

O PERSONAGEM E SUA IDENTIDADE NUMA NARRATIVA QUE SE EXPANDE ATRAVÉS DAS MÍDIAS

Camila Gonzatto da Silva*

Resumo:

Diferentes mídias possibilitam diferentes maneiras de narrar e se comunicam com seus leitores de diferentes formas. O que acontece com um personagem cuja história se estende através das mídias? Sua identidade é alterada nessa transição? Como manter certa unidade e, ao mesmo tempo, trabalhar “respeitando” as singularidades narrativas de cada mídia? Esta comunicação pretende investigar as relações entre personagens e mídias numa mesma narrativa a partir de estudos da narratologia e das teorias de criação.

Palavras-chave: personagem, transmídia, narrativa.

Começamos pela transmídia. O termo *transmedia storytelling*, que em português foi traduzido para narrativa transmidiática ou narrativa transmídia, foi cunhado pelo pesquisador norte-americano Henry Jenkins, nesta década, a partir de sua pesquisa no laboratório de Mídias Comparadas do MIT. No livro *Cultura da Convergência* (2006), Jenkins define esse tipo de narrativa e o explora a partir da análise de vários exemplos, como *Matrix*, *Star Wars*, *Twin Peaks* e *Survivor*, que possuem narrativas que se expandem para além de seus meios-base, no caso destes exemplos, a televisão e o cinema.

Segundo o autor, a narrativa transmídia é aquela que é contada em mais de uma mídia de maneira complementar.

A narrativa transmidiática representa um processo onde elementos integrais de uma ficção são dispersos sistematicamente através de múltiplos canais com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada meio faz uma contribuição única para o desdobramento da história. (Jenkins, 2009)¹

É importante ressaltar que, apesar do termo narrativa transmídia ser relativamente novo, narrativas contadas em várias mídias já existem há muito tempo. Basta pensar nas

* Doutoranda em Teoria da Literatura na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

E-mail: camilags@gmail.com

¹ Tradução livre da autora: “*Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story.*”

religiões, que se munem de diversos meios – livro, objetos, reuniões presenciais etc. – para expor suas ideias e criar sua história, seu legado e universo. A importância da pesquisa de Jenkins está, no entanto, em entender um movimento contemporâneo das narrativas associado a novas possibilidades de mídia e de relação entre leitores, produtores e conteúdos.

De acordo com Jenkins, a narrativa transmídia surge em resposta à convergência das mídias. Mas antes deste fenômeno acontecer, é preciso pensar no surgimento das novas mídias – ou seja, das mídias digitais: computador, internet, games eletrônicos, telefone celular, entre outros. Para Kieren Kelly (2009), o termo novas mídias é mais adequado do que mídias digitais, uma vez que não se limita a questões tecnológicas.

Podemos pensar que as novas mídias são mais produtos de forças sociais, políticas e econômicas do que um desenvolvimento tecnológico. Mídias não somente influenciam o modo como nós vemos e experienciamos nosso mundo, mas são produtos do mundo em que vivemos². (Kelly, 2009, Loc. 5963-65)

Como prática social, as novas mídias rapidamente passaram a ser exploradas não apenas para fins técnicos e comunicacionais, mas também artísticos, o que inclui o seu uso nas mais diversas áreas, inclusive para contar histórias. Esse uso nunca foi feito sem problematização. Marie-Laure Ryan, no livro *Narrative across media* (2004) pontua essa questão ao afirmar: “Desde o início da revolução que transformou os computadores de máquinas de negócios em mecanismos poéticos, a relação entre narrativa e mídia digital tem sido objeto de opiniões contraditórias” (2004, p. 337).

Esse debate, porém, não é o foco deste texto, mas pensemos nele e nas novas mídias como fenômenos culturais e sociais e não apenas tecnológicos. Pois, é assim que Henry Jenkins compreende a convergência dos meios.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. (...) A convergência

² Tradução livre da autora: “*In this way we can see that new media are as much the product of social, political and economic forces as they are of technological endeavour. Media not only influence the way in which we see and experience our world but are products of the world in which we live.*”

representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos.

(...)

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. (Jenkins, 2006, p. 27 e 28)

É nesse contexto que o autor defende o surgimento da narrativa transmídia. Para Jenkins, como já foi dito, ela é uma estética que vem em resposta à convergência das mídias.

Esta estética faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir um papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história em diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão online, e colaborando para assegurar que todos que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (Jenkins, 2006, p. 47)

Para ilustrar, pensemos em um dos exemplos estudados pelo próprio autor: Matrix. Podemos partir do pressuposto que a sua mídia-base é o cinema, para a qual foram realizados três filmes. Mas eles, mesmo vistos em sequência não explicam todo o universo da narrativa. Ela se expande para outras mídias como o jogo de videogame de console³, onde o jogador realiza missões, que nos filmes estão em elipse. Ela também se desdobra em uma série de curtas-metragens de animação, que trazem outros contextos e personagens secundários que não estão desenvolvidos no filme. E, ainda, há muitas HQs que seguem desenvolvendo outros pedaços do universo da narrativa e suas personagens, além do jogo na internet, em que um dos protagonistas da narrativa, a personagem Morpheus morre em 2005, alguns anos após a exibição dos três filmes no cinema.

Com base nisso, pode-se pensar que há dois elementos da narrativa essenciais a essa forma de contar histórias através de mais de uma mídia: a ideia de universo da história e as personagens. É o jogo bem desenvolvido entre esses dois elementos que vai garantir o “sucesso” de uma história bem contada de forma dispersa entre diferentes meios.

Ian Condry, pesquisador do Comparative Media Studies / MIT Cambridge, defende as personagens como elos essenciais nesse tipo de narrativa:

³ Jogo de consolo é aquele feito para ser jogado em aparelhos de videogame e não no computador ou na internet.

Muitas análises de mídia e filmes giram em torno de histórias. Mas quando eu fiz trabalho de campo sobre a indústria do entretenimento japonês, fiquei impressionado em como a lógica dos novos projetos não estava construída em torno de histórias, mas na verdade estavam construídas em torno de personagens. Alguns personagens que combinavam e estavam juntos em volta de algumas premissas... a maneira como certos personagens se moviam em certos mundos. Eles não eram tanto parte da história, mas parte um mundo. Se nós analisarmos as mídias não em termos de histórias, mas em termos de personagens, isso vai nos permitir fazer diferentes tipos de perguntas. (Condry, 2010)⁴

Passemos, então, à personagem. De acordo com Fotis Jannidis (2010), o termo personagem é usado para referenciar os participantes no mundo das histórias, criadas em várias mídias, em contraste com “pessoas” como indivíduos no mundo real⁵. Personagens, portanto, existem nos mundos das histórias e desempenham um papel, não importa se grande ou pequeno, em diversos momentos e eventos contados na narrativa. Mas como e onde elas existem? “Na esfera da nossa imaginação, como um objeto de pensamento, e na esfera da comunicação pública, como um objeto do discurso. Informalmente, esses são alguns dos preceitos básicos da abordagem da personagem pela teoria contemporânea⁶”, escreveu Uri Magolin (2009, p. 67), no livro *The Cambridge companion to narrative*. O autor complementa:

Tecnicamente falando, a personagem pode ser definida a partir dessa perspectiva como contingencialmente criada, uma entidade cultural abstrata, cuja existência depende essencialmente de seu envolvimento verdadeiro em um tempo e um espaço e na atividade intelectual dos autores e leitores. Nessa visão, personagens são inventadas ou estipuladas pela mente humana e geradas em circunstâncias culturais e históricas particulares, através do uso da linguagem e seguindo certas convenções literário-artísticas. Elas são, finalmente, um constructo semiótico ou criaturas de palavras. É o ato cultural e socialmente definido de contar histórias ficcionais que constitui e define a personagem. (2009, p. 67)⁷

⁴ Transcrito de trecho do vídeo *Storytelling Part 1: Change of Storytelling*, da série de vídeos sobre como as novas mídias estão modificando a forma de contar histórias, realizado pela núcleo de Ciências Aplicadas e Arte da Universidade de Zurique. 03:09 a 03:51. Disponível em: <<http://vimeo.com/12999733>>.

⁵ Tradução livre da autora: “*The term ‘character’ is used to refer to participants in storyworlds created by various media in contrast to ‘persons’ as individuals in the real world.*”

⁶ Tradução livre da autora: “*In the sphere of our individual imagination as an object of thought, and in the sphere of public communication of an object of discourse. Such, informally, are some of the basic tenets of this approach to character, rooted in contemporary aesthetic theory.*”

⁷ Tradução livre da autora: “*Technically speaking, character can be define from this perspective as a contingently created, abstract cultural entity, depending essencially for its existence on actual objects in space and time ando n the intellectual activity of authors and readers. On this view, characters are invente dor stipulated stances through the use of language, following certain literary-artistic conventions. They are ultimately semiotic constructs or creature of the Word, and it is the socially and culturally defined act of fictional storytelling that constitutes and defines them.*”

Mas nem sempre foi assim. A personagem, desde Aristóteles, foi estudada teoricamente de diferentes maneiras e com diferentes focos. A ideia da personagem como imagem do ser humano, numa visão ético-representativa inaugurada por Aristóteles, perdeu até meados do século XVIII (Beth Brait, 1985, p. 37). Na *Arte Poética*, Aristóteles afirma que “como a imitação se aplica aos atos das personagens e estas não podem ser senão boas ou ruins, daí resulta que as personagens são representadas melhores, piores ou iguais a todos nós” (p. 2).

A partir da segunda metade do século XVIII, a personagem passa a ser entendida como a representação do universo psicológico de seu criador, ou seja, uma projeção do escritor. É só no século XX que a personagem começa a ser vista como um ser de linguagem, a partir do Formalismo Russo e seus desdobramentos no Estruturalismo, que passa a defini-la não como um ser, mas como um participante da narrativa. (Roland Barthes, 2008, p. 45).

Independentemente de estar relacionada diretamente à pessoa, ser vista como um ser psicológico ou como um ser de papel, a personagem quase sempre foi entendida como um dos principais elementos da narrativa, seja ela literária, fílmica ou dramática, pois ela é o agente da ação e é com quem o público pode se identificar.

Categoria fundamental da narrativa, a personagem evidencia a sua relevância em relatos de diversa inserção sociocultural e de variados suportes narrativos. Na narrativa literária (da epopeia ao romance, do conto ao romance cor-de-rosa etc.) como na narrativa cinematográfica, na telenovela, ou na banda desenhada, ela é normalmente o eixo em torno do qual se organiza a economia do relato. Os próprios estudos literários (e nos últimos tempos a narratologia) regularmente valorizam as potencialidades semânticas da personagem: “manifestada sob a espécie de um conjunto”, observa Philippe Hamon⁸, “a personagem é uma unidade difusa de significação, construída progressivamente pela narrativa”; e acrescenta: “Uma personagem é, pois, o suporte das redundâncias e das transformações facultadas sobre o que ela é e sobre o que ela faz”. (Carlos Reis, 2003, p. 360)

A personagem, no entanto, não é constituída sozinha, ela não flutua numa narrativa. Ela está ancorada num tempo e num espaço – mesmo que abstratos, simbólicos ou que estão apenas no fluxo de consciência da própria personagem. Teresa Bridgeman (2009) destaca a relevância do espaço e do tempo na narrativa, afirmando que esses elementos são muito mais do que plano de fundo. Para a autora, eles fazem parte do tecido da obra e

⁸ P. HAMON. *Le personnel du Roman*. Le système des personnages dans “Rougon-Macquart” d’Émile Zola, Genève, Droz, 1983, p.20

afetam o entendimento básico da narrativa e os protocolos das diferentes narrativas (2009, pg. 52-53). “Nosso engajamento emocional com uma narrativa é frequentemente associado a parâmetros temporais (tédio, suspense) e espaciais (segurança, claustrofobia, medo do desconhecido), através da identificação com a experiência do protagonista em seu mundo” (2009, p. 63).⁹

A personagem também está colocada em relação aos demais elementos da narrativa, como outras personagens, narrador, contexto ideológico etc. Antonio Candido (2007) reforça essa ideia ao afirmar que a personagem só adquire pleno significado no contexto da construção estrutural do romance: “a vida da personagem depende da economia do livro, da sua situação em face dos demais elementos que a constituem: outras personagens, ambiente, duração temporal, ideias” (2009, p. 75). Em *A arte da ficção*, David Lodge (2009) reitera que os efeitos ficcionais são múltiplos e interligados, sendo ao mesmo tempo interdependentes e complementares (2009, p. 65-66).

Se a construção da personagem está relacionada com os diversos elementos da narrativa, como podemos pensá-la quando é construída em mais de uma mídia? De que forma as especificidades das diferentes mídias influem na maneira de contar histórias? Como essa história seriada, mas não em termos de tempo dentro de uma mídia apenas, e sim dividida em diferentes plataformas, contribui com a construção da identidade da personagem? Esses são alguns tópicos a serem estudados e discutidos no aprofundamento desse texto.

Referências

ARISTÓTELES. **Arte poética**. Disponível em: <www.dominiopublico.gov.br>. Acesso em: 3 jun. 2010.

BARTHES, Roland. (2008). Introdução à análise estrutural da narrativa. In: BARTHES, Roland *et al.* **Análise estrutural da narrativa**. 5 ed. Petrópolis: Vozes.

BORDINI, Maria da Glória.(2006). A personagem na perspectiva dos estudos culturais, **Revista Letras de Hoje**, v. 41, n. 3.

BOURNNEUF, Roland; OUELLET, Real. (1976). **O universo do romance**. Coimbra: Livraria Almedina.

⁹ Tradução livre da autora: “*Our emotional engagement with narrative is often linked to temporal parameters (boredom, suspense) or spatial parameters (security, claustrophobia, fear of the Unknown), often through empathy with a protagonist’s experience of his or her world.*”

BRAIT, Beth. (1985). **A personagem**. São Paulo: Ática.

CANDIDO, Antonio. (1985). A personagem do romance. In: CANDIDO, Antonio *et al.* **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva.

JANNIDIS, Fotis [s.d.]. Character. In: HÜHN, Peter *et al.* (eds.). **The living handbook of narratology**. Hamburg: Hamburg University Press.

Disponível em: <http://hup.sub.uni-hamburg.de/lhn/index.php/Main_Page>. Acesso em: 20 out. 2010.

JENKINS, Henry. (2008). **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph.

_____. (2009). **The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling** (Well, Two Actually. Five More on Friday). Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html>. Acesso em: 6 set. 2010.

KELLY, Kieran. (2009). **New Media: a critical introduction**, Second Edition. Kindle Edition.

MARGOLIN, Uri. (2009). Character. In: HERMAN, David (org.). **The Cambridge companion to narrative**. Cambridge: Cambridge University Press.

LODGE, David. (2009). **A arte da ficção**. Porto Alegre: L&PM.

REIS, Carlos. (2003). **O conhecimento da literatura** – introdução aos estudos literários. Porto Alegre: Edipucrs.

RYAN, Marie-Laure. (2004). **Narrative across Media** – the languages of storytelling. Lincoln: University of Nebraska Press.