

## A Transmídia Aplicada na Disseminação da Literatura Fantástica<sup>1</sup>

Barbara Maria de Godoy Sales<sup>2</sup>

Jade Maia Borges<sup>3</sup>

Luana Silva Santos<sup>4</sup>

Vitoria Gonçalves do Nascimento<sup>5</sup>

Helen Emy Nochi Suzuki<sup>6</sup>

Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo – SP

### Resumo

O artigo discute a conexão entre a literatura fantástica e as diversas plataformas de mídias, ressaltando a relação da transmídiação e do gênero fantástico. O estudo aponta a transmídiação como auxiliadoras na disseminação de conteúdos editoriais, possibilitando a ampliação desses conteúdos literários para outras mídias, seja em formato de jogos, filmes ou séries. O quadro teórico aborda os estudos transmídiação e convergência dos meios de Jenkins (2009), considerando as narrativas como auxiliares na construção de universos que transbordam do ficcional para o real. A cultura dos fãs exige uma interação mais constante e presente e esse prolongamento das narrativas em diversas mídias possibilita aos fãs um papel de produtores em paralelo dessas narrativas ficcionais literárias. Portanto, o artigo mostra uma aproximação entre transmídia e o universo editorial.

**Palavras-chave:** Transmídia; Literatura; Fantasia; Mercado editorial.

### Introdução

Dentro do mercado editorial, é notável a quantidade de avanços que a área sofreu, principalmente considerando a aplicação da tecnologia, ainda que tenha um longo caminho pela frente. A partir dessas novas possibilidades, o mercado editorial e a tecnologia puderam

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduada em Produção Editorial pela Universidade Anhembi Morumbi-UAM, e-mail: babi.msales@gmail.com.

<sup>3</sup> Graduada em Produção Editorial pela Universidade Anhembi Morumbi-UAM, e-mail: jade.maia.borges@gmail.com.

<sup>4</sup> Graduada em Produção Editorial pela Universidade Anhembi Morumbi-UAM, e-mail: luana.santospe@outlook.com.

<sup>5</sup> Graduada em Produção Editorial pela Universidade Anhembi Morumbi-UAM, e-mail: vitoria.goncalves29@hotmail.com.

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Produção Editorial da Universidade Anhembi Morumbi-UAM, e-mail: helen.suzuki@anhembi.br.

---

convergir possibilitando o surgimento de publicações em formato de *e-book* e demais formatos de leitura, sempre utilizando-se dos meios tecnológicos — como os audiolivros e livros digitais —, criando um novo panorama de produção para o mercado. Com isso, também a narrativa transmídia passou a ter mais espaço diante do público.

A transmídia desenvolve histórias que se conectam e se destacam através de diferentes plataformas. O objetivo desse tipo de narrativa é trazer um *background* diferente e único, que abranja uma perspectiva específica da história e crie ou recrie um conteúdo novo, aumentando a experiência imersiva do público. Nesse sentido, é possível aplicar o conceito em um nicho ainda menor dentro do mercado editorial. Ao considerarmos a transmídia como base em um gênero específico, será possível mostrar como ela contribuiu para o desenvolvimento dessa narrativa de fantasia, conectando o surgimento desse gênero com a sua evolução no mercado editorial.

### **Surgimento da literatura fantástica**

Quando se trata de literatura fantástica, dúvidas sobre o seu surgimento aparecem. Alguns estudos mostram que a fantasia teve início no final do século XVIII, mas mostrou sua força apenas no século XIX, através das narrativas europeias. Na época, porém, havia uma confusão de sentidos entre fantasia e horror, a qual, tempos depois, foi esclarecida.

O termo fantástico passa a ser utilizado no sentido que tem hoje pelos românticos franceses em torno de 1830, que tentavam desvincular esse tipo de narrativa do romance gótico inglês. Para eles, a literatura fantástica tinha características bem distintas da literatura gótica inglesa e estava vinculada ao nome de E.T.A. Hoffmann, embora não tenha sido ele o criador desse tipo de narrativa. (FRATUCCI, 2017, p. 1).

No entanto, outros acreditam que o surgimento da fantasia converge com o surgimento do horror, uma vez que ambos trazem elementos de estranheza e muitas vezes desconforto ao leitor. Os mesmos que acreditam nessa teoria observam a separação dos dois acontecer mais à frente, quando o mérito “medo” foi excluído como característica inerente à fantasia. Nesse sentido, os estudos de Silva e Lourenço (2010), pontuam que “o fantástico teve suas origens em romances que exploravam o medo, o susto, porém ao longo dos séculos foi se transformando até chegar ao século XX como uma narrativa mais sutil” (SILVA; LOURENÇO, 2010, p. 2). Os autores ainda lembram que outros estudos também corroboram com a ideia de que o fantástico adentrou em temáticas mais complexas, pois conforme Volobuef (2000), “tal gênero abandonou a sucessão de acontecimentos surpreendentes, assustadores e emocionantes para

---

adentrar esferas temáticas mais complexas. (VOLOBUEF, 2000 apud SILVA; LOURENÇO, 2010, p. 2).

Dessa forma, apesar de causar hesitação, a fantasia segue apresentando objetos estranhos e anormais, apontando acontecimentos irrealis e maravilhosos, utilizando-se do fantástico para ressaltar a narrativa. O cerne da literatura fantástica encontra-se na retratação de acontecimentos que fogem da ordem natural dos fatos, provocando o estranhamento. Essa busca estabelece ambiguidade e confusão quanto à realidade daquilo que está sendo contado, causando no personagem e no leitor dúvidas sobre aquilo que se vive.

Em um mundo que é o nosso, que conhecemos, sem diabos, sílfides, nem vampiros se produz um acontecimento impossível de explicar pelas leis desse mesmo mundo familiar. Quem percebe o acontecimento deve optar por uma das duas soluções possíveis: ou se trata de uma ilusão dos sentidos, de um produto de imaginação, e as leis do mundo seguem sendo o que são, ou o acontecimento se produziu realmente, é parte integrante da realidade, e então esta realidade está regida por leis que desconhecemos. Ou o diabo é uma ilusão, um ser imaginário, ou existe realmente, como outros seres, com a diferença de que rara vez o encontra. (TODOROV, 1981, p. 15).

Dessa forma, segundo Todorov (1981), o fantástico acontece na incerteza, vagando entre o estranho e o maravilhoso. Já Amanda Fratucci (2017, p. 2) pontua que “o fantástico é, levando-se em consideração a conceituação de Todorov, evanescente, ele aparece no instante da dúvida. No momento exato em que essa dúvida é resolvida não temos mais o fantástico.”

### **O gênero fantástico vs o horror**

No livro *Introdução à Literatura Fantástica* (1981), obra escrita por Tzvetan Todorov, encontram-se informações claras sobre o gênero fantástico e suas características. Todorov (1981) aponta três exigências que o gênero deve cumprir para enquadrar-se nessa categoria: (a) a primeira é fazer com que o próprio texto obrigue o leitor a sair da realidade e comece a considerar um novo universo existente com pessoas reais nele; (b) a segunda característica a ser analisada conecta o leitor com o mundo da narrativa. Ele deve identificar-se com o personagem de forma a fazer parte de seu universo e entender sua realidade; e (c) por fim, o leitor deve adotar uma determinada atitude frente ao texto, retirando uma interpretação alegórica e poética ao fazer a sua leitura. Sobre as três condições, Todorov diz que “a primeira e a terceira constituem verdadeiramente o gênero; a segunda pode não se cumprir. Entretanto, a maioria dos exemplos cumprem com as três” (1981, p. 20). Dessa forma, a fantasia pode

---

integrar-se de maneira parcial ou completa conforme as demandas apresentadas por Todorov, mas, em suma, abrange características de maneira completa.

O gênero, cumprindo então as exigências, faz com que o leitor se aventure em diferentes mundos e sinta a necessidade de torná-los reais, transportando esse universo para a vida através de diferentes mídias. Têm-se então o poder do gênero fantástico: trazer o fenômeno maravilhoso.

Já o gênero horror foi confundido com o gênero fantástico por muito tempo. Isso ocorre em consequência da primeira exigência e, caso o texto não cumpra o objetivo de trazer o maravilhoso ao leitor, ele acabará por trazer o estranho.

O fantástico tem, pois, uma vida cheia de perigos, e pode desvanecer-se a qualquer momento. Mais que ser um gênero autônomo, parece situar-se no limite de dois gêneros: o maravilhoso e o estranho. (TODOROV, 1981, p. 24).

O horror traz em suas características a criação de um novo universo relacionado ao medo físico e psicológico. Não está ligado apenas ao imaginário como no fantástico, mas sim às emoções e sentimentos do leitor.

Trata-se de uma emoção gerada não por seres ou cenas que provoquem repugnância, mas sim por um processo de imaginação deflagrado pelo medo daquilo que é apenas sugerido pela narrativa, isto é, por aquelas especulações desconfortáveis que o leitor precisa fazer diante do que a narrativa não diz (TODOROV, 1981 apud FRANÇA, 2008, p. 5).

A diferença entre os gêneros fica mais perceptível no âmbito real e irreal. No fantástico, o universo é criado apenas na mente do leitor enquanto no horror, o leitor sente na pele os efeitos da leitura, através das emoções.

Por horror, compreende-se a sensação de medo que não pertence exclusivamente ao campo da percepção intelectual ou espiritual, mas que gera também uma reação física. (FRANÇA, 2008, p. 5).

Os gêneros de fantasia e horror não apresentam mais suas definições tão entrelaçadas no presente, mas a linha ainda é tênue ao separar categoricamente seus laços e apresentá-los distintamente.

### **O conceito de transmídia**

Podemos entender a transmídia como a possibilidade de se poder contar uma mesma história através de diversas plataformas e meios, utilizando suas características de forma

específica e, permitindo levar o conteúdo para diferentes públicos através de diferentes meios. Segundo Jenkins (2009), cada vez mais as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra ou mesmo em uma única mídia. A transmídia abre vários caminhos que se completam em um mesmo universo para o consumo.

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado em parques de diversão. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (JENKINS, 2009, p. 141).

O *storytelling* — nome dado para a criação de narrativas — é um conceito muito presente no mundo das histórias, sendo utilizado para diversos usos e, também na forma de entretenimento em certos meios. De acordo com Domingos (2008, p. 94), “De modo geral, os *storytellings* dão sentido ao mundo do homem, de diferentes modos, em diferentes épocas, em diferentes suportes, desde os primórdios até hoje”. Ao longo dos anos, o ato de contar histórias foi se adaptando devido ao surgimento das novas mídias, que mudaram completamente a forma de consumo das pessoas em relação aos conteúdos e às informações. Apesar disso, essa migração não é totalmente nova e não surgiu com os espaços da internet, tornando-se apenas mais eficientes com ela.

Desde que o som gravado se tornou uma possibilidade, continuamos a desenvolver novos e aprimorados meios de gravação e reprodução do som. Palavras impressas não eliminaram as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias. (JENKINS, 2009, p. 41).

A tecnologia e os novos meios têm alterado as formas de criação e consumo de mídia, fazendo com que os meios mais tradicionais tenham a necessidade de reinventar seus modos de atuação e suas formas de contar uma história. Assim, a transmídia, aplicada de maneira consciente e correta, pode mudar a forma como uma narrativa é vista e recebida, aumentando o alcance e o engajamento do público.

---

## A importância da transmídia para o mercado da comunicação

O fenômeno da transmídia gerou grandes alterações nas formas de trabalho e produção no mercado da comunicação. As grandes mídias — como o rádio e a televisão — se viram em um cenário de fortes mudanças, no qual o próprio público desenvolveu novas formas de envolvimento com o conteúdo a ser comunicado.

Essas mudanças no contexto da audiência levaram as indústrias da televisão e da publicidade a procurar mecanismos alternativos de medição do envolvimento da audiência. (JENKINS, 2009, p.188).

Em busca de novas formas de engajar o público, empresas televisivas viram que o modelo *Must See TV* (“TV Obrigatória”) já não apresentava grandes níveis de audiência, uma vez que o usuário buscava uma maior flexibilização de acordo com seus próprios horários (JENKINS, 2009, p.188). Nesse momento, essa flexibilização já era possível devido às novas tecnologias que se encontravam cada vez mais democratizadas e adentravam de forma massiva na vida do público.

Enquanto a complexidade nos anos 1980 talvez fosse definida em termos da necessidade de oferecer “drama de qualidade” para um consumidor demograficamente de elite, os programas “complexos” de hoje normalmente oferecem entretenimento de gênero, na esperança de atrair os mais jovens, que estavam abandonando a televisão em favor de jogos e outros entretenimentos interativos. Quando esses fãs foram atraídos para um programa, eles exigiram um relacionamento mais intenso e profundo com o conteúdo. (JENKINS, 2009, p.189).

O consumidor leitor, ao ter contato com essas formas de entretenimento, exige uma proximidade maior com o universo da história que está sendo contada. Nesse sentido, forma-se um nível maior de complexidade nessa relação que o espectador estabelece com o conteúdo, logo, as empresas de mídia buscam proporcionar-lhes essa experiência através da transmídia. Dentro do mercado televisivo, essa experiência foi expressa de diferentes formas, como na produção de *movisodes*, ou “movisódios” — episódios curtos que envolvem o universo da narrativa de uma série de televisão, produzidos exclusivamente para dispositivos móveis —, desenvolvidos em torno de personagens secundários da série *The Office* (2005), ou até mesmo o jogo para celular produzido com base na série *Lost* (2004) (JENKINS, 2009, p.189).

Para além da TV, a transmídia também envolve o mercado audiovisual. O universo descrito em *Star Wars* (1977) ganhou uma produção complexa que se estende por diferentes mídias no mercado, reproduzido não somente na televisão e cinema, mas também em jogos,

mídias impressas e até mesmo em coleções de roupas. A narrativa de *Star Wars* (1977) alastrou-se de tal forma que se tornou uma cultura presente em diferentes gerações, devendo sua fama aos esforços do marketing de engajamento sobre o produto.

A transmídia ultrapassa até mesmo o domínio de uma corporação sobre sua produção. A partir do envolvimento e do engajamento do público com determinados produtos/personagens/attitudes, surgem produções amadoras criadas pelos próprios consumidores, cujo conteúdo não somente exige uma maior complexidade e profundidade na narrativa, mas também permite aos públicos participar e vivenciar as situações, de modo eles também se tornam produtores de cultura e entretenimento. É o caso da franquia de *Star Wars* (1977) e de tantas outras, como *Harry Potter* (2000), Marvel e o universo da DC Comics.

A circulação amplamente difundida de bens relacionados a *Guerra nas Estrelas* disponibilizou recursos a uma geração emergente de cineastas adolescentes e jovens. Eles cresceram se fantasiando de Darth Vader no Halloween, dormindo nos lençóis da Princesa Leia, lutando com sabres de luz feitos de plástico e brincando com bonequinhos de Boba Fett. *Guerra nas Estrelas* tornou-se a “lenda” deles, e agora eles estão determinados a reescrevê-la a seu modo. (JENKINS, 2009, p.196).

Os fãs da franquia *Star Wars* (1977) produziram filmes amadores envolvendo o universo mostrado no cinema, expandindo mais uma vez a narrativa e se colocando como participantes ativos desse processo.

Se, como já se afirmou, o surgimento dos meios de comunicação de massa modernos decretou o fim de importantes tradições culturais que floresceram nos EUA do século 20, o momento atual de transformação midiática está reafirmando o direito que as pessoas comuns têm de contribuir ativamente com sua cultura. (JENKINS, 2009, p.197).

Nesse cenário, para o mercado de comunicação, o conceito de propriedade intelectual também fica mais fragilizado em relação às produções anteriores. Os fãs apropriam-se da construção de produtos utilizando as narrativas da marca, e isso pode gerar dúvida sobre sua legalidade. Todavia, esse tipo de produção, apesar de confrontar aos direitos da marca, pode ser uma movimentação por parte do público que geram resultados positivos.

A transmídia, novamente, rompe com barreiras antes impostas e proporciona ao usuário o poder quase total sobre aquilo que consome. Isso não quer dizer, no entanto, que esse processo seja desfavorável para as empresas que têm seu conteúdo no domínio dos públicos. Ao contrário, os consumidores tornam-se também responsáveis por divulgar o trabalho original e, criam comunidades fortes de fãs que sustentam as produções. Então, a transmídia é um



fenômeno que surge devido à popularização da internet e à crescente demanda de públicos em busca de experiências mais completas. Ela traz, em sua complexidade, benefícios para as empresas e suas produções.

Pensando no mercado de comunicação como um todo, a transmídia causa engajamento em diferentes áreas, seja no audiovisual, em jogos ou até mesmo no mercado livreiro.

### **A participação da transmídia no crescimento do mercado editorial**

Narrativa transmídia é um conceito que tem ganhado força e atraído novos conteúdos para seu extenso histórico. Muitos setores do entretenimento percebem uma chance ao embarcar nessa ideia, e não é diferente com a infinidade de editoras existentes. Cada vez mais os livros vêm ganhando novas formas, separando-se em diversos caminhos e plataformas a fim de conquistar mais espaço diante do público.

Na produção de livros, por exemplo, observamos que hoje algumas editoras não se preocupam somente com a publicação de livros impressos, mas precisam de profissionais com competências nas mais variadas mídias que possam estabelecer parcerias e cronogramas de lançamento em mercados nos quais o livro é apenas um dos produtos que serão consumidos. (FIGUEIREDO, 2017, p.3).

Apesar do trabalho requerido, esse caminho é bastante explorado, uma vez que seus resultados parecem render grandes oportunidades para as editoras.

Em 2011, a editora Aleph criou uma parceria com a Delicatessen Filmes para produzir uma websérie baseada em *Alma e Sangue* (2005), de Nazareth Fonseca. Foi a primeira vez que uma editora brasileira se juntou a uma produtora para focar nesse tipo de narrativa, mostrando uma parte diferente da história em plataformas variadas para agregar ao conteúdo e criar novas experiências. Os vídeos produzidos trouxeram perspectivas e acontecimentos distintos daqueles apresentados nos livros, criando imersão para os fãs. Isso mostra um novo panorama para o mercado editorial, conforme pontua Adriano Fromer, editor da Aleph:

Acreditamos que a narrativa transmídia é o futuro do mercado editorial. A ideia foi seguir o conceito à risca. Ou seja, desenvolver um roteiro inédito, que agregasse experiência ao fã, mas que, ao mesmo tempo, fosse atraente para conquistar novos leitores. (FROMER apud CULTURA E MERCADO, 2011.)

Isso mostra como a narrativa transmídia pode ser crucial para uma editora, alcançando novos e potenciais clientes e atraindo-os para o produto chave: o livro.



---

Algumas editoras vão além, criando estratégias e formas de atrair o leitor com histórias transmídia, como é o caso da editora Novo Conceito. A editora vendeu os direitos da história *Caraval* (2017) para a *Twentieth Century Fox*, em 2017. Conforme descrito por Figueiredo (2017, p. 21), para o projeto, a editora criou um site que abordava a história e no qual eram apresentados enigmas e testes relacionados ao livro. Uma vez resolvidos corretamente, um bônus era liberado para a compra de uma edição especial do livro. Dessa forma, a editora arrecadava mais fãs — conquistados pela interação com o universo fictício — e mais clientes — atraídos pela oportunidade exclusiva de compra —, “a fim de criar expectativas, buscar engajamento e aguçar a curiosidade do potencial leitor” (FIGUEIREDO, 2017, p. 21).

A força que projetos transmídia proporcionam para o mercado editorial pode ser percebida, também, através do sucesso de *The Witcher*. O livro foi lançado originalmente em 1993, na Polônia, em 2007, a história deixou o papel para se tornar um jogo eletrônico que contava a história do personagem Geralt de Rívia de uma forma diferente, em uma nova plataforma. Em 2019, a Netflix adaptou o enredo para uma nova série em seu catálogo, tornando-se um grande sucesso pouco tempo depois do lançamento. Com a repercussão da série, a história passou a ser mais procurada e divulgada, levando os fãs de volta aos livros que deram vida ao famoso personagem, até então desconhecidos para muitos leitores. Devido à força da história, *The Witcher* tornou-se o quarto livro mais vendido na lista do *The New York Times*, 27 anos após seu lançamento (ROLLING STONE, 2020).

Os casos analisados mostram o quanto a nova era transmídia pode mudar um projeto e alavancar uma editora, conquistando clientes e fãs e cobrindo diferentes plataformas com sua marca.

### **O uso da transmídia na expansão da fantasia**

Conforme exposto, a transmídia possui o potencial de se expandir e tornar-se mais complexos que seus universos criados, ultrapassando as mídias consideradas tradicionais — como o livro impresso e a televisão.

Para o mercado de literatura fantástica o mesmo acontece, abrindo espaços em outros meios para esse gênero que se apresenta complexo desde sua gênese.

Em artigo publicado no *PublishNews*, Silvio Alexandre (2015) — editor e produtor cultural — afirma que a literatura fantástica está em expansão nos últimos anos, principalmente se comparada a períodos anteriores, em que livros do gênero eram proibidos de estarem presentes nas listas de mais vendidos. Segundo ele, esse tipo de literatura ganha cada vez mais

---

destaque com o seu universo rico em criaturas sobrenaturais, mágicas e mitológicas (ALEXANDRE, 2015).

A série *Harry Potter* (2000) é um dos principais exemplos quando se trata de influência da transmídia em sua produção. Segundo Silvio Alexandre (2015), a saga escrita por J.K. Rowling acabou criando uma movimentação social em torno de uma história que conquistou milhões de fãs.

Jenkins (2009) aponta em seu livro, *Cultura da Convergência*, diversos momentos em que o universo criado em *Harry Potter* (2000) alcança outras áreas da vida dos leitores além do entretenimento. Em sua obra, o autor discute sobre as Guerras Potter (*Potter Wars*), e o direito de ler os livros de J.K. Rowling na escola e escrever as chamadas *fanfictions* — histórias criadas por fãs — em ambiente online.

As formas de interação com a história, fora do ambiente da ficção discutidas por Jenkins (2009), mostram a maneira como os fãs apresentam a tendência de expandir-se na vivência e nos mundos ficcionais criados. É possível encontrar comunidades online que se empenham em produzir conteúdo sobre determinada franquia de interesse, o que permite que os leitores vivenciem novas histórias dentro ou a partir do universo das histórias originais.

Ao considerar essa movimentação criada pelos fãs, é possível perceber um paralelo com as produções transmídias que são feitas pelas empresas. Os fãs exigem uma interação mais constante e presente com a história, o que faz com que a demanda seja mais forte nas histórias de ficção e, inclusive, nas histórias de fantasia.

O fenômeno da transmídia pode ser analisado quando for observado na prática. Para isso, pode-se tomar como exemplo a história de *Game of Thrones* (1996). A narrativa, escrita por George R. R. Martin, ultrapassou seus cinco livros originais e transformou-se em uma das maiores séries de televisão já produzidas, com oito temporadas finalizadas em 2019.

No Brasil, a série de livros já vendeu mais de um milhão de exemplares. Quanto à série de TV, mesmo sendo exibida em TV de sinal fechado, a emissora bateu recordes de audiência, tanto nos EUA quanto no Brasil [...] (JOHN; WAGNER, 2013, p.5).

O sucesso da série gerou audiência de tal maneira que o formato de venda da história atingiu outros canais, transformando-se inclusive em outras atrações e novos produtos

inspirados na história — jogos de tabuleiro, salas interativas em eventos “geek”<sup>7</sup>, jogos de vídeo game, *board game* e até uma edição do uísque Johnnie Walker (2018).

Desde sua primeira edição, a CCXP se destacou pelos estandes e ativações dos estúdios e expositores. As experiências proporcionadas em cada box são variadas: reprodução de cenários de séries e filmes – como a da sala de guerra da personagem Daenerys Targaryen no estande da HBO para a série *Game of Thrones*. (CUNHA; BERZOINI, 2020. p.14).

A transmídia é bem aplicada também ao retomar a obra *O Senhor dos Anéis* (*The Lord of the Rings*, 1954), de J. R. R. Tolkien. O universo dos livros — que vai além da trilogia original — é mais um exemplo de livro que virou filme. Apesar de ter mais de 50 anos de existência, a narrativa conquista cada vez mais fãs com o passar do tempo, ganhando importantes prêmios do cinema como Oscar em 2002 e Globo de Ouro em 2004. O universo fantástico presente na história é bem explorado e aflora na vida do público, provando o quanto essa troca de plataformas pode ser vantajosa para o gênero.

Em um mundo caracterizado pela permanente transformação, verifica-se, com certa surpresa, que o mágico e o fantástico ainda não perderam seu encantamento e permanecem no imaginário coletivo, prontos, como num sonho, para serem despertados e revelados. E o são pela produção ou pelo relançamento de livros e filmes que apelam para a imaginação e para o fantasioso e que levam milhares de pessoas às livrarias e aos cinemas em busca da fascinação que emana de suas histórias maravilhosas. (SOUZA, 2013. p.2).

Assim como *Game of Thrones* (1996), o universo do livro de Tolkien conseguiu exceder as duas principais plataformas e chegar ao mundo dos jogos, apresentando novas experiências aos fãs e conquistando pessoas que até então não conheciam a história.

Os jogos digitais foram introduzidos no universo da transmídia provavelmente devido a sua rentabilidade e sua popularidade, principalmente entre os mais jovens, podendo funcionar como uma introdução deste público a universos que se passam em outras mídias. [...] conseguiu chamar a atenção daqueles mais jovens que nunca tinham dado uma chance para o universo literário, com o jogo digital *Middle-earth: Shadow of Mordor* (*Monolith Productions*, 2014) que se passa no mesmo universo, mas com uma trama exclusiva. (FLORENTINO et al., 2016. p.22, grifo nosso).

Em contrapartida, a transmídia pode funcionar através do caminho oposto, transformando filmes, séries e jogos em livro, como é o caso de *League of Legends* (2009). O

---

<sup>7</sup> Segundo Farias (2012), o termo “geek” é uma “gíria essa que define pessoas peculiares ou excêntricas apaixonadas por tecnologia, jogos eletrônicos, cultura pop, etc. Sendo atraídos por tudo aquilo que é novidade em geral.” (FARIAS, 2012).

---

jogo em grupo online tem uma base grande de jogadores e fãs, que se empenham em adentrar a narrativa e conectar-se intrinsecamente com a história, tornando-o o maior jogo do mundo.

[...] há um total de 70 milhões de contas registradas no jogo e 12 milhões de jogadores ativos diariamente, conquistando um total de 1 bilhão de horas gastas no jogo todos os meses. O infográfico é concluído com a seguinte informação: em relação a horas jogadas por mês, *League of Legends* é o videogame mais jogado no mundo. (MEZZOMO, 2014. p.13, grifo nosso).

Com o sucesso do jogo entre jovens e adultos, *League of Legends* (2009) ganhou muito destaque em eventos como a *Comic Con Experience*<sup>8</sup> e construiu grandes competições que giram em torno do mesmo, alcançando mais de 70 milhões de espectadores com times formados na Ásia, Europa e América para participar dos famosos *e-sports*, produzidos pela Riot Games (MEZZOMO, 2014, p.13).

Em 2019, o jogo também ganhou edições em quadrinho através de uma parceria com a Marvel, além da publicação de seu formato em livro em 2020, carregando sua legião a essa nova plataforma, mostrando como os “[...] fãs são dedicados ao seu objeto de adoração, eles querem saber tudo que é relacionado a ele, nos mínimos detalhes” (MEZZOMO, 2014). Para completar o quadro, *League of Legends* (2009) ganhou um documentário de mais de uma hora de duração na plataforma de *streaming* Netflix (2019).

*World of Warcraft* também é um jogo que se utilizou da transmídia para crescer. Lançado em 2004, tem a sua história contada no mundo fantástico de *Azeroth*, apresentado em 1994 no jogo *Warcraft: Orcs & Humans*. O jogo teve 10 milhões de acessos, virando um acontecimento na cultura comercial e pop.

O jogo teve sua narrativa apresentada em várias plataformas, para além dos jogos, aparecendo no filme *Warcraft – O Primeiro Encontro de Dois Mundos*, lançado em 2016, e em livros publicados por algumas editoras. No Brasil, parte desses livros foi lançada pela editora Record e pela editora Leya, que apresentou uma coletânea no mesmo universo intitulada *Crônicas* (2016).

Os fãs de *Warcraft* realizam produções bem detalhadas de cada personagem através da imersão do *cosplay*<sup>9</sup>— feito por diferentes grupos de fãs —, participando de concursos e eventos da cultura pop como a *Comic Con Experience* e *Brasil Game Show*<sup>10</sup>. Desta forma, a

---

<sup>8</sup> Comic Con Experience (CCXP) é um evento anual de cultura pop (SILVA, 2019).

<sup>9</sup> Ato de se vestir como personagens de desenhos animados, mangás e animês (JUNIOR; SILVA, 2007).

<sup>10</sup> A Brasil Game Show (ou BGS) é uma feira de games realizada desde 2009 (BRASIL GAME SHOW, 2020).

---

fantasia ganha ainda mais destaque e são muitos os resultados encontrados nesse gênero através de multimeios.

Até agora, a comunidade mais desenvolvida ao redor de transmídia se formou no gênero de entretenimento – especialmente fantasia e ficção científica, mas também animação, super-heróis e horror. Estes gêneros têm uma audiência principal muito desenvolvida, com fãs hardcore que trocam informações pela rede sobre interesses e experiências. Eles já sabem como vivenciar a experiência transmídia, e estas práticas se encaixam bem nas relações sociais existentes entre eles. Estes fãs constituem o sistema de suporte que ajuda a popularizar a história. [...] (JENKINS, 2011).

Os exemplos de uso da transmídia dentro do gênero de fantasia mostram como as comunidades de fãs se mobilizam diante dessas produções. Por já estarem inseridos em uma cultura que valoriza e incentiva a interação com o universo criado, a transmídia faz sucesso com as narrativas do gênero fantástico e é um campo que permite a exploração para o mercado editorial através da literatura.

### **Considerações finais**

As aplicações da transmídia no mercado editorial têm aberto portas para o crescimento da área. Ao cruzar plataformas, os conteúdos apresentam-se com uma vivacidade maior em relação às histórias e aos enredos, mais intrincados e completos, construindo um legado cada vez maior e atraindo novos clientes para as editoras. Pessoas que, em um primeiro momento, não se interessariam em adquirir os produtos são trazidas por uma nova perspectiva de narrativa, que permite maior imersão no universo das histórias

Segmentando ainda mais as aplicações da transmídia, percebe-se que, ao focar sua utilização em nichos específicos, seu crescimento pode ser ampliado em novas proporções, atingindo mais pessoas e criando objetivos que desenvolvam ainda mais a área, como no caso da literatura fantástica.

Cada vez mais franquias expandiram seu alcance ao criarem raízes em diferentes plataformas, como foi o caso de *Harry Potter* (2000), *Star Wars* (1977) e tantas outras histórias. Isso gera um engajamento maior dos fãs e o próprio crescimento do gênero. Dessa forma, ao convergir transmídia com a fantasia, criam-se grandes oportunidades para o mercado e para o mundo das narrativas, atingindo cada vez mais pessoas e integrando-as ao mundo editorial.

### **Referências bibliográficas**

BRASIL GAME SHOW. **Sobre**. 2020. Disponível em: <<https://www.brasilgameshow.com.br/sobre/>>. Acesso em: 07 dez. 2020.

CULTURA E MERCADO. **Projeto transmídia traz novas experiências para leitores**. Disponível em: <<https://www.culturaemercado.com.br/site/projeto-transmidia-traz-novas-experiencias-para-leitores/>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

CUNHA, Lucilia; BERZOINI, Thiago. **Reflexões sobre eventos de nicho: O Caso CCXP**. 2020. Disponível em: <<https://seer.cesjf.br/index.php/ANL/article/download/2369/1587>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

DOMINGOS, Adenil Alfeu. **Storytelling: fenômeno da era da liquidez**. 2008. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/signum/article/view/3085/2618>>. Acesso em: 12 jun. 2020.

FARIAS, Diego Assad. **Plano de negócio: empresa SuitUP!**. 2012. Disponível em: <[https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/1/556/1/PlanoDeNegocio\\_Farias\\_2012.>](https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/1/556/1/PlanoDeNegocio_Farias_2012.>) Acesso em: 11 nov. 2020.

FIGUEIREDO, Camila Augusta Pires de. **O uso da transmídia por editoras brasileiras**. Minas Gerais. 2017. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/signo/article/view/10550/pdf>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

FLORENTINO, Isabela et al. **Auquerin: um universo de ficção e fantasia transmídia**. 2016. Disponível em: <<https://repositorio.bc.ufg.br/xmlui/handle/ri/14823>>. Acesso: 19 mai. 2020.

FRANÇA, Júlio. **O horror na ficção literária: reflexão sobre o "horrível" como uma categoria estética**. São Paulo. 2008. Disponível em: <[http://www.abralic.org.br/eventos/cong2008/AnaisOnline/simposios/pdf/077/JULIO\\_FRANCA.pdf](http://www.abralic.org.br/eventos/cong2008/AnaisOnline/simposios/pdf/077/JULIO_FRANCA.pdf)>. Acesso em: 11 abr. 2020.

FRATUCCI, Amanda. **O fantástico tradicional: do século XIX à contemporaneidade**. São Paulo. 2017. Disponível em: <[http://www.abralic.org.br/anais/arquivos/2017\\_1522170235.pdf](http://www.abralic.org.br/anais/arquivos/2017_1522170235.pdf)>. Acesso em: 11 abr. 2020.

JENKINS, Henry. **A cultura brasileira é propícia ao sucesso de projetos transmídia**. Entrevista concedida a Guilherme Felitti. Época Negócios, 2011. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI224166-16370,00-A+CULTURA+BRASILEIRA+E+PROPICIA+AO+SUCESSO+DE+PROJETOS+TRANSMIDIA.html>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

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

JOHN, Valquiria; WAGNER, Lauro. **Cultura de Fã e Narrativa Transmídia: análise da circulação e consumo da série *Game of Thrones* no Brasil**. 2013. Disponível em: <[http://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo\\_5\\_Entretenimento\\_Digital/26031arq08864545905.pdf](http://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_5_Entretenimento_Digital/26031arq08864545905.pdf)>. Acesso em: 19 mai. 2020.

JUNIOR, Leconte de Lisle Coelho; SILVA, Sara Santos. **Cosplayers como fenômeno psicossocial: do reflexo da cultura de massa ao desejo de ser herói.** 2007. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/jhgd/article/view/19815/21886>. Acesso em: 29 nov. 2020.

MEZZOMO; Giulia. **Consumo e Fandom em jogos: Um estudo de caso sobre League of Legends.** 2014. Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/16830/Mezzomo\\_Giulia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/16830/Mezzomo_Giulia.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso: 20 mai. 2020.

ROLLING STONE. **The Witcher: livro que deu origem à série entra para o livro dos mais vendidos 27 anos depois do lançamento.** 2020. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/witcher-livro-que-deu-origem-serie-entra-para-lista-dos-mais-vendidos-27-anos-depois-do-lancamento/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SILVA, Leonardo Soares da. **Comic Con Experience: A Festa das Experiências.** 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1677-1.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2020.

SILVA, Luis Cláudio; LOURENÇO, Daiane. **O gênero literário fantástico: considerações teóricas e leituras de obras estrangeiras e brasileiras.** 2010. Disponível em: [http://www.fecilcam.br/nupem/anais\\_v\\_epct/PDF/linguistica\\_letras\\_artes/09\\_SILVA\\_LOUREN%C3%87O.pdf](http://www.fecilcam.br/nupem/anais_v_epct/PDF/linguistica_letras_artes/09_SILVA_LOUREN%C3%87O.pdf). Acesso em 11 abr. 2020.

SOUZA, Luana. **A fantasia e o maravilhoso em O senhor dos anéis: a sociedade de Tolkien.** 2013. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/viewFile/917/720>. Acesso: 19 mai. 2020.

TODOROV, Tzvetan. **Introdução à literatura fantástica.** Cidade do México: Premia, 1981.