Por outro lado, se o paradigma consensual compromete-se somente a episódios e eventos, a perspectiva de ‘representação episódica’ é provavelmente a que está em vigor.” (SHENHAV, 2006, p. 12, tradução nossa)<sup>47</sup>

Para um exemplo prático, Shenhav (2006) cita um debate entre o estadista Sionista Judeu Avraham Burg e Azmi Bishara, um membro do *Knesset* Arab-Israelense pró-Palestina, onde ambos, embora discordassem em suas narrativas sobre a história de sua nação, concordavam na incapacidade de uma história só englobar a totalidade dos acontecimentos. “Eu nunca pensei que existia uma história Judaica do mundo. Existem histórias, várias histórias Judaicas”, Bishara comenta. “Você projeta um contínuo de consciência, e isso é parte da emergência de uma nação”. Burg concorda e adiciona, “pode haver uma realidade de duas ou três histórias acontecendo ao mesmo tempo (...) pode haver uma sobreposição em

<sup>46</sup> No original: 1. No representational ability. This view assumes that the narrative pattern with all its components cannot represent any aspect of “political reality.”

2. Capacity for episodic representation. According to this view, narrative is potentially capable of representing discrete episodes and events, but not the chronological sequence or any uniformity suggested by it. This approach might be derived from an episodic view of “political reality” itself – from the belief that the world is “created” anew in each episode, making it impossible to represent sequences of events and to refer to their ordering along a chronological axis. It can also arise from the argument that narrative forms cannot imitate the temporal link between events, only specific episodes.

3. Capacity for chronological representation. According to this view, the chronology of narratives can mirror sequences of events in “political reality,” but it cannot represent the causal relationships between them.

4. Capacity for full representation. This view assumes that narratives are capable of fully representing “political reality.”

<sup>47</sup> No original: Thus, for example, if the consensual paradigm is a narrative with causal relations, those who so concur probably share the “full representation” basic view (that is, that narratives are capable of fully representing “political reality”). On the other hand, if a consensual paradigm undertakes only discrete episodes and events, the “episodic representation” basic view is probably at work.

algumas sequências, ou planos paralelos” (SHENHAV, 2006, p. 15, tradução nossa)

<sup>48</sup>.

Nesse diálogo, Burg tenta levar Bishara a aceitar que a “narrativa sionista” era somente uma das formas de interpretar a história da terra de Israel/Palestina — uma solução potencialmente mais diplomática do que desafiar tal narrativa diretamente. Se os dois participantes entrassem no diálogo com narrativas opostas, ambas com um PC de representação total, haveria conflito imediato. Shenhav (2006) não faz um julgamento de valor sobre este método, mas retém-se a mostrá-lo como uma forma possível de buscar coexistência entre narrativas políticas conflitantes.

O uso de narrativa nesse caso, como processo formativo da identidade histórica e cultural de dois povos, se alinha com a visão de Hammack e Pilecki (2012) da Narrativa Política como a metáfora da psicologia política. Para os pesquisadores, o auto-entendimento sociopolítico, bem como a idealização de uma comunidade e cultura, tomam a forma de histórias, criando significado não somente dentro da mente de cada indivíduo, mas no plano material para o coletivo. Eles falam sobre a “identidade narrativa” como uma forma de posicionar sua identidade no espaço e tempo, de fazer parte de um todo e se auto-idealizar através de sua relação ao mesmo. Os princípios que devem guiar o estudo de uma Narrativa Política, nesta visão, são:

- A construção social da linguagem, política e pensamento;
- As necessidades de coerência pessoal e identidade;
- A necessidade de solidariedade coletiva através de significados compartilhados;
- O papel motivacional e meditacional da linguagem na prática social.

Na história de Shenhav (2006), as identidades pessoais e culturais de dois indivíduos pertencentes a povos em situação de conflito geopolítico foram, ao menos momentaneamente, apontados na direção de uma possível coexistência, em virtude de concordarem que duas narrativas coletivas aparentemente contraditórias podem coexistir. Tal situação pode ser descrita como um Paradigma Consensual em comum

---

<sup>48</sup> No original: But there can also be a reality of two histories or three histories happening at once. (...) there could be overlap in some sequences, or parallel planes.

catalisando a solidariedade coletiva entre Mundos Narrativos sequencialmente e relacionalmente opostos. As teorias demonstram compatibilidade, e um diálogo entre os conceitos dos pesquisadores aqui mencionados se mostra possível.

Na próxima seção, discute-se como os elementos discutidos de Narrativas Transmídia podem dialogar com os elementos de Narrativas Políticas, e sugere-se um modelo para o estudo transmidiático de NPs, tratando-as também como Narrativas Transmídia.

### **4.3 Pontos de possível integração entre os conceitos**

Durante o curso deste estudo, foram observados pontos de diálogo em potencial entre os campos. Em primeiro lugar, usou-se a definição de Narrativa Política de Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) — narrativas que envolvem ou são envolvidas na luta para manter, estabelecer e desenvolver uma ordem social. Como dito antes, tal definição também se enquadra no que Shenhav (2006) denomina “narrativa política informal”. Esta definição nos permite comportar narrativas com origens múltiplas, ou difíceis de rastrear, como costuma ser o caso em correntes de redes sociais, por exemplo.

Graef, Da Silva e Lemay-Hebert lamentam, então, que exista uma falta de “instruções práticas para a análise de narrativas não-literárias, apesar da extensa literatura sobre métodos narrativos”, pedindo um foco maior em “enredamento” e nas dinâmicas temporais da narrativa. Para tal fim, sugerem a análise prática dos padrões narrativos em vários tipos de texto, “sejam artigos de notícia, documentos políticos ou entrevistas transcritas” (GRAEF; DA SILVA; LEMAY-HEBERT, 2018, p. 8)<sup>49</sup>. Esta é uma necessidade que o estudo a Narrativa Transmídia está apto para preencher, especialmente sobre as perspectivas de Jenkins (2006) e Scolari (2009) sobre a capacidade de narrativas distintas de compor um mesmo Mundo Narrativo mesmo que não tenham sido idealizados em conjunto.

A obra de Jenkins (2006) evoca um teor político ao centrar a discussão na “democratização” do consumo e produção de mídia. Ele demonstra esperança na possibilidade de que o consumo ativo e coletivo continue a empoderar os consumidores, amplificando suas vozes em relação às corporações produtoras de

---

<sup>49</sup> No original: (...) whether in form of news articles, policy documents or interview transcripts, (...).

mídia. Embora a maior parte de seus exemplos sejam produtos de cultura pop e entretenimento, o tema central da obra é a volatilidade do equilíbrio de poder nesta era midiática. Além disso, ele reconhece o potencial político do que escreve:

“Neste momento, estamos usando este poder coletivo através da nossa vida recreacional, mas em breve estaremos aplicando estas habilidades para propósitos mais 'sérios” (JENKINS, 2006, p. 4, tradução nossa)<sup>50</sup>. Jenkins ainda clarifica que não quer passar a impressão de que *fandom* é uma perda de tempo por gastar energia que, se bem direcionada, poderia ser aplicada em “coisas sérias”. Ele argumenta que estes novos modos de produção de conteúdo ocorrem primeiramente na cultura popular porque o modo como pensamos sobre *expertise* política intimida o consumidor, porque os riscos são menores e porque cultura popular é “mais divertida”, mas prevê a expansão dessa dinâmica de consumo ativo e cocriação para o domínio político.

Seu interesse no potencial poder político de comunidades de conhecimento o leva a analisar *fandoms* (grupos de fãs) como uma “prévia” do que estaria por vir:

“Os efeitos políticos destas comunidades vem não somente pela produção e circulação de novas ideias (...) mas também pelo acesso a novas estruturas sociais (inteligência coletiva) e novos modelos de produção cultural (cultura participativa).” (JENKINS, p. 246, tradução nossa)<sup>51</sup>

Através do consumo e produção transmidiática de narrativas por parte de tais comunidades, a linha entre público e contador de história torna-se embaçada. O que empodera o público e é, em alguns casos, visto como uma ameaça por parte das corporações interessadas em manter o controle. Jenkins (2006) fala sobre as “políticas de participação”. Seus exemplos incluem a editora de Harry Potter, que permitia a propagação de *fanfics* até os direitos de adaptação para o cinema serem comprados pela Warner Bros., o que marcou o início de anos de perseguição legal aos jovens fãs; e o caso de *Star Wars*, que, após tentar eliminar *fanfilms* e falhar, criou uma plataforma própria para hospedar trabalhos de fãs: uma tentativa de

<sup>50</sup> No original: Right now, we are mostly using this collective power through our recreational life, but soon we will be deploying those skills for more “serious” purposes.

<sup>51</sup> No original: The political effects of these fan communities come not simply through the production and circulation of new ideas (...) but also through access to new social structures (collective intelligence) and new models of cultural production (participatory culture).

controle, pois apenas alguns tipos de filmes eram permitidos (paródias e recriações de cenas — proibindo novas histórias).

Ele discute as eleições norte-americanas de 2004 como exemplo de “um momento transicional entre a mídia e a política”. Mesmo nesta época, Jenkins já identificava que “cidadãos estavam sendo encorajados a fazer muito do trabalho sujo da campanha” e que “partidos perderam algum controle sobre o processo político” (JENKINS, 2006, p. 22, tradução nossa)<sup>52</sup>. Ele cita a crença de Lévy que “novos tipos de poder político irão emergir e operar em paralelo à — e, às vezes, desafiar diretamente — a hegemonia da nação-estado ou o poder econômico do capitalismo corporativo” (JENKINS, 2006, p. 28, tradução nossa)<sup>53</sup>.

O pesquisador admira a visão de Lévy, de uma “utopia alcançável”, fundada no alicerce das comunidades de conhecimento. Parte de seu argumento baseia-se no que Peter Walsh chama de “o paradigma do *expert*”, onde a ideia de *expertise* individual é substituída pela inteligência coletiva do grupo (WALSH, 2003). Colaboração torna-se um valor mais desejado do que o acúmulo pessoal de conhecimento. O que não se podia fazer sozinho, agora se pode fazer coletivamente. Citando diversos exemplos de grupos on-line resolvendo problemas impossíveis para uma única pessoa (os *'survivor spoilers'*, grupo dedicado à descobrir os vencedores do programa *Survivor* antecipadamente; os *Cloudmakers*, grupo formado por jogadores do jogo de realidade alternativa *'Beast'*; etc.). Jenkins (2006) imagina este poder aplicado à política.

Hammack e Pilecki (2012) também centram seu estudo em uma visão de narrativa como algo construído em grupo, expandindo a noção já amplamente aceita na psicologia de uma história como forma de autoconhecimento e construção de memórias para o campo político, para o entendimento de si como um ser social, cultural e participativo, parte de um corpo coletivo. Eles elaboram:

“Primeiro, como a organização social influencia pensamento, sentimento e ação? Segundo, dentro dos limites desta organização, como indivíduos resistem e tentam reinventar a ordem social? Uma abordagem narrativa está bem posicionada para contribuir para ambas estas questões maiores através do foco na criação de histórias em múltiplos níveis - o nível superordenado de unidades como o estado-nação, o nível de comunidade, e o nível de subjetividade individual. Em todos estes níveis, nós ganhamos

<sup>52</sup> No original: parties lost some control over the political process.

<sup>53</sup> No original: (...) new kinds of political power will emerge which will operate alongside and sometimes directly challenge the hegemony of the nation-state or the economic might of corporate capitalism.

acessos para processos que são sociais, cognitivos e motivacionais em natureza e que histórias que são construídas e/ou internalizadas providenciam âncoras interpretativas para indivíduos enquanto navegam uma determinada realidade política". (HAMMACK; PILECKI, 2012, p.3, tradução nossa)<sup>54</sup>

Um processo cognitivo em grupo empoderando seus participantes para agirem no campo social é precisamente a visão de Jenkins (2006) para comunidades de conhecimento. A habilidade de co-construir e alterar a história é uma forma de poder, e as mecânicas de transmídia podem ser úteis para descrever como esta narrativa é criada e modificada ao longo do tempo por sua comunidade. O valor heurístico em aplicar ferramentas de estudo de NT e mundos narrativos nos diferentes níveis aqui citados (estado-nação, comunidade e indivíduo) é definível somente com testes futuros, se estes existirem.

Contrastando as visões de Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) e Shenhav (2006), são notados alguns paralelos: eles concordam que narrativas trabalham com uma sequência de eventos necessariamente incompleta e com perspectivas específicas, mas Shenhav traz uma distinção entre a narrativa política e a "realidade política" — sendo que esta também não corresponde necessariamente à realidade objetiva, mas trata-se da noção compartilhada entre um político e seus constituintes sobre o que acontece.

Os três modos de narrativa de Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (lente, dados e ferramenta) podem conversar com as perspectivas básicas de Shenhav (Nenhuma habilidade representacional, representação episódica, representação cronológica e representação total). Por exemplo, um grupo com um PC1 poderia utilizar a narrativa como lente, mas de forma auto-consciente, e disposto a trocar de lente se necessário ou vantajoso. Um grupo com o PC2 ou PC3 utilizaria a narrativa como dados, buscando informações factuais sobre eventos. O PC4, por fim, permitirá a um grupo utilizar uma narrativa como ferramenta de análise, buscando relações causais e respostas a questionamentos. Tal grupo também poderia vir a

---

<sup>54</sup> No original: First, how does social organization influence thought, feeling, and action? Second, within the constraints of that organization, how do individuals resist and attempt to reinvent the social order? A narrative approach is well-positioned to contribute Political Psychology and Narrative 77 to both of these larger questions in its concern with story-making at multiple levels—the superordinate level of units like the nation-state, the level of community, and the level of individual subjectivity. At all of these levels, we gain access to processes that are social, cognitive, and motivational in nature in that the stories that are constructed and/or internalized provide interpretive anchors for individuals as they navigate a given political reality.

utilizar a narrativa como lente, com um comprometimento maior a tal lente do que adeptos do PC1.

As categorias de Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) para a posição cultural de uma narrativa (inculturada, subcultural e pós-narrativa) não encontram um paralelo em Shenhav (2006), mas a terceira categoria em especial — pós-narrativa — reflete valores semelhantes ao PC1. Uma narrativa que se declara imune a normas e valores provavelmente levantará perguntas sobre o valor de acreditar em uma narrativa como representativa da realidade. E, talvez mais importante, estas categorias insinuam um trajeto, onde narrativas subculturais (e até mesmo pós-narrativas) competem para tomarem a posição da inculturada, se os valores convencionais da cultura em questão forem transformados com sucesso.

Os pesquisadores de NT reconhecem o conteúdo gerado por usuário como parte de uma narrativa — enquanto Graef, Da Silva e Lemay-Hebert discorrem sobre redes sociais “ofuscando as barreiras entre narradores e sua audiência, entre produção e consumo” (GRAEF; DA SILVA; LEMAY-HEBERT, 2018, p. 8.)<sup>55</sup>. Esta observação dialoga facilmente com o perfil do consumidor moderno de Jenkins (2006): o que os pesquisadores de Narrativa Política estão descrevendo trata-se do consumo ativo, e a barreira ofuscada entre produção e consumo descrita por eles é o que permite a co-criação de histórias como *fan fiction*, como descrito pelos pesquisadores de Narrativa Transmídia.

Valida-se então o estudo de canais não oficiais como mídias que ajudam a construir narrativas políticas de forma transmidiática. Aqui, este mesmo fenômeno pode ser descrito, no campo de Narrativa Transmídia, como um “Mundo Narrativo” (um conjunto de narrativas com Elementos Icônicos em comum), na definição de Scolari (2009). Ele explica o uso de Mundos Narrativos como marcas — no contexto semiótico (um aparelho de produção de discurso e forma de conferir e comunicar significado ao público). Tal definição de marca é compatível com a propaganda política, não tratando-se necessariamente do *branding* corporativo. Pode-se então extrapolar o princípio de “Mundos Narrativos como marcas” para ideologias políticas. Graef, De Silva e Lemay-Hebert até mesmo chegam a discorrer que “Abordar o

---

<sup>55</sup> No original: (...) This blurs the boundaries between narrators and their audience, of production and consumption.

mundo social como um mundo narrativo significa reconhecer que nós vivemos em uma realidade historiada” (GRAEF; DE SILVA; LEMAY-HEBERT, 2018, p.3).

É fundamentado nisso que este estudo sugere o conceito de “Mundo Narrativo Político” para designar um Mundo Narrativo composto de Narrativas Políticas, pelas definições dos pesquisadores aqui citados. Deve ser enfatizado que o Mundo Narrativo de Scolari (2009) é composto de diversas narrativas transmitidas por diversas mídias e que, portanto, ele em si é transmidiático. Shenhav lamenta a falta de modelos de estudo de Narrativas Políticas independentes de meio, ou que comportem múltiplos meios, e tal necessidade é o que tenta-se preencher com o presente estudo. Levanta-se aqui a noção de MNPs com esperança de que o estudo transmidiático do mesmo possa trazer alguma clareza para futuros estudos.

De acordo com Scolari (2009), um Mundo Narrativo é composto de Elementos Icônicos — uma cadeia de valores, estética, personagens e tópicos que tornam tal mundo reconhecível. Narrativas Políticas, para Shenhav (2006), carregam um Paradigma Consensual. Ao explicá-lo, o pesquisador mostra que tal paradigma existe dentro de elementos de uma ou mais histórias, e pode ser identificado até mesmo na repetição de temas entre múltiplas narrativas. Trata-se portanto de um fenômeno multitextual, e por consequência, potencialmente transmidiático. Sem usar estes termos, ele discorre:

“Tais paradigmas consensuais sobre a realidade política são revelados quando elementos do discurso em um certo assunto tornam-se um tema recorrente em uma massa crítica de textos políticos (...) Tal tema pode se manifestar na repetição de, ou variação na, representação episódica de eventos particulares, a representação de eventos em sequência, ou até a representação total que também inclui relações causais”. (SHENHAV, 2006, tradução nossa)<sup>56</sup>.

Visto que o Paradigma Consensual é um elemento observável em múltiplas narrativas, é possível realizar um paralelo direto com o conceito de Elemento Icônico de Scolari (2009). Interpretar um paradigma desta forma nos ajuda a explicar como narrativas aparentemente incongruentes entre si podem atrair as mesmas pessoas: elas estão engajadas com um Elemento Icônico não facilmente identificável ao engajar com apenas uma das narrativas.

---

<sup>56</sup> No original: These consensual paradigms of political reality are revealed when elements of discourse on a certain subject become a recurring theme in a critical mass of political texts.



Como foi explorado, o Mundo Narrativo pode servir como ponto principal de união entre diferentes visões de Narrativas Transmídia e Narrativas Políticas, permitindo que as descrições de um campo sejam interpretadas através de diferentes lentes. Na seção seguinte, será construído um mapa conceitual preliminar elencando possíveis dinâmicas entre os conceitos mencionados.

## **5 MAPA CONCEITUAL DE INTEGRAÇÃO ENTRE A NARRATIVA TRANSMÍDIA E NARRATIVAS POLÍTICAS COMO DEFINIDAS POR GRAEF, DA SILVA, LEMAY-HEBERT E SHENHAV**

### **5.1 Construindo um Mapa Conceitual**

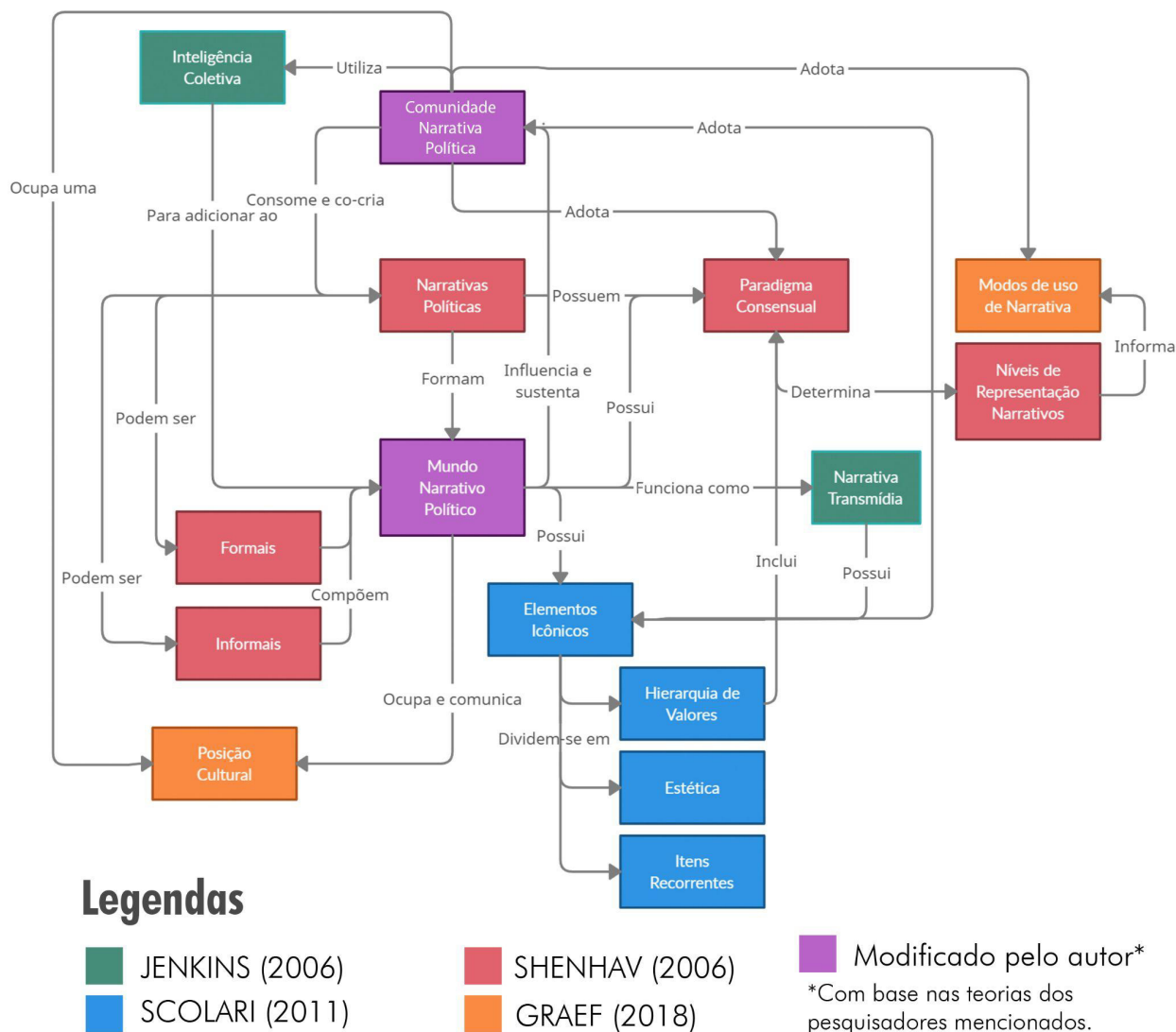
Durante o desenvolvimento do estudo, observou-se que Jenkins (2006) vê uma tensão atualmente ainda não resolvida no desequilíbrio de poder entre criadores e consumidores, que agora assumem a posição de co-criadores. O conceito de Scolari (2009) de “Elementos Icônicos” (valores, itens e estética), então, pode ser interpretado como mais uma camada nessa disputa de poder: uma forma extra de controle, onde quem estabelece os elementos icônicos decide as “regras do jogo”: a maior parte das adições posteriores ao Mundo Narrativo tendem a replicar estes elementos para ter suas contribuições aceitas e validadas pelo resto da comunidade.

Existe a possibilidade de que fãs adicionem e removam seus próprios elementos icônicos, que, com o tempo, sejam assimilados pela comunidade de consumidores em geral, mas tal processo provavelmente envolveria a criação de múltiplas histórias que já apresentam os Elementos Icônicos consolidados, a aceitação de tais histórias por parte da comunidade, e, só então, a aceitação dos ícones adicionais presentes (ou a remoção dos ausentes) em tais histórias no mundo narrativo. A barreira, ao menos a princípio, aparenta ser maior. Mesmo que não seja, trata-se mais de uma camada de controle: uma nova arena de combate pelo controle de uma narrativa.

Ao aplicar o conceito de Lévy de “comunidade de conhecimento” para marcas, Jenkins (2006) usou o termo “comunidade de marca”. Como visto anteriormente, as definições de “marca” e “Mundo Narrativo” são compatíveis com narrativas políticas — portanto, neste estudo sugere-se a denominação “Comunidade Narrativa Política” (CNP) para referir-se às comunidades de conhecimento criadas ao redor de Mundos Narrativos políticos. O termo mais análogo em sintaxe seria “comunidade política”, mas este já possui um significado estabelecido amplamente utilizado. Espelhando a dinâmica descrita por Jenkins e

Scolari sobre MNs e Comunidades de Marca em Comunidades Narrativas Políticas, bem como todos os conceitos estudados no desenvolvimento, sugere-se o seguinte modelo conceitual:

Figura 1 - Diagrama Conceitual do modelo de estudo de MNPs dividido por pesquisador



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Aqui, observa-se o "Mundo Narrativo Político" como tema central — um "Mundo Narrativo" de Scolari (2009) agindo como um carregador de significado político ao invés de uma marca para fins corporativos. Este existe em um relacionamento cíclico de produção e consumo com uma "Comunidade Narrativa Política" — ou seja, uma comunidade de conhecimento que, de acordo com o perfil do consumidor moderno de Jenkins (2006) atua com a aplicação de Inteligência

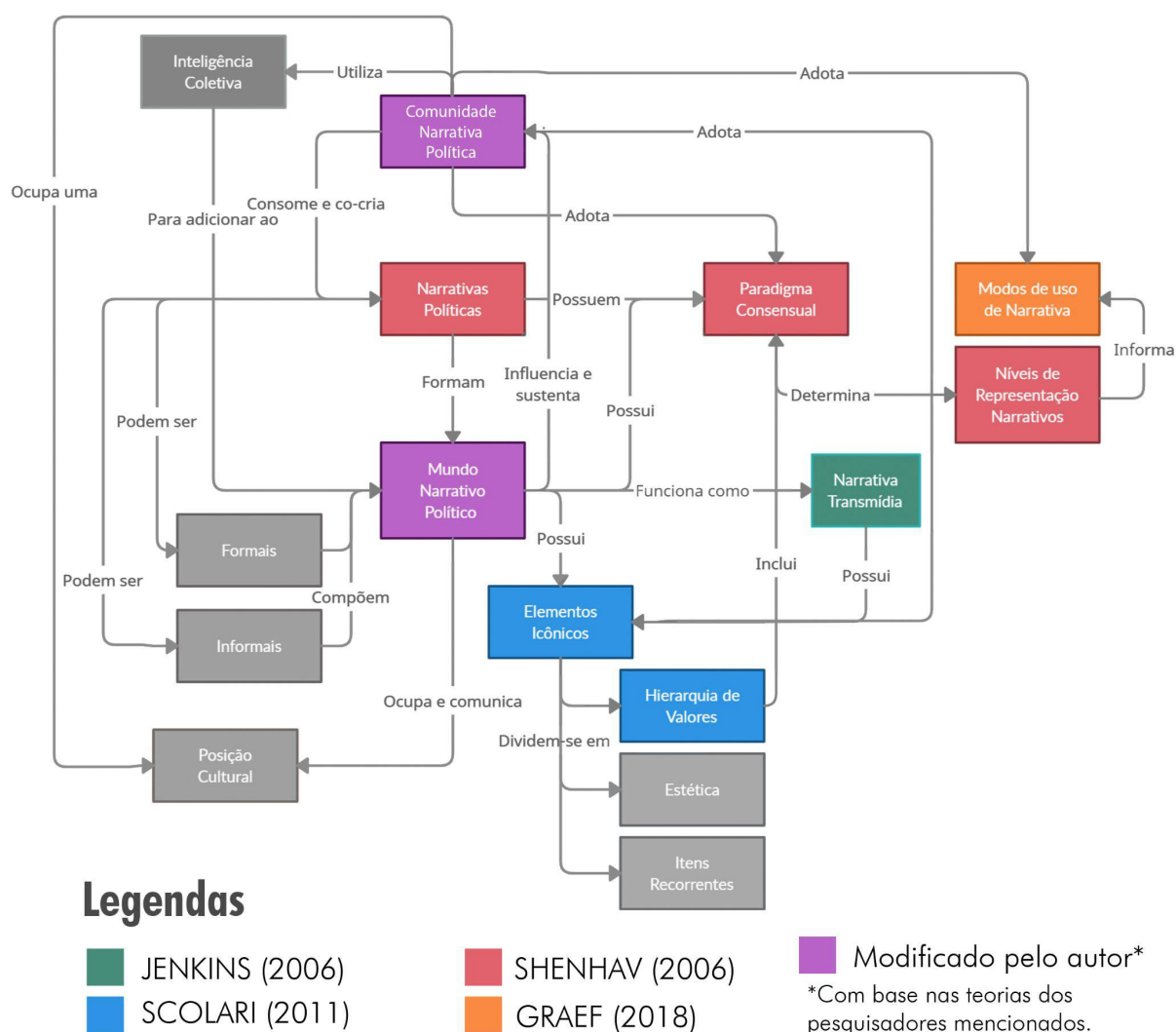
Coletiva para adicionar novas narrativas ao MNP, bem como transformar narrativas já existentes.

A(s) narrativa(s) inicial(is) pode(m) se originar nos políticos (narrativas formais) ou constituintes (narrativas informais). Devido à motivação por parte dos políticos de sincronizar com as narrativas políticas destes constituintes — no processo de construção de Realidade Política descrita por Shenhav (2006) — teoriza-se que as narrativas dos dois lados (político e base constituinte) tenderão a possuir Elementos Icônicos (valores, estética e itens recorrentes) em comum, construindo um Mundo Narrativo Político.

Este processo — fortalecido pelo “consumo participativo” — seria proveitoso para os dois lados, pois um político a par das narrativas de seus constituintes tem um acesso mais fácil à criação de uma Comunidade Narrativa Política. CNPs exibem todas as mesmas características-chave de outras comunidades de conhecimento citadas por Jenkins (2006), o que significa que seu comportamento deve ser estudado não como as decisões de um grupo de indivíduos, mas como um ato de Inteligência Coletiva, como definido por Levý (1997), com dinâmicas comportamentais e antropológicas próprias. Para os interesses deste estudo, porém, a definição de Inteligência Coletiva se contém a sua capacidade de introduzir narrativas ao MNP, sendo utilizada por membros de uma Comunidade Narrativa Política.

Como dito por Scolari (2009), consumidores podem adicionar histórias ao mundo narrativo através do uso de Elementos Icônicos. Membros de uma CNP, então, contribuem gerando novas histórias (dispondo de informação verdadeira ou falsa) com os mesmos Elementos Icônicos do MNP (de forma semelhante à *fanfiction*). Outros membros da comunidade então avaliam consciente ou subconscientemente os Elementos Icônicos de cada história, e a rejeitam ou incorporam no “cânone” da comunidade. A dinâmica de relações aqui teorizada poderia, então, ser ilustrada de tal forma:

Figura 2 - Ciclo de incorporação e criação de Elementos Icônicos ilustrado no diagrama conceitual de MNPs



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

O resultado é que qualquer pessoa pode adicionar histórias a esse mundo narrativo, o que permite que ele funcione tão bem em redes sociais e serviços de mensagem instantânea como o *Whatsapp*. Mas, por esse mesmo motivo, esse tipo de narrativa é mais difícil de ser controlado por uma única entidade política. Uma forma de contornar esse problema é buscar o controle dos Elementos Icônicos, ao invés de tentar dominar a narrativa em si. Os EIs de um MNP delimitam o que pode ou não se encaixar dentro daquele mundo, e são bem mais difíceis de serem excluídos ou modificados pela comunidade. Mesmo assim, se uma ou mais histórias canônicas populares o suficiente introduzirem um novo Elemento Icônico, este pode

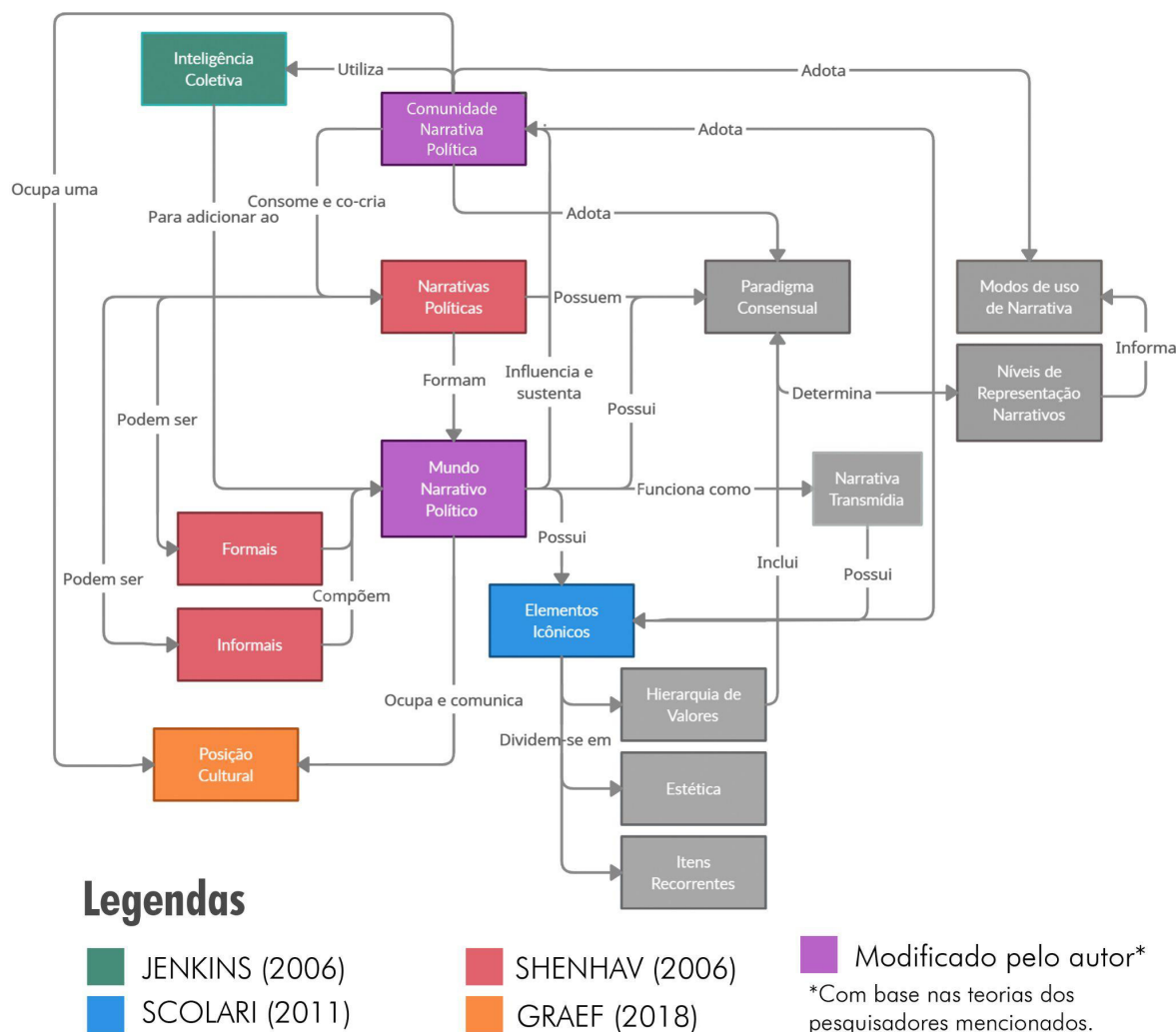
vir a tornar-se igualmente cânone.

Entre estes Elementos Icônicos, encontramos o Paradigma Consensual, de Shenhav (2006), que indica uma perspectiva sobre a capacidade narrativa de representar a realidade política. MNPs não são análogos a Realidades Políticas (pela definição de Shenhav), mas seus Paradigmas Consensuais informam a relação entre estes. Um MNP pode sugerir ser capaz de representar a realidade política em sua totalidade, sua cronologia, somente seus eventos ou nenhum aspecto. Estes PCs também informam quais modos de narrativa (lente, dados e ferramenta) são usados pela comunidade.

MNPs, por serem compostos de Narrativas Políticas, ocupam uma posição cultural (inculturada, subcultural ou pós-narrativa) que pode competir com outros MNPs para tornar-se o dominante. Shenhav (2006) posiciona cada narrativa política em relação à cultura dominante, o que dialoga com o fenômeno de “hibridismo” midiático descrito por Jenkins (2006) — onde elementos culturais de um povo são absorvidos ou incorporados por uma narrativa para tornar-se mais palatável para uma nova Comunidade Narrativa Política (ou mesmo cultural). Este fenômeno não necessita da transmidialidade para ocorrer, mas

Tal iniciativa pode ter origem formal (institucional) ou informal (resultante da Inteligência Coletiva da Comunidade Narrativa Política). O processo de hibridismo, portanto, poderia ser ilustrado no modelo conceitual da seguinte forma:

Figura 3 - Processo de Hibridismo para mover Mundo Narrativo entre Posições Culturais, ilustrado no diagrama conceitual de MNPs



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

A mesma dinâmica de mudança de posição cultural possa talvez ser aplicada em uma escala menor, para as narrativas que competem dentro do cânone do MNP: em tal modelo, diria-se que uma narrativa “canonizada” reflete os valores aceitos pela comunidade, uma narrativa “subcanônica” estaria em oposição a tais valores, e uma “pós-cânone” expressaria imunidade aos EIs que compõem o MNP. Estudos futuros podem buscar determinar a utilidade desta abordagem.

No capítulo seguinte, sugere-se um processo de aplicação do Mapa Conceitual aqui construído para futuras pesquisas, o que poderia ser encontrado em tais investigações e possíveis razões para utilizá-lo e expandi-lo.

## 5.2 Sugestões de Aplicação do Mapa Conceitual

O estudo de uma narrativa política com a intenção de encontrar um Mundo Narrativo inicia-se na busca dos Elementos Icônicos de uma narrativa — o que pode variar desde itens simples, como personagens e cenários, até valores mais complexos e abstratos, como ideologias e sentimentos. Similaridades estéticas, como cores e sons, também estão inclusas. Deve-se então encontrar o público que consome (ou consumiu) tal narrativa. O perfil de consumidor ativo de Jenkins (2006) prevê a formação de uma comunidade de conhecimento. Procura-se, então, identificar locais onde a Comunidade Narrativa Política se manifesta: fóruns on-line, *tags* específicas em redes sociais, ou até mesmo grupos locais regionais.

Dentro desta comunidade, investiga-se quais outras narrativas estão sendo compartilhadas e/ou co-criadas. Estas podem vir da mesma fonte da primária, ou de fontes alternativas, como os próprios membros da comunidade — ou mesmo ter sua origem desconhecida: tais narrativas compõem o Mundo Narrativo Político. Procura-se então os Elementos Icônicos em comum entre as diferentes narrativas. Ao listá-los, sabe-se agora o que uma nova história precisa apresentar para ser aceita e incorporada ao mundo.

Aqui a transmidialidade é importante — devido à desigualdade de acesso aos meios de produção, histórias co-criadas por membros da comunidade devem tender a ser compartilhadas por meios digitais, como nas próprias redes sociais. As narrativas de fontes formais, por outro lado, podem vir da imprensa, de discursos políticos televisionados, portais de notícia credibilizados ou instituições semelhantes. Se a comunidade está aceitando ambas as narrativas com níveis semelhantes de resistência, conclui-se que a mesma atingiu um alto nível de democratização, a terceira característica de consumo na cultura da convergência de Jenkins (2006). Porém, antecipa-se que nem sempre será possível elencar quais narrativas se originam em fontes formais ou informais, ou quais narrativas de fontes formais foram transformadas por fontes informais.

Entre os EIs, podemos encontrar os Paradigmas Consensuais (ou seja, opiniões sobre a capacidade de histórias de representar a realidade política).



Utilizando esta abordagem, é possível entender processos não-convencionais de propagação ideológica. Por exemplo, se uma série de narrativas que não possuem uma coerência entre si, e até mesmo se contradizem, são comumente compartilhadas pela mesma pessoa, sua semelhança pode não estar nos itens que compõem o entendimento comum de uma narrativa (personagens, cenários, temporalidade, etc.) mas em valores mais abstratos ou mesmo metanarrativos: A contradição entre as histórias pode estar comunicando de forma implícita a opinião de que a verdade é relativa ou elusiva e que, portanto, fontes de autoridade intelectual que proclamam estar transmitindo a verdade devem ser descredibilizadas.

Neste caso, o estudo de uma única narrativa não encontraria este valor, e o estudo de múltiplas narrativas encontraria contradições. Mas o estudo deste conjunto como um Mundo Narrativo de Scolari (2009) consumido e transformado em um mundo transmidiático por uma comunidade de conhecimento de Jenkins (2006) seria capaz de procurar os Elementos Icônicos em comum, mesmo que. E, com o auxílio das ferramentas de Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) e Shenhav (2006), seria capaz de concluir que um dos Els em questão trata-se de um Paradigma Consensual que rejeita a capacidade de histórias de representar a realidade política. Este modelo é capaz de identificar uma comunicação ideológica compreensível somente ao contrastar múltiplas narrativas e entendê-las como parte de um todo apesar de suas contradições aparentes ou até mesmo mídias divergentes.

Outra forma de encontrar um Paradigma Consensual — se este for presente — é identificar os Níveis de Representação de uma narrativa. Seus personagens e cenários, a sequência de eventos e as relações causais entre tais eventos. A qualidade principal de MNPs que os distingue de outros tipos de Mundos Narrativos é a presunção de que este representa uma realidade política, ao invés de se tratar somente de um mundo fictício para fins de entretenimento ou educação. Portanto, o PC pode vir a ser inferido pelo foco que cada Nível de Representação ganha dentro daquele MNP. Ou seja, se a causalidade entre eventos é o destaque das narrativas predominantes (por exemplo, cita-se que um candidato não compareceu a debates após rumores de escândalo político que o envolvia, deixando

implícito que os rumores devem ser verdadeiros por causa desta causalidade).

Finalmente, procura-se os Modos de Uso narrativos, como definidos por Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) — ou seja, se a CNP está utilizando o Mundo Narrativo Político primariamente como lente (informando sua visão de mundo e olhando para outros acontecimentos políticos com tal viés), como dados (utilizando as narrativas como fontes de informação e fatos objetivos) e/ou como ferramenta (analisando os dados objetivos que encontram com base nos elementos das histórias). Estes modos de uso podem conversar com o Paradigma Consensual. Uma comunidade que compartilha do Paradigma Consensual de que a representação da realidade política através de histórias é impossível, por exemplo, dificilmente irá utilizar as narrativas como dados, pois tal uso é antitético aos seus valores. O uso como lente, por outro lado, seria perfeitamente aceitável.

Além destes elementos e de suas relações, um pesquisador pode também investigar as mecânicas de transformação do MNP — ou seja, como (e com que intensidade) este é modificado pela comunidade. Narrativas com personagens novos, por exemplo, podem adicionar tais personagens no mundo, desde que a narrativa seja aceita pela comunidade (como consequência de apresentar os Elementos Icônicos apropriados para tal aceitação). Se a comunidade começar a utilizar o mesmo personagem em mais narrativas, este pode até mesmo vir a se tornar um Elemento Icônico do MNP — este processo pode vir a ser observado em tempo real, se o MNP for estudado por longos períodos.

Este processo é uma das arenas na qual a dinâmica de poder ocorre — cada nova narrativa adicionada pode modificar o MNP, e Elementos Icônicos novos podem até mesmo “desanonizar” narrativas anteriormente aceitas. Presume-se então que este processo seja capaz de não alterar somente acontecimentos ou personagens, mas, dado tempo suficiente, os próprios valores do Mundo Narrativo e, por consequência, da própria Comunidade Narrativa Política. É importante ressaltar que isso não corresponde necessariamente à mudança de valores dos indivíduos dentro da comunidade — pode significar simplesmente que indivíduos que discordam abandonam a comunidade e novos membros mais alinhados com os novos valores entram em seus lugares. O estudo do comportamento da comunidade, porém, cabe ao domínio da antropologia — para os fins deste estudo,

foca-se na transformação do MNP ao longo do tempo. A frequência com a qual um MNP se transforma e incorpora outras narrativas é outra variável de interesse.

Neste processo, todo MNP passa por uma trajetória de modificação que pode ser documentada e, quando relevante, contrastado com mudanças no cenário sociopolítico da CNP e/ou da sociedade na qual esta está inserida. Tal trajetória pode envolver, por exemplo, o hibridismo cultural, caso haja a incorporação de histórias com elementos que pertençam a uma outra cultura com o intuito de tornar o MNP mais palatável ou atrativo para membros da cultura em questão. Existe até mesmo a possibilidade de um MNP se modificar em um campo extradiegético, na sua própria transmidialidade, vindo a incorporar uma mídia comum a uma cultura específica, como o mangá japonês ou o cordel brasileiro.

Em geral, mudanças no MNP afetam a CNP, podendo-a fazer perder ou ganhar membros, expandir-se para demais locais e/ou culturas, alterar seus valores e/ou comportamento. O inverso também é válido, e o objetivo do mapa conceitual aqui sugerido é prover as ferramentas necessárias para documentar, descrever, explicar e rastrear essas mudanças, especialmente em momentos de instabilidade política.

Na próxima seção, descreve-se a conclusão deste estudo e da possível utilidade do modelo de análise transmidiática de MNPs aqui desenvolvido.

## 6 CONCLUSÃO

Uma análise de pontos-chave da literatura sobre Narrativas Transmídia e Narrativas Políticas em busca de pontos de diálogo entre ambas elucida diversos pontos de diálogo relevantes. Primeiramente, Jenkins (2006) contextualiza a Narrativa Transmídia como existente dentro de uma mudança sísmica sociocultural, chamada “cultura da convergência”, que enfatiza o consumo participativo e ativo, onde comunidades de conhecimento se formam ao redor de histórias e marcas. Embora fugisse do escopo de seu livro, Jenkins comenta diversas vezes sobre o potencial político destas comunidades — afinal, esta mudança também afeta a participação política de formas semelhantes: participação ativa e inteligência coletiva existem em círculos eleitorais, que produzem novas narrativas constantemente.

Enquanto isso, no outro campo, Shenhav (2006) e Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) descrevem narrativas políticas como fluidas e existentes em um estado constante de competição para obter dominância cultural, na mesma cultura que Jenkins proclama estar mudando. Estes descrevem diversos aspectos de Narrativas Políticas: Suas origens, modos de uso, paradigmas consensuais e posição cultural. Graef, Da Silva e Lemay-Hebert, porém, lamentam a falta de modelos empíricos de estudo de narrativas políticas em diferentes mídias e textos.

Scolari (2009) traz o que é aqui interpretado como uma solução para este problema ao falar sobre “mundos narrativos como marcas”, descrevendo uma dinâmica que, embora usada para *branding*, precisa de poucos ajustes semânticos para adequar-se à visão de Narrativas Políticas de Shenhav (2006) e Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018). Com base neste ponto de encontro, teoriza-se um modelo que permite o estudo transmidiático de Narrativas Políticas, a partir do conceito aqui denominado “Mundo Narrativo Político” — entendendo que múltiplas narrativas transmitidas por diferentes mídias conectam-se ao constituir um universo com “Elementos Icônicos” (valores, estética, e itens como personagens e eventos) semelhantes. Um destes Elementos Icônicos em um MNP é o seu “Paradigma Consensual” — sua posição sobre a relação narrativa-realidade.

Como resultado, as categorizações levantadas por Jenkins (2006), Scolari (2009), Graef, Da Silva e Lemay-Hebert (2018) e Shenhav (2006) podem ser

utilizados para estudar narrativas e conjuntos de narrativas políticas, mesmo quando elas empregam metanarrativas sobre a própria importância de narrativas — uma ideologia com teor político cada vez mais comum.

Foi explicado como estes elementos fazem parte de mecânicas cíclicas, nas quais novas narrativas são introduzidas a mundos transmidiáticos e podem até mesmo introduzir novos Elementos Icônicos. Foi então descrito o processo de construção de um diagrama conceitual demonstrando como cada conceito explicado se encaixa neste modelo preliminar — e, finalmente, foi sugerido um processo pelo qual pesquisadores podem vir a utilizar este método para estudar e descrever Comunidades Narrativas Políticas e Mundos Narrativos Políticos.

Espera-se que outros estudantes e pesquisadores tomem proveito deste modelo, ou pelo menos da busca que o originou — o diálogo entre os campos de Narrativas Transmídia e Narrativas Políticas — para futuros estudos de narrativas políticas em uma cultura cada vez mais transmidiática e participativa. Feito isso, é possível que façam-se visíveis novas soluções para o combate, ou pelo menos dissecação, dos novos problemas enfrentados pelo ator político contemporâneo — como a desinformação e a radicalização política on-line.

Este modelo — Comunidades Políticas que compartilham MNPs com Elementos Icônicos em comum, entre eles o Paradigma Consensual e Modos de Uso de narrativa — deve, idealmente, ser testado em mais exemplos e com ainda mais profundidade, investigando cada elemento de um exemplo específico, e integrando-o com outros modelos de análise de Narrativas Políticas ou Narrativas Transmídia quando relevantes.

Sugere-se também exames mais específicos e focados sobre os processos de hibridismo e de mudança de posição cultural de um MNP, bem como a possibilidade da expansão deste modelo para comportar uma análise antropológica — a partir do conceito de inteligência coletiva, que já possui um viés antropológico estudado por Levý (1997), por exemplo — e dialogar com outros campos de linguística, como a análise de discurso, outra abordagem de estudo capaz de examinar os aspectos ideológicos de narrativas em quaisquer mídias.

## 7 REFERÊNCIAS

BERTETTI, P. Toward a Typology of Transmedia Characters. **International Journal of Communication**, California, v. 8, p. 2344–2361, 2014.

GRAEF, J; DA SILVA, R; LEMAY-HEBERT, N. Narrative, political violence and social change. **Studies in Conflict & Terrorism** [S.I.], v. 43, n. 6, p. 431-443, 2020.

HAMMACK, P. L. Narrative as a Root Metaphor for Political Psychology. **Political Psychology** [S.I.], v. 33, n.1, p. 75-103, 2012.

JENKINS, H. **Convergence Culture: Where old and new media collide**. New York: NYU Press, 2018.

LÉVY, P. **Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace**. New York: Basic books, 1997.

PARISER, E. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você**. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

POLLETTA, F; CALLAHAN, J. Deep stories, nostalgia narratives, and fake news: Storytelling in the Trump era. **American Journal of Cultural Sociology**, v.5, p. 392–408, 2017.

RYAN, M. On defining narrative media. **Image & Narrative**, v. 6, p. 1-7, 2003.

RYAN, M. Transmedia Storytelling: Industry buzzword or new narrative experience? **Storyworlds: A Journal of Narrative Studies**, Nebraska, v. 7, n. 2, p.1-19, 2015.

SCOLARI, C. A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. **International Journal of Communication**, v. 3, p. 586-606, 2009.

SHENHAV, S. R. Political narratives and political reality. **International Political Science Review**, v. 27, b. 3, p. 245-262, 2006.

SUNSTEIN, C. **Echo Chambers**. Princeton: Princeton University Press, 2001.

WALSH, P. That withered paradigm: the web, the expert, and the information

hegemony. **Democracy and New Media**, England: The MIT Press, p. 366-370, 2003.