



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

Exploração do Entretenimento Transmediático: Características e
Atração para a Audiência Jovem

Projeto apresentado à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, em
Media e Entretenimento

Por

Inês Taveira de Almeida

Faculdade de Ciências Humanas

Setembro, 2023



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

Exploração do Entretenimento Transmediático: Características e
Atração para a Audiência Jovem

Projeto apresentado à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, em
Media e Entretenimento

Por

Inês Taveira de Almeida

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação do Professor Doutor Nelson Ribeiro e
o Professor Pedro Lopes

Setembro, 2023

Resumo

O entretenimento digital tem crescido exponencialmente nos últimos anos, transformando a interação entre criadores e públicos. Destaca-se a tendência para o entretenimento transmediático, que une diferentes plataformas para envolver o público em narrativas imersivas. Esta convergência não só diversifica os conteúdos, englobando filmes, séries, jogos, livros e redes sociais, como também promove a interatividade, fortalecendo a relação entre criadores e consumidores.

Este projeto destaca a proliferação de plataformas online, redes sociais e serviços de streaming, que revolucionaram a forma como o público consome conteúdos, oferecendo várias opções acessíveis em qualquer altura e lugar. O principal objetivo desta pesquisa foi compreender as características do entretenimento transmediático que mais atraem o público, mesmo quando não familiarizado com o formato de narrativa transmedia. Para isso, o presente trabalho segue uma metodologia qualitativa com uma análise de projectos transmédia de sucesso, criando um projeto transmedia e validando o projeto através de grupos de foco. O projeto concebido tem como base um mundo fantástico, onde os elementos mágicos fluem da Lua, e a narrativa estende-se por seis produtos em diferentes plataformas.

As principais conclusões deste estudo destacam a importância da contextualização narrativa, da interatividade personalizada, da clareza na apresentação das regras do mundo ficcional, da expansão geográfica do universo ficcional, da diversificação e profundidade das personagens, da flexibilidade na ordem de consumo e da presença de uma componente visual vital nos produtos transmédia. Estas características foram identificadas como elementos que aumentam o atrativo do entretenimento transmédia para o público. Além disso, o estudo salienta a necessidade de adaptar os projectos transmédia às expectativas e necessidades do público-alvo para proporcionar experiências mais envolventes e satisfatórias.

Palavras-chave: *transmedia storytelling*, entretenimento, consumo das audiências, convergência

Abstract

Digital entertainment has grown exponentially in recent years, transforming the interaction between creators and audiences. The trend towards transmediatic entertainment stands out, uniting different platforms to involve the audience in immersive narratives. This convergence not only diversifies content, encompassing films, series, games, books and social networks but also promotes interactivity, strengthening the relationship between creators and consumers.

This project highlights the proliferation of online platforms, social networks and streaming services, which have revolutionized the way audiences consume content, offering various options accessible at any time and place. The main objective of this research was to understand the characteristics of transmedia entertainment that most appeal to audiences, even when they are unfamiliar with the transmedia narrative format. To this end, this work follows a qualitative methodology with an analysis of successful transmedia projects, creating a transmedia project and validating the project through focus groups. The project conceived is based on a fantastic world, where magical elements flow from the moon, and the narrative extends across six products on different platforms.

The main conclusions of this study highlight the importance of narrative contextualization, personalized interactivity, clarity in the presentation of the rules of the fictional world, geographical expansion of the fictional universe, diversification and depth of the characters, flexibility in the order of consumption and the presence of a vital visual component in transmedia products. These characteristics were identified as elements that increase the appeal of transmedia entertainment for the audience. In addition, the study highlights the need to adapt transmedia projects to the expectations and needs of the target audience to provide more engaging and satisfying experiences.

Keywords: transmedia storytelling, entertainment, audience consumption, convergence

Agradecimentos

Tive o privilégio de ser acompanhada por pessoas fantásticas, dentro e fora da universidade, e gostaria de lhes dedicar algumas palavras como um agradecimento ao apoio que me proporcionaram.

Começo por agradecer aos pais que me apoiam desde o primeiro dia e me motivam para seguir aquilo que me faz feliz. Sem eles, eu não teria tido a força mental para completar este desafio e não teria realizado algo que hoje me traz imensa felicidade. É graças a eles que me estou a tornar numa pessoa forte e é a eles que dedico o meu trabalho.

Um grande agradecimento ao Professor Doutor Nelson Ribeiro por ter aceite o desafio de ser meu orientador tão perto da data de entrega, devido a alguns inconvenientes. Estou imensamente agradecida pelos seus conselhos, a sua orientação, e acima de tudo, a sua paciência e tempo que dedicou a aprender sobre o meu trabalho e me guiar no melhor caminho.

Gostaria de agradecer o Professor Pedro Lopes, pela inspiração e apoio que me deu para desenvolver o meu lado criativo para a criação deste projeto.

Por fim, quero ainda agradecer à Professora Doutora Cátia Ferreira, não só por me ter orientado durante vários meses como também por ter sido uma aliada que me inspirou imensa confiança, em mim mesma e no meu trabalho. É graças à professora que consegui elaborar um projeto tão vasto e gostaria de lhe dedicar também este meu trabalho.

Índice

Resumo.....	2
Abstract.....	3
Agradecimentos.....	4
Introdução.....	7
I. PARTE TEÓRICA.....	10
1. Entretenimento.....	10
1.1. Entretenimento mediático.....	10
1.2. Transição para o digital.....	16
1.3. Relação com a audiência.....	21
2. Transmedia.....	28
2.1 Contextualização do termo ‘transmedia’.....	28
2.2 Como se constrói um projeto de transmedia storytelling?.....	32
2.3 <i>World building</i> - criação do mundo.....	37
2.4 O envolvimento da audiência.....	42
II. PARTE PRÁTICA.....	47
3. Metodologia.....	47
3.1 Análise de mercado - <i>Heroes e Blair Witch Project</i>	50
4. Realização do projeto.....	64
4.1 Protótipo de bíblia transmediática.....	64
4.2 Plano de conteúdos transmediático.....	82
4.3 Grupos de foco e Discussão de dados.....	95
Conclusão.....	107
Bibliografia.....	110
Webgrafia da análise de mercado (<i>benchmark</i>).....	116
Apêndices.....	122
Apêndice A - Autorização de cedência de direitos de som e imagem, assinado pelos participantes dos grupos de foco.....	122
Apêndice B - Tabela de apresentação de The Blair Witch Project e Heroes enquanto projetos transmediáticos de acordo com os sete princípios de transmedia, de Henry Jenkins.....	131
Apêndice C - Tabela de recolha de dados sobre a relação da audiência com os	

produtos de The Blair Witch Project.....	135
Apêndice D - Tabela de recolha de dados sobre a relação da audiência com os produtos de Heroes.....	138
Apêndice E - Tabela de comparação entre The Blair Witch Project e Heroes.....	141
Apêndice F - Guião para a discussão dos grupos de foco.....	146
Apêndice G - Transcrição dos elementos visuais do 1º grupo de foco.....	147
Apêndice H - Transcrição dos elementos visuais do 2º grupo de foco.....	149
Apêndice I - Transcrição do 1º grupo de foco.....	154
Apêndice J - Transcrição do 2º grupo de foco.....	177

Introdução

Nos últimos anos, tem sido notado um crescimento exponencial do entretenimento nos meios digitais, acompanhado por uma transformação significativa no padrão de consumo por parte da audiência. A proliferação de plataformas *online*, redes sociais e serviços de *streaming* revolucionou a forma como o público consome conteúdo, oferecendo uma vasta gama de opções acessíveis a qualquer momento e em qualquer lugar. Este fenómeno não só diversificou as modalidades de entretenimento, abrangendo desde vídeos curtos a jogos interativos e transmissões ao vivo, mas também redefiniu a interação entre criadores de conteúdo e espetadores.

A audiência agora não é apenas um recetor passivo, mas sim um participante ativo, envolvendo-se em comunidades virtuais, comentários e partilhas instantâneas. O crescimento do entretenimento nos meios digitais reflete os avanços tecnológicos, mas também a busca contínua por experiências personalizadas e interconetividade, moldando assim um novo paradigma na indústria do entretenimento.

Uma tendência que tem ganhado destaque é o entretenimento transmediático, o qual se adapta de maneira harmoniosa aos novos hábitos de consumo. Através da convergência de diferentes plataformas e formatos, o entretenimento transmediático proporciona uma experiência imersiva para a audiência. Narrativas são expandidas através de diferentes canais, como filmes, séries, jogos, livros e até mesmo redes sociais, permitindo que os espetadores mergulhem profundamente nos universos ficcionais. Esta abordagem não apenas capitaliza a procura por conteúdo diversificado, mas também explora a participação ativa da audiência ao explorar diferentes partes do mesmo universo através de múltiplos pontos de contacto. Esta interatividade aumenta o apelo do entretenimento nos meios digitais, tal como reconfigura a relação entre criadores, conteúdo e consumidores, criando uma ligação mais duradoura e envolvente.

O presente projeto concentra-se no entretenimento transmediático e na relação que a audiência mantém com este tipo de conteúdo. O objetivo principal é compreender o que motiva o público a consumir esses conteúdos, mesmo quando não está familiarizado com o formato de *transmedia storytelling*. Para tal, foi definida a seguinte questão de investigação: “Quais são as características do entretenimento transmediático que mais

apelam as audiências?” Além disso, pretende-se identificar as características que mais se destacam e se a incorporação dessas características em um projeto transmedia pode aumentar a adesão dos públicos.

O trabalho está dividido em quatro capítulos. Os dois primeiros capítulos compreendem uma pesquisa pormenorizada de informação sobre o presente tema. A informação recolhida foi estudada e apresentada num formato similar a um funil, começando com o tema mais abrangente para o tema mais específico. O primeiro capítulo foca-se no tema do entretenimento mediático e a evolução até ao entretenimento de hoje, que conta com uma alta presença nos meios digitais. E ainda apresenta a relação da audiência com estes conteúdos. O segundo capítulo foca-se nos conceitos de transmedia e o entretenimento transmediático, dando especial atenção à forma como estes conteúdos são concebidos e ao papel fundamental da audiência dentro destes projetos.

O terceiro capítulo introduz a componente prática da investigação. Aqui, descreve-se a metodologia qualitativa usada na parte empírica do estudo, que se baseia em dados primários obtidos através de grupos de discussão e em dados secundários adquiridos através de pesquisa e análise documental. Foi realizada uma análise de mercado documental de dois projetos transmediáticos bem sucedidos. Os projetos em questão são *The Blair Witch Project* e *Heroes*, e o objetivo desta análise foi analisar as opiniões das audiências dos projetos e retirar as características que estas destacaram como as mais apelativas. As conclusões retiradas foram a base sobre a qual foi construído um projeto transmediático.

O quarto capítulo apresenta o projeto transmediático e a discussão de dados. O projeto concebido é demonstrado por os dois documentos criativos do universo ficcional: o protótipo de uma bíblia transmediática e um plano de conteúdos transmediático. Esses documentos descrevem em detalhe o universo ficcional sobre o qual foi criado o projeto, tal como as histórias que constituem a narrativa, os vários protagonistas, os media e plataformas usadas e o público-alvo específico de cada produto. Em seguida, descrevem-se os grupos de foco, apresentando um resumo das respostas obtidas, seguido de uma discussão dos dados. As conclusões retiradas do *benchmark* são então confrontadas com as conclusões destacadas dos grupos de foco, com o objetivo de confirmar ou refutar o apelo pelas características em destaque e responder à questão de investigação.

O projeto representa uma exploração abrangente do entretenimento transmediático, desde a sua base teórica até à sua aplicação prática, com o objetivo de compreender melhor o seu apelo para a audiência e como potencializá-lo em futuros projetos. Ao aprofundar a compreensão do entretenimento transmediático, contribui-se para o desenvolvimento de narrativas mais envolventes e impactantes, que exploram todo o potencial desta abordagem multidimensional.

I. PARTE TEÓRICA

1. Entretenimento

1.1. Entretenimento mediático

O entretenimento é uma presença constante no cotidiano atual, e todos têm uma ideia do que é (Cavalcanti et al., 2021). Existe uma referência mental nas mentes das pessoas, e até mesmo os teóricos veem o entretenimento como algo intuitivo, que de alguma forma não requer clarificação (Altmeyden et al., 2007). No entanto, a falta de uma definição clara cria problemas de comunicação ao realizar investigações ou discutir o assunto, pois cada pessoa tem a sua própria ideia do que é o entretenimento, que pode não coincidir com a de outros (Cavalcanti et al., 2021). Portanto, é necessário estabelecer o que é o entretenimento para fornecer uma base sólida na qual as ideias e temas subsequentes possam se apoiar.

Procurar definir um conceito tão abrangente como o entretenimento de forma específica é irrealista. Alguns teóricos, como Shusterman (2003), consideravam o conceito demasiado trivial para ser estudado ou preferiam ver o entretenimento como algo subjetivo (Bates et al., 2010). Vorderer (2001), no início do século, via o entretenimento como um mecanismo de ajuda para lidar com os acontecimentos do mundo real, altamente relacionado com as emoções. Juntamente com Klimmt e Ritterfeld (2004), o autor desenvolveu um modelo empático para caracterizar o entretenimento em termos de dimensões psicológicas, afetivas e cognitivas. Este modelo inclui uma condição antecedente na qual a pessoa que se refugia no entretenimento deve ter a vontade e a capacidade de suspender sua incredulidade. Isso significa que a pessoa deve conseguir deixar de lado suas crenças para se envolver completamente em outro mundo, seja em um filme, livro ou qualquer outra forma de entretenimento (Vorderer et al., 2004). Além disso, esses autores identificaram cinco emoções centrais no entretenimento: euforia, medo e alívio, tristeza e melancolia, encanto sensorial e realização (no caso dos jogos) (Vorderer et al., 2004). A relação do entretenimento com as emoções também foi abordada por Zillman e Bryant em 1994. Eles afirmaram que as pessoas procuram tipos específicos de entretenimento de acordo com seu estado emocional, usando-o como um regulador. Em outras palavras, pessoas muito excitadas procuram conteúdos tranquilos, enquanto pessoas mais deprimidas procuram conteúdos engraçados, ajustando assim suas emoções para um estado neutro (Zillman et

al., 1994). No entanto, a abordagem subjetiva do entretenimento, baseada apenas nas emoções, não é confiável, uma vez que o que é engraçado para uma pessoa pode ser entediante para outra (Bates et al., 2010). Portanto, é necessário olhar para o entretenimento de outras maneiras.

Algumas décadas atrás, quando o entretenimento ainda não era tão complexo como é hoje, alguns teóricos tentavam classificar o entretenimento por meio de campos semelhantes. Meyerson (1978) afirmava que o entretenimento seria sinônimo de cultura popular, mas para isso também seria necessário definir cultura popular. Mukerji e Schudson (1991) definiam cultura popular como crenças e práticas, juntamente com os objetos a elas associados, que são amplamente compartilhados pela população. Browne, em 1972, sugeria que a cultura popular abrangia toda a cultura que não fosse elitista, mas, nesse caso, certos tipos de entretenimento estariam sendo excluídos. Portanto, associar o entretenimento à cultura popular não é a abordagem mais eficaz, embora haja vários pontos em comum (Bates et al., 2010). Mais recentemente, outro campo associado ao entretenimento foi o prazer. Freysinger e Kelly (2004) discutiam várias abordagens para definir o prazer, como um estado mental, a qualidade das ações realizadas, uma construção social, poderes e privilégios políticos ou dimensões da vida. Todas essas abordagens assumem um certo nível de liberdade e diversão, e embora haja alguma ligação com o entretenimento, o prazer engloba muito mais atividades, incluindo obrigações, como a jardinagem (McLean et al., 2005). Fazer essas comparações com outras áreas ajudava a começar a delinear o conceito de entretenimento, mas era necessário conferir-lhe um significado objetivo para permitir uma discussão coerente entre todos os envolvidos (Bates et al., 2010).

Existem várias abordagens objetivas que tentam abarcar todo o conceito, mas elas são, em certa medida, gerais. Mendelsohn e Spetnagel (1980) descreviam o entretenimento como algo que ocorre em um local específico e em um horário determinado, organizado e escolhido pelos profissionais, e não pela audiência. Essa é uma descrição precisa do entretenimento, principalmente para a época em que os autores escreveram, mas é muito superficial para o que é atualmente. Barnouw e Kirkland (1992), alguns anos depois, definiam o entretenimento como uma experiência vendida e apreciada por um grande grupo heterogêneo de pessoas. Eles viam o entretenimento como um negócio que busca o

lucro. Atualmente, ainda há teóricos que consideram o entretenimento como um produto formatado para ser vendido ao consumidor (Tirelli, 2013). Zillmann e Bryant (1994), além da perspectiva subjetiva do entretenimento mencionada anteriormente, também têm uma visão objetiva. Eles consideravam entretenimento qualquer atividade que visasse agradar e instruir as pessoas por meio da apresentação de eventos positivos e negativos e demonstrações de qualidades. Esta definição, embora não aborde a questão financeira, é semelhante às anteriores. Essas semelhanças entre definições permitem não criar uma nova definição, mas destacar alguns pontos em comum e criar critérios que delineiam o que é o entretenimento (Bates et al., 2010).

Em seu artigo, os autores Stephen Bates e Anthony Ferri (2010) produziram uma lista de elementos que consideram fundamentais na definição de entretenimento, com base nas definições de outros autores, para criar critérios que permitam iniciar um debate e aproximar-se de uma definição para o conceito em questão. Esses critérios incluem seis elementos: objetividade, comunicação, estímulo externo, prazer, audiência e audiência passiva. Primeiro, a definição de entretenimento deve ser objetiva, como já mencionado, para ser útil para a maioria dos teóricos. Em segundo lugar, a definição deve envolver algum tipo de comunicação entre a audiência e o conteúdo de entretenimento. Em terceiro lugar, deve ser explicitado que, embora o entretenimento possa ser consumido de forma solitária, ele resulta de um estímulo externo, como um livro ou um jogo. Em quarto lugar, o entretenimento deve proporcionar prazer à pessoa que o está a consumir. Isso lembra a tentativa de Freysinger e Kelly (2004) de associar o entretenimento ao campo do prazer, embora haja uma diferença entre os dois conceitos, uma vez que o prazer é mais amplo e psicológico do que o entretenimento. Em quinto lugar, o entretenimento deve ter uma audiência para além dos criadores de conteúdo. E, finalmente, em sexto lugar, o elemento mais questionável é a afirmação de que o entretenimento ocorre de forma passiva para a audiência. No entanto, hoje em dia, esse ponto já não é válido devido à existência de entretenimento interativo, que antes não existia, e, portanto, não pode ser considerado sempre passivo (Bates et al., 2010).

Na última década, o entretenimento evoluiu significativamente, assim como os estudos sobre ele. Além disso, a forma como os teóricos abordam o processo de definir o conceito também evoluiu. O entretenimento desempenha um papel tão importante em diversos

setores da sociedade que não é possível ter uma única definição (Cavalcanti et al., 2022). Existem quatro áreas em que ter uma definição de entretenimento parece ser mais relevante, conforme indicado pelos autores do artigo "*What is entertainment?*". Cavalcanti, Aquino e Oliveira (2022) colaboraram com o objetivo de formalizar uma definição de entretenimento e concluíram que seria mais apropriado criar uma definição adaptada a quatro áreas onde o entretenimento desempenha um papel mais significativo: produto, experiência, cultura e comunicação. Para isso, os autores começaram por pesquisar várias definições de outros autores que tenham sido comprovadas. Em seguida, essas definições foram analisadas para identificar tópicos comuns entre elas. Por fim, os tópicos foram agrupados, permitindo aos autores criar definições de entretenimento para cada uma das áreas selecionadas.

O entretenimento como um produto já foi discutido anteriormente por Barnouw e Kirkland (1992) e também por Tirelli (2013). Para esta área, os autores do artigo definiram o entretenimento como um produto orientado para o lucro e o público, baseado na cultura, estruturado pela sua própria indústria e com uma oferta de experiência satisfatória. No contexto da experiência, o entretenimento é definido como uma experiência ativa ou passiva que ocorre devido a um ou mais estados psicológicos satisfatórios, permeada de significado e acessível através do consumo. Esta definição engloba alguns pontos já mencionados, como a distinção entre ativo e passivo, algo que no critério de Bates e Ferri (2010) era exclusivamente passivo. Além disso, a ideia de ser consumível retoma o conceito de Barnouw e Kirkland (1992). A relação com estados psicológicos relacionados às emoções também se assemelha à abordagem de Zillmann e Bryant (1994), que identificaram as emoções como um elemento central do entretenimento. No âmbito da cultura, Cavalcanti, Aquino e Oliveira (2022) descrevem o entretenimento como uma cultura que provoca efeitos satisfatórios, seja comercial ou não, operando em relação a processos simbólicos, estéticos e de orientação social. Mais uma vez, essa definição faz pensar na relação que se tentou estabelecer entre o entretenimento e a cultura popular, conforme proposto por Meyersohn (1978). A quarta definição de entretenimento criada pelos autores é a de que este é uma forma de comunicação agradável destinada a uma audiência passiva através de meios e mensagens específicas. Esta definição se assemelha mais aos critérios de Bates e Ferri (2010), abordando todos os elementos que esses autores destacaram. Como se pode constatar, essas quatro definições de entretenimento se aplicam

bem às concepções mentais já existentes e podem servir como base sólida para estudos, dependendo da área de investigação ou discussão.

O estudo dos efeitos do entretenimento, principalmente do entretenimento mediático, é algo relativamente recente (Klimmt et al., 2010), e alguns autores nos anos 60 reclamavam da falta de pesquisa nessa área (Katz et al., 1962). Isso se deve ao fato de que, na época, atividades não consideradas elitistas não eram consideradas relevantes para análise (Groeben et al., 1988). O primeiro estudo documentado nesse âmbito foi realizado em 1944 por Herta Herzog, com o objetivo de descobrir as motivações das mulheres americanas para ouvirem telenovelas no rádio, através de inquéritos (Klimmt et al., 2010). Alguns anos depois, Katz e Foulkes também contribuíram para o início desses estudos, criando o conceito de “*escapism*”, que se refere às escolhas das pessoas de consumir entretenimento mediático para contrastar com experiências negativas que têm no cotidiano (1962). Isso é possível devido à identificação dos consumidores com os eventos ou personagens nos conteúdos disponibilizados, o que lhes permite afastar-se de suas vidas e viver novas experiências (Katz et al., 1962). Os teóricos da época, após examinarem mais de perto, perceberam o valor de estudar o entretenimento mediático e a importância dessa análise para uma compreensão mais profunda do comportamento humano (Klimmt et al., 2010).

O valor e o impacto emocional na audiência são algumas das formas como alguns autores abordaram os estudos do entretenimento mediático. Zillmann (2003) estruturou um modelo que usa o entretenimento mediático como um comportamento motivado pela busca natural do prazer. Este modelo se concentra principalmente nas respostas emocionais que surgem do consumo desse entretenimento, como o alívio após uma cena de confronto no final de um filme (Klimmt et al., 2010). Por sua vez, Vorderer (2001) argumentou que o uso e a experiência do entretenimento mediático eram uma forma agradável de comunicação humana, envolvendo uma complexa rede de variáveis motivacionais, cognitivas, emocionais e comportamentais. Esses autores reconheciam como o entretenimento podia afetar e alterar o comportamento das pessoas, bem como ajudá-las a desenvolver certos aspectos de si mesmas.

Ao longo dos vários estudos realizados, algumas teorias merecem destaque por continuarem a ser relevantes no campo do entretenimento mediático. Uma delas é a teoria

do suspense e como este afeta as pessoas (Klimmt et al., 2010). Zillmann (1994) considerava o suspense como uma resposta afetiva dos consumidores de media a atributos específicos e comportamentais das personagens nos conteúdos consumidos. Ele via o suspense como um estado emocional que envolve medo e esperança, dependendo da relação que o espectador estabelece com cada personagem e da incerteza sobre o desenvolvimento da história (Zillmann, 1994). Vorderer (1996) também via o suspense como um estado de espírito comum entre os consumidores, pois estava ligado ao prazer. Este é um domínio de pesquisa relevante devido à sua complexidade e à sua ligação com a psicologia das pessoas (Klimmt et al., 2010).

Outra teoria relevante diz respeito aos relacionamentos parassociais, isto é, a relação que um espectador estabelece com uma personagem em conteúdos mediáticos, o que influencia a forma como percebe determinados temas (Klimmt et al., 2006). A representação mental dessa personagem torna-se tão familiar para o espectador que é comparável aos relacionamentos reais que este tem com amigos ou familiares (Gleich, 1997). Essas relações parassociais podem se desenvolver por várias razões, incluindo admiração pela personagem, empatia emocional com a personagem ou situação, desejo erótico relacionado à aparência do ator ou atriz ou até mesmo desdém invejável (Gleich, 1997). A indústria mediática, ciente da existência desses relacionamentos, pode usá-los estrategicamente, por exemplo, ao escolher atores que interpretam personagens com as quais o público desenvolveu uma forte relação parassocial para transmitir mensagens positivas (Chory-Assed et al., 2005). Além disso, ao trazer um ator que desempenhou uma personagem adorada para um novo programa, a indústria pode aumentar a qualidade percebida do programa pelos espectadores, proporcionando-lhes o prazer de ver um rosto familiar (Chory-Assed et al., 2005).

Uma última teoria relevante a destacar está relacionada com o entretenimento interativo, principalmente associado aos videogames (Klimmt et al., 2010). Este é um domínio do entretenimento que cresceu rapidamente e é muito mais dinâmico, pois envolve a interação direta com o utilizador (Vorderer et al., 2006). No entanto, apresenta novos desafios para os teóricos, uma vez que é uma forma de entretenimento tão inovadora que não existe nenhum precedente com o qual possa ser comparada (Klimmt et al., 2010). A conceptualização da interatividade permite que a audiência se envolva interna ou

externamente, permitindo que o utilizador influencie ou não o desenvolvimento da história (Ryan, 2004). A análise do entretenimento interativo envolve a adaptação de abordagens convencionais do entretenimento e uma avaliação crítica da sua aplicabilidade ao estudo da experiência de videogames (Klimmt, 2003). Existem várias semelhanças no apelo que as pessoas têm aos videogames em comparação com outras formas de entretenimento, como a identificação com personagens ou o desejo de assumir o papel de uma personagem (Klimmt et al., 2010). Os videogames proporcionam aos consumidores a oportunidade de experimentar novas experiências e adquirir competências sem o receio de fracassar diante de outros, uma vez que podem ser desfrutados de forma solitária (Klimmt et al., 2006). O entretenimento interativo merece atenção devido à sua inovação e ao seu potencial em evoluir continuamente com o avanço da tecnologia (Klimmt et al., 2010).

1.2. Transição para o digital

Uma das maiores inovações no campo do entretenimento foi a ascensão da internet e a criação de um mundo digital. Isso alterou não apenas a maneira como o conteúdo é distribuído, mas também como é produzido e consumido (Jenkins, 2006). A convergência de vários formatos é um conceito que ganhou força ao considerar como os conteúdos são pensados e elaborados.

Pierre Lévy introduziu o conceito de "*collective intelligence*", que implicava que ninguém detinha todo o conhecimento, tornando crucial que as pessoas dialogassem e partilhassem sabedoria para enriquecer individualmente (2005). Semelhante à ideia de inteligência coletiva de Lévy, a convergência de conteúdos também permite oferecer aos consumidores informações provenientes de diversas fontes, promovendo uma migração da audiência entre diferentes meios de comunicação (Jenkins, 2006). O teórico Henry Jenkins chama a esta interseção de media de "*convergence culture*", enfatizando a necessidade da participação ativa dos consumidores (2006). A convergência não é apenas impulsionada pela tecnologia, mas também pela ativa busca de informação dispersa pelos consumidores, assim como suas interações para partilhar ideias e conhecimentos - caracterizando a conceção de Lévy (Jenkins, 2006).

O primeiro livro a mencionar a convergência como uma força transformadora nos media é da autoria de Ithiel de Sola Pool (1983). Quando ele cunhou o conceito, testemunhava-o por meio das novas tecnologias mediáticas da época, que permitiam a distribuição de conteúdo em múltiplos canais, com diferentes pontos de contato com a audiência, em vez de uma única forma ou meio de distribuição (Sola Pool, 1983). De facto, esta é uma das características centrais do entretenimento transmediático, que será explorado no próximo capítulo. Nesse período, essa tendência estava associada à possibilidade de transmitir conteúdo através de jornais, livros e televisão, enquanto atualmente essa convergência é mais proeminente e tem efeitos mais marcantes, tanto positivos quanto negativos (Jenkins, 2006). Sola Pool já previa nos anos 80 que a convergência seria um processo gradual, mas a sua velocidade acelerou significativamente com o advento da internet e as oportunidades que trouxe.

O marco inicial da convergência tornou-se evidente quando os telemóveis evoluíram de dispositivos de função única para atender às crescentes necessidades dos consumidores (Jenkins, 2006). Os telemóveis passaram a desempenhar um papel central nas vidas das pessoas, devido às suas múltiplas funções, levantando novamente a questão sobre se os novos media substituiriam os meios tradicionais. Este debate surge sempre que um novo meio surge, embora até hoje as suspeitas não tenham sido confirmadas. De facto, os meios de comunicação não desaparecem nem são aniquilados, mas sim substituídos por alternativas mais atualizadas, em consonância com as novas tecnologias (Jenkins, 2006). Lisa Gitelman (2006) diferencia o conceito de “medium” em duas dimensões: como a tecnologia que possibilita a comunicação e como um conjunto de protocolos de práticas sociais e culturais enraizadas na tecnologia. Essa distinção ajuda a explicar a persistência dos meios ao longo do tempo, pois estão ligados a sistemas culturais e não apenas a sistemas tecnológicos. Os meios adaptam-se às evoluções tecnológicas mantendo a sua essência, já que respondem às necessidades do público (Jenkins, 2006).

Em 2003, a convergência ainda era um conceito que não estava totalmente claro, mas havia uma sensação de que era inovador e inevitável (Jenkins, 2006). No evento *New Orleans Media Experience*, em outubro de 2003, a importância da convergência foi destacada através de uma série de conferências. O resumo do evento destacou três mensagens sobre o seu futuro. Primeiro, a convergência estava a caminho e era necessário estar preparado para

ela. Segundo, a convergência é mais complexa do que parece. E terceiro, todas as partes envolvidas precisariam colaborar para sobreviver, algo que nem sempre era comum ou praticado (Jenkins, 2006).

A competição entre as empresas entrou numa nova era de distribuição nos anos 2010, conhecida como a revolução da distribuição digital. Essa revolução foi um processo dinâmico e multifacetado que impactou vários aspectos das indústrias do cinema e da televisão (Curtin et al., 2014). Dois motivos principais desencadearam essa revolução. Primeiro, a tecnologia desempenhou um papel essencial como motor da mudança, proporcionando novas ferramentas de produção e distribuição para alcançar os objetivos das pessoas. Segundo, as indústrias dos media e as questões políticas relacionadas à liberdade de expressão e ao interesse público também tiveram influência (Curtin et al., 2014). A cada nova forma de comunicação, as pessoas esperavam que ela unisse as pessoas, mas frequentemente esses meios eram adquiridos pelas instituições dominantes da indústria para fins lucrativos e políticos (Curtin et al., 2014). Os conteúdos distribuídos pela televisão ou cinema naquela época pareciam oferecer escolhas ao público, mas muitas vezes eram planejados para gerar o máximo de lucro com cada peça de informação ou entretenimento (Curtin et al., 2014).

As empresas de media já estavam a competir para desenvolver novas estratégias empresariais e tecnológicas para fornecer mais acesso aos conteúdos sem perder receitas. Isso refletia uma luta contra a pirataria, embora ainda não totalmente resolvida (Curtin et al., 2014). As inovações tecnológicas estimularam a concorrência entre as grandes empresas, e, com a ascensão das plataformas *online* de distribuição de conteúdo, as produtoras começaram a negociar a distribuição dos seus produtos. No entanto, a expansão dessas plataformas de distribuição digital e o armazenamento baseado em *cloud* não apenas alteraram o modo como os consumidores interagem com os conteúdos - o que hoje é chamado de *video-on-demand* (VoD) - mas também impactaram negativamente a indústria do entretenimento, à medida que essas plataformas evoluíram de meros recicladores de conteúdo para forças criativas originais na indústria, especialmente no entretenimento (Curtin et al., 2014). A Netflix é um exemplo paradigmático desse fenómeno. Fundada em 1997 por Reed Hastings e Marc Randolph, começou como um serviço *online* de aluguer de DVDs, à semelhança do Blockbuster, mas totalmente *online*. Em 2008, introduziu o

streaming, permitindo aos consumidores assistir a conteúdos nos seus dispositivos pessoais (Blair et al., 2019). A plataforma oferecia um vasto catálogo digital de conteúdos, permitindo aos utilizadores criar listas personalizadas e classificar a qualidade dos produtos (Curtin et al., 2014). O utilizador ficava no centro da experiência, com um grau de liberdade de escolha nunca antes experimentado. A partir de 2013, a Netflix lançou produtos originais, como as populares séries *House of Cards* e *Arrested Development*, marcando o início do seu sucesso (Blair et al., 2019). A plataforma foi pioneira nos princípios e práticas que definiram a revolução da distribuição digital na indústria (Curtin et al., 2014). As indústrias da televisão e do cinema enfrentaram um dilema e perceberam que a adaptação a essas novas formas de produção e distribuição de conteúdos era vital para a sua sobrevivência, pois a alternativa era serem suplantadas pelos concorrentes no espaço digital (Curtin et al., 2014).

As plataformas de *streaming* não foram a única novidade do mundo digital; as redes sociais também desempenharam um papel fundamental. O surgimento das redes sociais captou a sociedade de tal forma que rapidamente se tornaram um hábito diário para muitos. Junto com as redes sociais, surgiram ferramentas cruciais para o marketing (Curtin et al., 2014), tornando mais fácil chegar aos públicos-alvo de marcas e plataformas. As empresas podem não apenas promover os seus produtos nas redes sociais, mas também criar comunidades online centradas em conteúdos específicos. Isso permite que os consumidores se sintam parte de grupos com interesses semelhantes e também facilite a divulgação rápida de novos conteúdos pela mesma empresa ou marca. No entanto, as redes sociais não trazem apenas vantagens. A indústria do entretenimento tem lutado contra a pirataria há muitos anos, e as redes sociais exacerbam esse problema, facilitando a distribuição ilegal de conteúdos (Curtin et al., 2014). O YouTube também inovou ao permitir a criação e distribuição de conteúdo amador, mas infelizmente também é utilizado para divulgar conteúdo televisivo e cinematográfico sem autorização das produtoras (Curtin et al., 2014). Hoje em dia, o YouTube lida com essas situações através de ferramentas de direitos autorais que detetam potenciais violações e bloqueiam conteúdos em questão. No entanto, essas ferramentas não são infalíveis e podem ser contornadas.

Como é evidente, a convergência redefine a relação entre tecnologia, indústrias, mercado e audiência, requerendo uma alteração nos processos de produção e distribuição de produtos

audiovisuais. Algumas empresas na indústria começaram a adotar uma abordagem convergente na criação de conteúdo. A *Warner Bros*, por exemplo, expandiu-se de filmes para incluir séries, música, videogames e muito mais (Jenkins, 2006). A convergência é um processo gradual, mas atualmente é mais perceptível do que nunca. E essa convergência midiática influencia diretamente a forma como os consumidores interagem, sobretudo com o entretenimento (Jenkins, 2006). Nos dias de hoje, a Netflix não é mais a única plataforma de *streaming*; enfrenta concorrência constante de serviços como HBO Max, Disney Plus, Hulu e Amazon Prime. Apesar de os consumidores apreciarem as opções e a variedade de conteúdos audiovisuais disponíveis, podem sentir-se sobrecarregados por tantas escolhas, a ponto de evitarem a decisão (Curtin et al., 2014).

A convergência permite a fusão de conteúdos através de vários meios, o que é benéfico para a audiência, pois facilita a obtenção de informações. Por exemplo, o hipertexto oferece uma forma acessível de fornecer informações adicionais aos consumidores (Ryan, 2004), especialmente quando estão a consumir conteúdo *online*. Quando os consumidores estão a seguir um conteúdo de entretenimento, o hipertexto proporciona mais informações e a ordem pela qual é consumida pode resultar na criação de histórias alternativas à narrativa original (Ryan, 2004). Marie-Laure Ryan (2004) menciona como Michael Joyce argumentava que o hipertexto era uma matriz que possibilitava várias versões de uma mesma história, gerando múltiplas narrativas. No entanto, essa teoria trazia problemas em relação à estrutura linear da narrativa original, pois a sequência na qual os utilizadores encontravam a informação poderia variar, afetando até mesmo o género da história. George Landow (1992), por sua vez, discordava, argumentando que a falta de linearidade no ambiente do hipertexto não destruía a narrativa, uma vez que os leitores não tinham dificuldades em compreender estruturas, sequências e significados. O hipertexto é comparado a um puzzle, onde os consumidores tentam unir as peças disponíveis para formar a narrativa. Espen Aarseth (1997) referia-se a isso como o "*game of narration*" (94), visto que os leitores se assemelhavam a detetives que conectam os elementos da narrativa. Apesar disso, muitos autores optaram por criar histórias interativas com diagramas em árvore¹ para manter maior controlo sobre a sequência lógica, embora isso exija a criação de alternativas que podem nunca ser exploradas pelos utilizadores (Ryan,

¹ Estrutura narrativa onde um momento crucial proporciona dois possíveis caminhos e o consumidor tem a possibilidade a escolha por aquele que pretende seguir.

2004). No contexto *online*, o hipertexto é inovador, permitindo a transição fluida entre páginas ou meios de comunicação, como nunca antes. No entanto, cada meio de comunicação, ao aproveitar essas ligações com outros elementos, arrisca-se a perder a atenção da audiência para novos meios e não conseguem recuperá-la (Jenkins, 2006). Afinal, a convergência é tanto a forma como os consumidores utilizam os meios quanto a agregação das fontes de material (Jenkins, 2006).

1.3. Relação com a audiência

Quando se estuda o entretenimento, também se estuda a sua audiência e o desenvolvimento da relação. O entretenimento é criado para ser visto e consumido, de modo a satisfazer as necessidades e prazeres da população. Com a internet, a audiência consegue envolver-se com os conteúdos de entretenimento de uma maneira mais profunda ou mesmo criá-los com as ferramentas que estão atualmente disponíveis ao público.

No início do ambiente digital, existiam mundos virtuais baseados em texto, como os *multi-user dungeon* (MUDs) ou os *multi-user dungeon object oriented* (MOOs), onde os utilizadores conseguiam criar avatares, participar em aventuras e comunicar com outros (Ryan, 2004). Estas plataformas permitiam aos utilizadores criar diálogos reais, mas também criar narrativas dramáticas improvisadas, que apesar de serem por escrito, eram escritas com vocabulário como se fossem faladas (Ryan, 2004). Embora os MUDs tivessem sido conceptualizados com uma narrativa em mente, os utilizadores têm uma linha que os guia, ao contrário dos MOOs que não têm narrativa nenhuma. Desta forma, os MOOs apresentam apenas um cenário sem um guião, concedendo total liberdade aos consumidores para serem autores e também espectadores dos conteúdos de outros (Ryan, 2004). E estas plataformas apresentam vários tipos de interatividade, para diferentes tipos de utilizadores, de acordo com o que foi mencionado no subcapítulo anterior. Há a interatividade ontológica-externa, que representa os utilizadores que criam personagens e/ou criam um novo espaço ao publicarem uma descrição detalhada do mesmo. Há a interatividade ontológica-interna, que pode ser vista através dos utilizadores que interagem com outros executando ações ou publicando diálogos. E há a interatividade exploratória-interna, que é realizada pelos utilizadores que apenas observam o que os outros fazem, mas não contribuem (Ryan, 2004).

Da mesma forma, pode-se analisar a relação que os consumidores têm com os jogos de computador. Das suas características, o elemento mais atrativo para os utilizadores é a interatividade e a resolução de problemas (Ryan, 2004). Muitas vezes, os jogadores estão tão focados nas atividades que têm ou podem realizar dentro do jogo, que nem prestam atenção à narrativa que se desenrola (Ryan, 2004). Por isso, foram criados jogos cujo objetivo é resolver problemas, onde a narrativa é, de certa forma, pobre e serve apenas para camuflar a falta de originalidade deste tipo de jogos. Os jogos com histórias mais complexas funcionam melhor como *role-playing games* (RPG), mas o tempo de jogo é cortado pela inclusão de cut-scenes – uma sequência animada ou de ação ao vivo não jogável, normalmente utilizada para narrar um acontecimento passado ou avançar a narrativa (Ryan, 2004). Entre os jogos cujo objetivo é a resolução de problemas, existem três géneros que valem a pena destacar. Primeiramente, há o estilo *first person shooter* - jogos de tiros em primeira pessoa, por exemplo, "*Call of Duty*". Estes jogos relatam a história do herói, com um padrão muito repetitivo para que os utilizadores possam tornar-se peritos e receber satisfação com o seu sucesso, e um número muito limitado de ações (Ryan, 2004). Este estilo de videojogo tem centenas de versões, com histórias similares, e hoje em dia, com tanta competição para captar a atenção dos jogadores, já é preciso destacá-los do vasto mar de opções com narrativas mais originais. Para isso, o estúdio Squanch Games criou, com Justin Roiland, um novo jogo de *first person shooter* com uma narrativa inovadora (Zwiezen, 2022). Procurando fugir das linhas típicas deste tipo de videojogo, o jogo "*High on Life*" apresenta uma história cómica, onde aliens invadem a Terra e o herói é forçado a viajar pelo espaço – com a originalidade de as armas usadas também serem personagens que falam com o jogador - com uma história interativa e super imersiva, pois não só ele reage às ações dentro do jogo, como também reage a ações que normalmente não são consideradas. Por exemplo, se o jogador fizer pausa durante um tiroteio, quando ele volta ao jogo, a sua arma falante zanga-se por ter parado o jogo numa altura inoportuna que os podia ter morto (Zwiezen, 2022). Em segundo lugar, existem os *simulation games*, onde os jogadores têm o papel de Deus e controlam as decisões das personagens de acordo com as possibilidades apresentadas. Neste tipo de jogos, o prazer dos utilizadores advém das competências de cada jogador para gerir um restaurante ou cidade, e também da observação das ações aleatórias que o jogo produz, sendo o jogo mais conhecido "*The Sims*" (Ryan, 2004). Em terceiro lugar, há os *mystery*

games, cuja única ação é resolver enigmas e puzzles. Dentro desta categoria de jogos, os *mystery games* são mais comuns e normalmente mais fáceis de solucionar (Ryan, 2004). Este também é popular no formato de jogo de tabuleiro, como o “Cluedo”.

No âmbito da interatividade, há um estilo de entretenimento que é muito visto nas narrativas de ficção científica, mas que no mundo real ainda é apenas um protótipo em desenvolvimento. Trata-se do entretenimento em realidade virtual (*virtual reality* - VR), ou seja, conteúdos dramáticos que só podem ser consumidos com o equipamento adequado para aceder aos ambientes simulados, criados digitalmente. Esta tecnologia coloca o utilizador numa experiência tridimensional, onde é possível interagir com o mundo apresentado, em vez de estar apenas diante de um ecrã (Bardi, 2022). O seu objetivo é conseguir transportar o utilizador para um novo mundo ou uma época da história de forma a que este consiga ser como o herói nas histórias e partir em aventuras que não seriam possíveis de outra forma (Ryan, 2004). Janet Murray (1997) usa o exemplo do *Holodeck*, uma sala na nave espacial de realidade virtual do universo de “*Star Trek*”, onde as personagens podiam ir para relaxar e se separarem da realidade que estavam a viver. Contudo, algumas personagens começaram a deixar a vida que faziam neste mundo imaginário afetar as suas vidas reais. A gratificação que os utilizadores retiram deste entretenimento vem do envolvimento que este proporciona, mas para que os utilizadores queiram se envolver, principalmente para vivenciarem na primeira pessoa, é essencial que haja oportunidades para explorar e interagir com o mundo ou o ambiente (Ryan, 2004). Se é apenas para observar uma narrativa emocional, os utilizadores não têm tanta vontade de a viver por ser semelhante à realidade que estão a tentar escapar (Ryan, 2004). Apesar dos muitos avanços tecnológicos dos últimos anos, a criação de realidade virtual é extremamente complexa, principalmente por ser difícil criar uma experiência agradável e inovadora. Atualmente, as instalações que já existem de realidade virtual só conseguem acomodar grupos pequenos de pessoas por haver uma limitação de capacidade e material. Além disso, ainda não se sabe bem como criar histórias para a realidade virtual, como se vê nos conteúdos de ficção científica, por não se saber tanto sobre a tecnologia que a constitui ou ser demasiado cara (Ryan, 2004).

O entretenimento permite o envolvimento ativo da audiência nos seus conteúdos e uma das formas como esta retribui é através das práticas associadas ao conceito de fã. Segundo

Henry Jenkins (1992), ser um fã é tradicionalmente visto como alguém com um interesse particular e está envolvido numa prática de apreciação com um grupo, ao que se chama de *fandom*. Todos têm uma ideia do que é um fã e das respetivas ações que estão associadas a ele, de acordo com o objeto ao qual dedica o louvor (Duffett, 2013). Existem práticas que são mais comuns entre os vários *fandoms*, como a compra de *merchandising* ou a partilha de conteúdos nas redes sociais, e há outras práticas que são exclusivas da apreciação de certos conteúdos, como o *cosplay* ou a criação de *playlists* dedicadas a personagens (Duffett, 2013). No início do século vinte e um, o fã começou a integrar-se na indústria de entretenimento, com vários sentidos de acordo com a área, e também a presença da internet permitiu aumentar o número de práticas feitas por este (Stanfill, 2019). Os fãs deixaram de ser ignorados pelas indústrias e começaram a ser reconhecidos e encorajados a estarem mais envolvidos, passando a ser cada vez mais centrais nos sistemas de comunicação e de publicidade para trazer lucro. Contudo, apesar da indústria mostrar interesse em incluir estas comunidades, as empresas conceptualizaram como os fãs deveriam ser e como se deviam comportar, o que na maioria das vezes não incluía todos aqueles que realmente eram os fãs ou as práticas que realizavam. As estratégias mediáticas divulgadas serviam para excluir os indesejados em vez de incluir aqueles que apoiam os conteúdos (Stanfill, 2019). Além disso, a inclusão destes fãs servia principalmente para os tornar mais úteis e fáceis de controlar, para se tornarem uma fonte mais lucrativa para as indústrias. Os fãs recebiam benefícios neste envolvimento mais consciente, mas estavam sob condições que desconheciam (Stanfill, 2019).

Com o aparecimento da Web 2.0, os fãs foram dos primeiros a adotar as novas plataformas para conseguirem divulgar a sua paixão pelo objeto de *fandom* e as suas criações. No entanto, rapidamente se levantou o problema do *free labor* (trabalho gratuito) que os fãs produziam para as indústrias (Boyd, 2016). Como já foi previamente mencionado, as práticas dos fãs podem ser conceptualizadas de múltiplas formas e uma grande maioria pode envolver a divulgação ou partilha dessas práticas. A criação de colagens fotográficas, montagens de vídeos ou *fanart* são alguns exemplos e muitas vezes os fãs partilham nas suas comunidades as suas criações para que todos possam apreciar. A escrita de *fanfiction* também é comum e é feita por amor ao *fandom*, sem haver necessidade de uma compensação pelo trabalho produzido (Boyd, 2016). Porém, as indústrias não veem estas atividades da mesma maneira que os fãs, tendo sempre como prioridade o aspeto

económico e o lucro que pode ser gerado. A constante partilha de conteúdos de uma série, por exemplo, na comunidade de fãs ou entre amigos traz um benefício monetário à produtora por haver publicidade gratuita a esse conteúdo (Stanfill, 2019). Por essa razão, muitas indústrias com comunidades de fãs incentivam-nos a criar conteúdos amadores e a partilhá-los. Os fãs fazem-no pelo prazer de se sentirem incluídos e, de certa forma, vistos pelos criadores dos produtos. Não pensam que podem estar a ser usados ao divulgar os produtos de graça, poupando dinheiro aos seus criadores em publicidade (Stanfill, 2019). Além disso, com a fácil publicação de conteúdos criados por fãs *online* e estes serem disponibilizados a todos, também existem casos onde as empresas utilizam conteúdos *fan made* nos produtos da marca sem dar crédito ao criador pelo seu trabalho. A internet abriu um mundo de fácil criação e partilha, mas onde existe uma enorme dificuldade em proteger direitos de autor, o que prejudica muitos trabalhadores que estão a tentar criar uma carreira. Permite a uma grande empresa roubar os conteúdos de um fã por ser possível aceder a estes *online*, mas isso não deveria invalidar os seus direitos enquanto criador e ser recompensado pela utilização desses (Stanfill, 2019). A verdade é que se a indústria pedisse autorização ao fã para utilizar uma das suas criações, esse teria todo o prazer em fazê-lo. Para o fã, é uma oportunidade única ser valorizado pelos criadores do objeto de *fandom*. Contudo, as empresas acham que, por terem dinheiro e serem conhecidas no seu meio, podem agir sem sofrer consequências (Stanfill, 2019). A maioria dos fãs não tem os recursos para lutar contra uma empresa de renome, por isso a empresa sai impune com as suas más condutas.

No entanto, a internet também permitiu uma expansão das escolhas que os fãs fazem e do poder que estes detêm, para além de ser possível falar de volta para as indústrias, têm também mais controlo sobre as suas experiências. Esta inversão de poder coloca os fãs numa situação onde as suas ações podem ter consequências positivas e negativas para as indústrias (Stanfill, 2019). Maureen Ryan (2016) menciona o exemplo da série *The 100*, onde uma personagem foi morta pois a atriz que a representava ia para outro projeto, mas a forma como essa morte foi recebida pelos fãs levou a série a ser muito criticada por duas razões. Primeiro, esta era uma das duas personagens homossexuais da série, por isso a sua morte pareceu ser um ataque à minoria, além de que as pessoas envolvidas na produção e divulgação da série tinham prometido várias vezes que aquela personagem não iria ser morta (Ryan, 2016). A fúria dos fãs foi tal que os episódios seguintes receberam as piores

classificações que a série alguma vez tinha recebido e o realizador, entre outros, teve de publicar um pedido de desculpas aos fãs para tentar acalmar a situação (Ryan, 2016). Num contexto mais atual, há o conflito do ator Henry Cavill com a *DC Films*. O célebre ator é conhecido pelo papel de Super-Homem desde o filme de 2013, *Man of Steel*, e pelo seu papel na série *The Witcher* como Geralt de Rivia, desde 2019, sendo adorado por ambas as comunidades. Contudo, tudo desmoronou no espaço de três meses (Veitch, 2022). Após lhe ter sido apresentada a ideia de fazer mais um filme do Super-Homem, Cavill foi obrigado a desistir do seu papel de Geralt de Rivia para se dedicar ao novo projeto. Isso foi anunciado em outubro na cena pós-créditos do mais recente filme do universo DC, *Black Adam*. Por um lado, os fãs da série ficaram desiludidos pela sua saída, pois acreditavam que Cavill era a representação perfeita da personagem, mas, por outro lado, os fãs do universo DC ficaram entusiasmados por trazer de volta o Super-Homem (Veitch, 2022). Porém, no início de dezembro, o ator divulgou nas redes sociais que, afinal, não iria voltar a ser o Super-Homem. Os novos responsáveis pela *DC Films*, James Gunn e Peter Safran, decidiram optar por um novo caminho para a personagem do Super-Homem, que não incluía o ator, pouco tempo depois da divulgação de que ele iria voltar a interpretar o super-herói (Veitch, 2022). As várias comunidades de fãs envolvidas, incluindo a comunidade de fãs do ator, demonstraram o seu descontentamento em várias redes sociais pela falta de respeito demonstrada pelo ator, fazendo-o perder o trabalho que tinha e adorava, por terem enganado os fãs, dando esperança de algo que não iria acontecer, e muitos afirmaram que não iriam apoiar os futuros projetos de Gunn e Safran pela desilusão que tiveram no curto período em que estes estiveram no comando (Veitch, 2022).

No entanto, os fãs também conseguem ter um impacto positivo nas indústrias. A série *Lucifer*, que era produzida pela FOX, foi cancelada após o lançamento da terceira temporada por ser custosa para a produtora e não ter uma grande audiência televisiva (Miller, 2018). Isto entristeceu os fãs e os próprios atores da série. Não querendo que a série acabasse, foi criada uma petição para salvar a série com a hashtag *#SaveLucifer*. Esta petição foi partilhada pelos atores nas suas redes sociais para que chegasse a todos os fãs, que também a partilharam pelas suas comunidades. Todas as atividades realizadas para salvar a série chamaram a atenção da Netflix, que comprou a série (Miller, 2018) e produziu mais três temporadas. Isto não teria sido possível se os fãs não se tivessem mobilizado e utilizado as plataformas que têm ao seu dispor para salvar aquilo que lhes dá

mais prazer. Como se pôde constatar, é crucial para o sucesso de algo que os fãs e os seus desejos sejam geridos e reconhecidos, pois são eles que têm maior impacto na perceção e futuro dos conteúdos. Para tal, as indústrias aproveitam todos os instrumentos que a internet oferece para adquirir o máximo de informação sobre os consumidores e manter uma conversa com eles para obter constante feedback (Stanfill, 2019).

2. Transmedia

2.1 Contextualização do termo 'transmedia'

Como mencionado anteriormente, o mundo do entretenimento tem evoluído em diversas direções ao longo dos anos. Novas abordagens e formas de produção de entretenimento têm surgido, expandindo as narrativas já adoradas e criando novos formatos para envolver o público.

Um desses formatos inovadores é o das narrativas transmediáticas. O termo "transmedia" foi inicialmente utilizado por Marsha Kinder em 1991 para descrever a expansão de conteúdos mediáticos através de múltiplas plataformas (Freeman, 2019). Contudo, o termo ficou mais associado a Henry Jenkins (2006), que estudou a natureza desse tipo de entretenimento, definindo suas características e limites, especialmente com seu conceito de "*transmedia storytelling*". Jenkins é amplamente reconhecido por seu trabalho não apenas no meio acadêmico, mas também fora dele (Scolari, 2014). Desde então, vários outros teóricos têm se dedicado ao estudo desse termo e de como ele impacta o mundo do entretenimento. Quanto à definição, assim como o próprio conceito de entretenimento, não há uma definição direta e objetiva. Quando Jenkins (2006) começou a explorar esse conceito, ele o definiu como um processo em que elementos ficcionais são distribuídos por múltiplos canais para criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. No entanto, as definições podem variar de acordo com as abordagens de cada teórico. Por exemplo, Andrea Phillips (2012) define transmedia como o ato de contar uma história através de vários canais de comunicação ao mesmo tempo, com foco particular em canais da web e redes sociais digitais. Essa definição, embora similar à de Jenkins, tem suas nuances, uma vez que sugere que todas as partes da história devem ser lançadas simultaneamente e que esse processo ocorre predominantemente *online*. Já Robert Pratten (2015) argumenta que é mais adequado centrar a definição de transmedia na audiência, descrevendo-o como a condução da audiência por uma jornada emocional que percorre vários conteúdos. Por sua vez, Marie-Laure Ryan (2013) vê o transmedia como uma maneira de fazer a audiência consumir o máximo possível de conteúdos e produtos, adotando uma perspectiva econômica desse tipo de entretenimento.

Por isso, muitas vezes, para entender o que é transmedia, podemos recorrer aos sete princípios² que Jenkins (2009) destaca para caracterizar esse tipo de entretenimento. O autor começa comparando "*spreadability*" versus "*drillability*". Em outras palavras, ele explora a motivação e facilidade com que os fãs compartilham conteúdo nas redes sociais digitais, enquanto também avalia o quão profundamente os fãs exploram o universo para descobrir mais sobre ele. Jenkins também explora a oposição entre "*continuity*" versus "*multiplicity*", que refere-se à consistência do mundo narrativo através das várias plataformas onde ele é explorado e a existência de universos paralelos nos quais a mesma história é contada em ambientes diferentes. Ele ainda compara "*immersion*" versus "*extractability*", abordando como os fãs podem ser envolvidos no mundo ficcional (como em parques temáticos) ou como elementos do mundo ficcional podem ser trazidos para o mundo real (como a venda de produtos relacionados). Jenkins também destaca o "*worldbuilding*", que se refere à capacidade de apresentar o mundo fictício sem desenvolver a narrativa completa em cada meio. Além disso, ele explora a "*seriality*", que diz respeito a como a narrativa é dividida e distribuída; a "*subjectivity*", que aborda os diferentes pontos de vista das personagens; e, por fim, a "*performance*", na qual os fãs contribuem para o mundo por meio de seu próprio trabalho, como *fanarts*, por exemplo (Jenkins, 2009).

No entanto, às vezes o conceito de transmedia pode parecer complexo. Para simplificar, segundo Henry Jenkins (2006), um projeto transmediático envolve a criação de um universo ficcional povoado por personagens, cujas histórias são contadas através de várias plataformas, buscando envolver a audiência tanto dentro quanto fora da narrativa. É uma abordagem mais complexa para a criação de conteúdo de entretenimento, mas é considerada por muitos criadores como a forma de entretenimento da era digital (Phillips, 2012). Como mencionado no capítulo anterior, as instituições midiáticas buscavam aproveitar a convergência de conteúdo para atrair audiências e permanecer relevantes (Scolari, 2014), e o *transmedia storytelling* é uma forma de convergência, reunindo diversos formatos midiáticos em uma propriedade de entretenimento interativa (Miller, 2020).

² Estes termos serão escritos em inglês pois para alguns não há uma tradução direta ou correta em português, e assim ficam todos no mesmo formato.

Existem outros conceitos semelhantes que fazem parte do mesmo domínio conceitual e da mesma discussão acadêmica, ou têm nomes semelhantes, mas suas definições permitem diferenciá-los (Scolari, 2014). Primeiramente, o conceito de "multimédia" pode parecer semelhante, mas tem uma conotação específica, referindo-se a um produto que contém pelo menos um texto, um vídeo, um áudio e imagens, entregues conjuntamente por meio de um computador (Phillips, 2012). Em segundo lugar, há o conceito de "*cross-media*", que muitas pessoas interpretam de maneira semelhante ao transmedia, mas refere-se a conteúdos que são repetidamente distribuídos em várias plataformas diferentes (Phillips, 2012). Em terceiro lugar, há a "*interactive fiction*", que está relacionada a um tipo específico de jogo de computador de aventura textual (Phillips, 2012). Embora esses três formatos se assemelhem, o transmedia se destaca por ser uma forma inovadora de combinar vários meios para criar um universo com múltiplas histórias, buscando envolver a audiência (Miller, 2020).

Outra razão para o termo transmedia não ter uma definição exata deve-se ao facto de que a transmedialidade está presente em várias áreas diferentes. Este pode abordar os campos dos novos media, do cinema, da televisão, da cultura, dos estudos da comunicação, da música, do desporto, e até no campo das celebridades (Freeman, 2019). Desde que seja seguido o princípio do conceito, que é a criação de um *storyworld* através de múltiplos documentos pertencentes a várias áreas de forma a expandir o universo e envolver a audiência (Ryan, 2013), este pode ser adaptado a inúmeros projetos para criar experiências e atrair novas audiências.

Além disso, a interpretação do conceito de transmedia pode variar de acordo com a região geográfica. Nos Estados Unidos, por exemplo, há duas perspectivas distintas em relação ao transmedia, dependendo da costa em que alguém se encontra (Phillips, 2012). Na costa oeste, o transmedia está associado a *Hollywood* e envolve a combinação de grandes pedaços de media, que individualmente são conteúdos completos, para criar uma narrativa maior (Phillips, 2012). Já na costa leste, o transmedia é visto como algo mais interativo e baseado em redes sociais, mas também mais restrito, exigindo que todos os elementos sejam explorados para completar a história pretendida (Phillips, 2012). Ambas as perspectivas estão corretas, demonstrando como o conceito não é fixo. Henry Jenkins

afirmou em 2016 que o transmedia continuará a evoluir conforme as oportunidades das plataformas de comunicação e as soluções para os desafios que surgem (Freeman, 2019).

Para evitar confusões daqui para frente, a definição de transmedia que será adotada nesta pesquisa é aquela publicada por Henry Jenkins em seu blog "*Confessions of an Aca-Fan*", em 2007:

“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.” (Jenkins, 2007)

O *transmedia storytelling* tem como objetivo criar um projeto de entretenimento interativo que envolva não apenas o público em termos de atenção, mas também permita um envolvimento mais profundo na narrativa apresentada (Pratten, 2015). Isso confere ao público um poder de escolha e controle que o entretenimento tradicional não oferece (Miller, 2020). Portanto, a criação de um projeto transmediático requer uma abordagem diferente em comparação com a criação de entretenimento para um único meio, incluindo adaptações na maneira como o conteúdo é apresentado, a fim de permitir que os espectadores explorem a narrativa em seu próprio ritmo (Miller, 2020). As técnicas tradicionais de escrita criativa nem sempre se aplicam da mesma forma nesse contexto. Um exemplo é o princípio *Chekhov's Gun*³, que enfatiza a importância de objetos ou elementos introduzidos no início de uma história para o seu desenvolvimento posterior. No entanto, em um projeto transmediático, a narrativa não é apresentada de uma só vez, e elementos introduzidos em um meio podem ser explorados ou utilizados em outro (Phillips, 2012). Como a história pode ser apresentada em diferentes meios e tempos, as lacunas na narrativa podem ser preenchidas ou justificadas por meio de conteúdos lançados posteriormente em outros media (Phillips, 2012). Além disso, o transmedia abre portas para novas técnicas e abordagens na criação de conteúdo. Carolyn Handler Miller (2020) identifica dez ferramentas essenciais para o desenvolvimento de projetos interativos, que também podem ser aplicadas a projetos transmediáticos. Essas ferramentas incluem a interface e a navegação, garantindo que os usuários tenham uma presença ativa nos conteúdos; compreensão das ferramentas de produção por toda a equipe; atribuição de

³ Princípio narrativo, criado por Anton Chekhov, que afirma que todos os elementos mencionados durante uma história devem ser necessários e utilizados a um certo ponto da narrativa. Senão devem ser removidos pela sua inutilidade.

papéis e pontos de vista aos usuários dentro da narrativa; uso de personagens não jogáveis com inteligência artificial; planejamento de como as peças narrativas serão apresentadas e conectadas; dedicação de tempo para a criação de jogos satisfatórios e intuitivos; estabelecimento de recompensas e penalidades para os usuários; definição da estrutura narrativa para manter a coerência; consideração do tempo e espaço dos conteúdos em relação à narrativa; e uso de dispositivos para simular ou ativar eventos que desencadeiam a narrativa (Miller, 2020).

Essas ferramentas oferecem novas possibilidades criativas para a produção de projetos mais imersivos e atrativos. Elas também facilitam o desenvolvimento do projeto transmediático, permitindo uma abordagem mais eficaz na construção dessa experiência interativa.

2.2 Como se constrói um projeto de *transmedia storytelling*?

O *transmedia storytelling* é um projeto que se baseia num universo ficcional onde as suas histórias são divulgadas em segmentos através de múltiplas plataformas, convidando a audiência a contribuir. Por vezes, os projetos transmedia são concebidos desde o início com esse propósito, mas também é possível desenvolver uma componente transmediática num projeto já existente, para ampliar a narrativa, atendendo ao desejo da audiência por mais conteúdos, como ocorreu, por exemplo, com o caso de Harry Potter (Ryan, 2013). A ideia de estender narrativas já existentes já podia ser observada nos séculos XIX e XX, em Espanha, na criação de "*auques*" que procuravam expandir a história de Dom Quixote para além da narrativa contada no livro de Miguel de Cervantes. Estes eram criados por pequenas editoras, artistas desconhecidos ou artesãos não muito talentosos (Scolari, 2014) com o objetivo de manter a personagem viva.

Lubomir Dolezel, em 1998, mencionou que um mundo ficcional poderia ser conectado a outro através de três tipos de relações (Ryan, 2013). Um desses tipos é a expansão, que implica alargar o mundo ficcional ao adicionar mais elementos existentes. Outra abordagem envolve modificações, ou seja, construir diferentes versões do mundo, redesenhando a estrutura e a história. Por fim, existe a transposição, na qual se preserva o

design e a história principal, mas o contexto temporal e espacial é diferente do original (Ryan, 2013). Todas essas abordagens podem ocorrer ou ser usadas num projeto transmedia, sendo que a expansão é a mais comum, pois permite preservar mais o mundo original e é mais fácil de implementar (Ryan, 2013). No âmbito da expansão, existem diferentes tipos, de acordo com Carlos A. Scolari (2009). Incluem-se as "*interstitial stories*", que são conteúdos que fornecem fragmentos de histórias para preencher lacunas na narrativa principal. Estas são pequenas histórias paralelas que podem já ter sido mencionadas na narrativa principal, mas não foram resolvidas na perspectiva do consumidor. Geralmente, *prequels* são criados para relatar eventos passados e justificar certos comportamentos das personagens no presente. Além disso, existem as "*parallel stories*", que apresentam eventos que ocorrem simultaneamente à história principal, mas focam-se em outras personagens. Por fim, temos as "*peripheral stories*", que servem para relatar folclore e lendas que moldam o mundo onde a narrativa se desenrola (Scolari, 2009). Essa última abordagem é crucial, uma vez que um mundo ficcional deve ter características distintas para ser reconhecível em vários elementos distribuídos pelos media (Ryan, 2013).

Segundo Robert Pratten (2015), o *transmedia storytelling* é uma filosofia de design que procura criar sinergias entre conteúdos, com um foco na participação da audiência. Essa participação é realizada por meio de várias plataformas, uma vez que nenhuma plataforma por si só é suficiente ou completa para atender às necessidades tanto dos criadores como da audiência (Jenkins, 2006; Pratten, 2015). Cada peça adicionada à narrativa deve enriquecer não apenas o que já foi publicado, mas também trazer uma nova dimensão que possa afetar os outros elementos (Dalby, 2017). Todas as peças devem agregar valor à totalidade do projeto, avançando a história ou fornecendo mais detalhes sobre o mundo (Phillips, 2012). O transmedia vai além do marketing ou de uma franquia; é um reino de histórias situado entre a realidade e a ficção, onde cada elemento contribui para enriquecer a narrativa e envolver a audiência (Phillips, 2012).

A internet desempenha um papel crucial na disseminação dos conteúdos transmediáticos, permitindo alcançar facilmente uma audiência diversificada em todo o mundo, proporcionando as ferramentas e o espaço necessários para a participação. No entanto, as experiências offline contribuem para a imersão nos mundos ficcionais, para o sentimento

de pertencimento e para fortalecer a ligação emocional entre o universo e a audiência (Freeman, 2019). Portanto, é essencial combinar o mundo ficcional com o mundo real ao criar um projeto transmediático sólido.

No processo de criação e escrita de qualquer projeto de entretenimento, a equipe beneficia de um plano com vários passos a seguir, para manter a narrativa coerente e completa. O mesmo acontece num projeto transmediático. Em resumo, esse tipo de projeto passa por quatro fases: a definição do objetivo, o desenvolvimento de ideias e esboços, o desenho das experiências e, por fim, a entrega do projeto ao público (Pratten, 2015). No entanto, detalhando este plano, surge uma lista mais extensa, devido à natureza interativa e à necessidade de planejar todas as experiências antecipadamente. Miller (2020) também elaborou uma lista de dez passos baseada em questões fundamentais que devem ser consideradas no início do processo, para o desenvolvimento de um projeto interativo. Em primeiro lugar, a autora questiona a premissa do projeto, a ideia central, as suas qualidades e também o seu propósito final. Pode ser para entretenimento apenas, para educação, informação, venda, entre outros. Em segundo lugar, é importante compreender o público-alvo do projeto e pesquisar o tipo de entretenimento com o qual eles interagem e o porquê. Em terceiro, deve-se definir os meios e as plataformas a serem usados, considerando os pontos fortes e as limitações de cada um, para maximizar o alcance das experiências e a variedade de produtos a serem desenvolvidos (Miller, 2020). Em quarto lugar, é possível definir os elementos narrativos, como eventos e desafios, o tom geral da narrativa e, se houver elementos de jogo, como eles funcionarão. O quinto ponto aborda o papel e o ponto de vista do utilizador, se este será uma personagem ou se verá a narrativa de uma perspectiva externa, e como o utilizador pode influenciar o desenrolar da história. Em sexto, é fundamental definir o conjunto de personagens, cada uma com uma descrição detalhada para garantir a coerência, e se existem personagens não jogáveis e, em caso afirmativo, qual será a relação deles com o jogador. Em sétimo lugar, destaca-se a estrutura do projeto, os elementos que a compõem e a interface que o utilizador usará para interagir com a história. Em oitavo lugar, é crucial definir o mundo ficcional, incluindo geografia, tempo, regras e leis que o definem, bem como os diferentes cenários usados nas histórias. Em nono lugar, é necessário considerar a participação da audiência, determinando os momentos em que podem se envolver, seus objetivos e possíveis recompensas ou

penalizações. Por fim, é importante abordar o aspeto visual e sonoro do mundo ficcional (Miller, 2020).

Esta lista pode parecer desafiadora e exige um esforço significativo por parte da equipa para considerar tantos aspetos diferentes antes de começar a desenvolver as histórias. Também é fácil deixar-se levar pelo entusiasmo e tentar adicionar mais elementos ao projeto sem ter primeiro criado os elementos do plano original, o que pode resultar em perda de tempo e recursos (Miller, 2020). Por outro lado, os projetos podem ser tão extensos que é difícil para a audiência ter uma visão completa do que é planeado (Jenkins, 2006). Não dedicar tempo suficiente à pesquisa do público-alvo também pode ser um erro fatal, uma vez que os produtos podem não alcançar as pessoas certas que poderiam apreciar o conteúdo (Miller, 2020). O mesmo vale para as experiências destinadas à audiência: se forem muito fáceis, podem perder o interesse; se forem muito difíceis, as pessoas podem ficar frustradas e abandonar o projeto (Miller, 2020). Considerar esses erros durante o desenvolvimento pode ajudar a avaliar o que já foi criado e fazer as correções necessárias antecipadamente para reduzir a probabilidade de falhas.

Após o planeamento do projeto, quando se começa a desenvolver os produtos, alguns documentos importantes devem ou podem ser criados para facilitar o progresso do projeto e também para ajudar na sua promoção (Pratten, 2015). O conjunto de documentos varia de acordo com as preferências de cada teórico e também com as suas experiências profissionais na área, mas alguns documentos são comuns. Um documento inicial é o "*concept document*" (Miller, 2020) ou "*proposal*" (Pratten, 2015), que contém uma descrição breve do projeto, incluindo a premissa, os meios utilizados, o público-alvo, o grau de interatividade, algumas personagens e, por vezes, orçamento e equipa. Esse tipo de documento também pode incluir a "*one sheet*" (Pratten, 2015), uma folha que destaca os pontos mais relevantes para vender a ideia do projeto. Frequentemente, essa folha é enviada às produtoras para angariar financiamento. Outro documento é a "*story bible*" (Miller, 2020; Phillips, 2012; Pratten, 2015), um documento crucial para desenvolver um mundo coerente e facilitar colaborações com equipas externas. A "*story bible*" é criada para a equipa e contém uma descrição detalhada do mundo ficcional, das personagens principais e secundárias, um índice de todos os conteúdos a serem criados e onde serão publicados, uma cronologia com os eventos marcantes, o folclore que dá vida ao mundo e

os segredos e revelações que serão introduzidos ao longo do tempo (Phillips, 2012). Essa "bíblia" é essencial para garantir que todos os membros da equipa partilham o mesmo conhecimento sobre os elementos do projeto e compreendem como a narrativa vai evoluir, evitando incoerências nos conteúdos. Pratten (2015) adiciona outra "bíblia" - a "*participation bible*" -, que descreve a participação da audiência e como ela influencia os conteúdos. Além disso, pode-se destacar o "design document", um documento técnico que acompanha o projeto e cada produto publicado e que só é finalizado quando o projeto chega ao fim (Miller, 2020). Os documentos anteriormente mencionados são os mais comuns e amplamente citados, mas também existem outros que se concentram em diferentes aspetos do projeto. A "*platform chart*" é usada para explicar os momentos de lançamento de cada plataforma na experiência (Pratten, 2015). Relativamente à audiência, o "*scene chart*" descreve como as ações da audiência influenciam a evolução da narrativa e quais elementos permitem obter mais informações. O "*audience/user journey diagram*" demonstra como a audiência pode navegar entre plataformas ou meios (Pratten, 2015). Existe também o "*dialogue script*" com o guião para as personagens não jogáveis e as ações associadas, incluindo os objetos que podem ser entregues ao utilizador durante o diálogo (Miller, 2020). Quando se necessita de um documento mais conciso para descrever a narrativa, mas mais detalhado do que a "bíblia", pode-se criar um "*flowchart*" que ilustra a linha narrativa e os pontos de ação (Miller, 2020). No aspeto visual, o "*concept art*" permite o início da criação visual do mundo e das personagens, e o "*storyboard*" é uma forma de representar a linha narrativa através de imagens (Miller, 2020). Finalmente, é frequentemente criado um "*prototype*", permitindo demonstrar o programa ou o projeto numa escala reduzida, para ser usado em apresentações de financiamento (Miller, 2020). Todos os documentos mencionados são úteis para a criação de um projeto transmediático; alguns são essenciais e comuns a todos os projetos, enquanto outros são seleccionados de acordo com o tipo de projeto em questão e a dinâmica da equipa.

O processo de produção de um projeto transmediático envolve muita pesquisa e planeamento, dada a sua complexidade, visando o sucesso. No entanto, depois de toda a investigação estar completa, inicia-se a fase criativa de construção e desenvolvimento do universo.

2.3 *World building* - criação do mundo

O processo de criação narrativa de um projeto transmediático começa com o estabelecimento do espaço narrativo, o número de plataformas e os momentos em que cada elemento será distribuído. Em seguida, é necessário decidir o nível de envolvimento da audiência para construir entradas e planejar que tipo de tecnologias serão utilizadas (Pratten, 2015). Nem todas as histórias se adaptam bem a todos os meios, então é necessário conhecer os pontos fortes de cada um e escolher aqueles que beneficiarão o projeto e alcançarão mais pessoas. Além disso, as estruturas das histórias também precisam ser compatíveis com o meio (Pratten, 2015). É para isso que os listados e documentos mencionados anteriormente são úteis. No entanto, para concretizar o projeto, é preciso construir o universo narrativo.

A lógica da criação do mundo é simples, independentemente do tipo de conteúdo ficcional que se pretende criar (Pearson, 2017). O objetivo é trazer um mundo à mente e povoá-lo com agentes inteligentes. Esses agentes participam em ações e eventos que causam mudanças globais nesse mundo narrativo (Ryan, 2004). Em outras palavras, o *world building* permite criar um mundo ficcional através da exposição de cenários e um conjunto de personagens que participam em eventos ou aventuras, causando um efeito causal nesse mundo (Pearson, 2017). Como já foi mencionado anteriormente, o *world building* é um dos princípios fundamentais para a caracterização do transmedia, segundo Jenkins (2009), e pode ser apresentado através de três pilares cruciais (Pearson, 2017).

A criação do mundo baseia-se na criação de um *storyworld* (mundo da história). De acordo com Pratten (2015), a criação de um *storyworld*, num projeto transmediático, passa por quatro fases. Primeiro, definir para quem é esse mundo ficcional e quais são os objetivos a serem alcançados. Isso pode incluir a indicação da história, do público-alvo, das plataformas, da execução e da experiência. Em seguida, estabelecer os elementos-chave da narrativa, como a premissa, os temas, as personagens, os locais, os períodos de tempo, as hierarquias ou facções, bem como os momentos-chave para a participação da audiência. Depois disso, devem ser definidos os tipos de atividades que os utilizadores podem realizar em seu envolvimento com a narrativa, como observação, exploração, jogos ou até mesmo *role-playing* - a encenação de personagens e eventos. Por fim, é importante identificar quando e como as experiências serão entregues à audiência, incluindo o planeamento de

calendário e ritmo (Pratten, 2015). No entanto, de acordo com Marie-Laure Ryan (2013), o conceito de *storyworld* não é descrito da mesma forma. Um *storyworld*, no contexto transmediático, precisa ter componentes invariáveis para ser reconhecível pela audiência. Quanto mais detalhes houver sobre o mundo ficcional, mais fácil será expandi-lo (Pearson, 2017). Portanto, Ryan (2013) apresenta o *storyworld* através de componentes estáticos e componentes dinâmicos. As componentes estáticas envolvem, primeiramente, a criação de um inventário de elementos existentes no mundo, incluindo quem e o que popula esse mundo, incluindo objetos. Em seguida, é necessário criar um folclore relacionado a esses elementos existentes: lendas, rumores e histórias do passado do mundo ficcional. À medida que o projeto se desenrola, esse folclore pode ser apresentado à audiência por meio de extensões para enriquecer a narrativa, mas essas extensões precisam ser planejadas antecipadamente para manter a coesão na narrativa como um todo (Phillips, 2012). A seguir, deve ser definido um espaço físico com características geográficas. Assim como um conjunto de leis naturais pelas quais os elementos existentes vivem. Por fim, deve ser estabelecido um conjunto de regras sociais e valores morais pelos quais as personagens vivem e se comportam (Ryan, 2013). As componentes dinâmicas referem-se, por um lado, a eventos físicos que causam ou causaram alterações nos elementos existentes. Por outro lado, são eventos mentais ou psicológicos derivados dos eventos físicos, justificando a personalidade ou motivações das personagens (Ryan, 2013). O modelo de Ryan para compor o *storyworld* é mais detalhado do que o de Pratten. No entanto, independentemente do método utilizado, é mais importante que os elementos definidores do mundo estejam presentes de forma recorrente nos conteúdos, facilitando assim as conexões entre os produtos e fazendo com que o mundo seja reconhecível (Pearson, 2017). Isso ocorre porque a presença ou ausência desses elementos estruturais define a solidez ou fragilidade das conexões entre os conteúdos e pode levar a debates sobre a coerência e consistência da narrativa (Pearson, 2017).

O *world building* também se baseia nas personagens que habitam esse universo. Em muitos casos, um mundo ficcional fica conhecido por causa de seu protagonista, como Batman ou Sherlock Holmes (Pearson, 2017). Portanto, as personagens também têm um papel significativo. Roberta Pearson (2017) descreve algumas componentes que determinam personagens em produções televisivas, mas ela afirma que esses componentes funcionam da mesma maneira para diferenciar personagens em qualquer outro meio. Isso inclui traços

psicológicos e comportamentos habituais, traços físicos e aparência das personagens. Em conteúdos visuais, essa componente é mais fácil de transmitir à audiência, mas em conteúdos textuais, a aparência das personagens pode ser comunicada através de descrições detalhadas. Os padrões de fala de cada personagem também são uma componente relevante. A biografia das personagens também é importante. As interações que as personagens podem ter com outras personagens também devem ser destacadas. Por último, o ambiente também exerce influência nas personagens (Pearson, 2017). Em um projeto transmediático, apresentar as personalidades e motivações das personagens à audiência antes mesmo da publicação da narrativa permite criar ligações e fazer com que a audiência se sinta mais envolvida em suas histórias (Phillips, 2012). Isso está alinhado com a teoria das relações parassociais que foi explicada anteriormente. Além disso, as redes sociais são uma forma eficaz de amplificar a personalidade de personagens que possam não ter tanta visibilidade na narrativa principal (Miller, 2020). No entanto, manter a consistência das várias personagens nos diferentes meios é complexo. A equipe precisa prestar muita atenção aos comportamentos das personagens para garantir a congruência com suas personalidades (Phillips, 2012). Como mencionado anteriormente, a presença ou ausência de certas componentes pode afetar a coerência da narrativa (Pearson, 2017).

O terceiro pilar do *world building* pode não ser tão proeminente quanto os dois anteriores, mas, a longo prazo, pode ser de grande importância. Outra maneira de criar conexões entre conteúdos ou personagens é através do autor (Pearson, 2017). Quando um autor ainda não tem muitos conteúdos publicados ou não é muito conhecido, esse elemento pode ter menos impacto na criação do mundo ficcional. No entanto, se o autor tiver uma carreira bem-sucedida, ele pode se tornar um elo entre seus trabalhos, mesmo que eles não façam parte do mesmo universo (Pearson, 2017). Dois exemplos notáveis são Charles Dickens e Stan Lee. Dickens, um autor de romances e contos, criou um paradigma que se estendia por várias histórias, tornando-se uma fonte global para criar narrativas. O autor tem o seu próprio adjetivo - *Dickensian* - e teve um parque temático, em Inglaterra. (Pearson, 2017). Por outro lado, Stan Lee, um escritor, produtor, publicitário e ator americano, tornou-se inextricavelmente ligado ao universo Marvel, do qual foi editor-chefe e presidente. Lee participou de todos os filmes desse universo e é conhecido como o pai dos heróis que

criou⁴. Ambos os autores acabaram fazendo parte de seus próprios universos criativos como se fossem uma extensão de seus projetos.

Os três pilares mencionados ilustram efetivamente os elementos que constituem o *world building* de um projeto de entretenimento, abordando vários temas discutidos anteriormente. No entanto, ainda há um aspecto na criação de narrativas que não foi abordado: os diferentes tipos de estruturas que as histórias podem ter, além do formato linear. Para explorar esse tópico, podemos recorrer a dois autores. Robert Pratten (2015) destaca cinco formatos alternativos para contar histórias, enquanto Marie-Laure Ryan (2006) menciona três tipos de arquiteturas, cada uma com um conjunto de estruturas possíveis. Alguns dos formatos de Ryan coincidem com os de Pratten, embora tenham nomes diferentes, mas eles serão mencionados novamente para ilustrar os tipos de arquiteturas que a autora pretende destacar.

Além da narrativa linear, que segue um único caminho na leitura da história, Pratten (2015) destaca cinco estruturas alternativas. Uma delas é a *branching narrative*, onde no final de cada episódio ou capítulo, é apresentado ao espectador um conjunto de opções de continuação que resultam em finais diferentes para a narrativa. Esse formato costuma ser evitado devido à sua complexidade e ao fato de resultar em muito conteúdo não consumido. Outra estrutura é a *story on rails*, que apresenta uma narrativa linear, mas dá a ilusão de escolha à audiência. Ou seja, no final de um episódio, por exemplo, é dada ao espectador a oportunidade de escolher entre opções diferentes, mas todas as opções levam ao mesmo desfecho. Também existe a *dynamic story*, que oferece escolhas à audiência em momentos específicos. Cada escolha dá acesso a conteúdos diferentes, mas o final da narrativa é o mesmo para todos. Há duas outras estruturas mais dinâmicas. Uma delas é o *open storyworld*, onde a audiência precisa explorar para descobrir informações necessárias para completar a história. Independentemente da ordem em que a audiência consome a narrativa, a narrativa geral é a mesma para todos. Por último, há o *open storyworld with linear media*, onde há uma narrativa linear com conteúdos extras em outros meios que complementam a narrativa principal.

⁴ Peça escrita por Isabel, em maio de 2022, publicada na revista Arts&Culture, https://torontopubliclibrary.typepad.com/arts_culture/2022/05/stan-lee-and-his-marvelous-career.html

Ryan (2006) apresenta estruturas dentro de arquiteturas para objetivos mais específicos. Ela destaca três tipos de arquiteturas: arquitetura textual, arquitetura interativa que afeta o discurso e arquitetura baseada em padrões de escolha. A arquitetura textual é baseada em diagramas de estrutura tradicionais e inclui quatro estruturas diferentes. A primeira é *plot as state-transition*, que segue uma estrutura linear com uma única trajetória narrativa. Há também o *plot as interplay of actual and virtual events*, que é semelhante à estrutura linear, mas apresenta realidades alternativas com base em eventos passados. A terceira é o *plot as interwoven destiny lines*, que envolve várias linhas narrativas, uma para cada personagem. Embora cada linha tenha uma estrutura linear, elas se cruzam de acordo com o enredo ou subenredos. A quarta é enredo como *plot as travel in storyworld*, que apresenta o enredo como uma exploração geográfica do universo ficcional. Na arquitetura interativa, Ryan menciona quatro estruturas narrativas que oferecem diferentes caminhos para chegar ao mesmo final. A primeira é a estrutura de *network*, onde a narrativa pode ser experimentada na ordem que o utilizador escolher, sem afetar a coerência narrativa. Há também a *vector with side-branches*, que segue uma estrutura linear, mas a cada novo evento, o utilizador é apresentado a oportunidades para explorar material adicional e enriquecer a narrativa principal. Além disso, existe a estrutura de *sea-anemone*, onde a informação é desdobrada a partir de um ponto central, oferecendo mais conteúdo à narrativa e permitindo que o utilizador volte ao ponto de partida para explorar diferentes aspetos. Por último, a estrutura *track-switching* permite ao utilizador alternar entre diferentes caminhos, mas a linha do tempo permanece a mesma, não permitindo voltar atrás após uma escolha. A arquitetura baseada em padrões de escolha também é uma forma de arquitetura interativa, mas pode afetar o desenrolar da ação e levar a diferentes finais. Ryan destaca três tipos de estruturas dentro dessa arquitetura. A primeira é a estrutura *tree*, que corresponde à estrutura de *branching narrative* de Pratten. Nessa estrutura, no final de cada conteúdo, são apresentados vários caminhos possíveis para continuar a narrativa. A segunda é a estrutura de *flowchart*, que leva o utilizador ao mesmo ponto na narrativa, mas oferece diferentes maneiras de chegar lá, semelhante à estrutura de *dynamic story* de Pratten. Por último, há a estrutura de *maze*, onde o utilizador precisa explorar geograficamente o universo ficcional para encontrar a saída.

Essa variedade de estruturas ilustra as inúmeras opções criativas disponíveis para construir narrativas em projetos de entretenimento, especialmente em projetos interativos, como

muitos dos produtos em um projeto transmediático, que buscam envolver a audiência ao máximo para aproveitar ao máximo o material.

2.4 O envolvimento da audiência

A participação da audiência nos conteúdos de transmedia é fundamental. Estes não seriam verdadeiros projetos de *transmedia storytelling* sem o contributo e o envolvimento da audiência e dos fãs. Os adeptos destes conteúdos têm certos tipos de motivações e comportamentos, tanto individuais como sociais, que demonstram ativamente o prazer e a satisfação que obtêm do consumo do seu objeto de interesse (Davis, 2013). Já foi mencionado nas definições do termo de transmedia e nos princípios de Jenkins a importância que a audiência tem. A audiência é o centro do projeto, pois é para ela que os conteúdos são criados, e este tipo de entretenimento só fica completo com a participação ativa dos seus consumidores. A interatividade nos conteúdos é o que permite captar a atenção do público e conceder um espaço para as suas contribuições.

Os consumidores, e principalmente os fãs, são encorajados a contribuir com o conhecimento, a estabelecer ligações entre os conteúdos e a participar ativamente na criação de novos conteúdos e na sua circulação (Jenkins, 2006). Existem várias formas de desafiar a audiência nos conteúdos para incentivá-la a participar. A resolução de quebra-cabeças é um tipo de desafio simples de implementar nos produtos e de fácil adesão por parte da audiência (Phillips, 2012). Mesmo os consumidores menos envolvidos podem sentir curiosidade em participar. Também é possível pedir aos espectadores para enviar conteúdos com o objetivo de impulsionar a narrativa. Por exemplo, um vídeo pode encorajar uma personagem a enfrentar obstáculos, ou uma conversa pode levar uma personagem a desabafar sobre os acontecimentos, fornecendo novas informações (Phillips, 2012). Ações no mundo real também podem ser planeadas para fazer as pessoas sentirem-se parte do mundo ficcional, como atender um telefonema ou encontrar pistas em locais específicos (Phillips, 2012). Existem muitas maneiras de envolver a audiência no projeto, e uma combinação de atividades *online* e *offline* as mantém mais comprometidas (Phillips, 2012).

Há um aumento de popularidade dos conteúdos gerados pelos utilizadores e das criações dos fãs, como parte da expansão do universo. Eles passam de um comportamento passivo para um comportamento ativo, criando uma relação de colaboração com os autores e profissionais da indústria, o que pode ser associado ao termo "*collective authorship*" (Schiller, 2018). No entanto, isso também traz alguns problemas de autoria para projetos transmediáticos, pois, embora o objetivo do transmedia seja criar em colaboração com a audiência, esta pode começar a exercer uma influência autoritária sobre o projeto (Schiller, 2018). Por exemplo, o universo de Harry Potter é muito popular e tem uma comunidade vasta que procura expandir diversos aspetos da narrativa. Um exemplo é a mudança de etnia de uma das personagens principais, Hermione Granger, que foi prontamente aceite pela comunidade, levantando a questão da falta de diversidade no universo. Essa mudança foi incorporada oficialmente no universo em uma produção recente: "*Harry Potter and the Cursed Child*" (Schiller, 2018). Esse evento questiona quem decide as regras do universo. A dependência da participação dos fãs no projeto desafia as noções tradicionais de autoria e preocupa as indústrias de entretenimento quanto ao controle que mantêm e à sua posição no mercado. No entanto, o envolvimento da audiência é essencial, e as equipas dos projetos transmediáticos estão dispostas a lidar com eventuais desafios se isso significar que o projeto está causando impacto (Schiller, 2018).

Já foram mencionadas algumas das ações que a audiência pode realizar em colaboração com os produtos transmediáticos. A possibilidade de escolha para o seguimento da narrativa é uma das formas mais eficazes de envolver diretamente o espetador nos conteúdos, de acordo com a estrutura narrativa escolhida (Ryan, 2013). Mesmo que todas as opções levem ao mesmo resultado, criar a ilusão de escolha é atrativo para a audiência, pois a faz sentir-se envolvida no desenrolar da história. A criação e partilha de conteúdos através das redes sociais digitais é outra forma comum pela qual os utilizadores podem contribuir. Isso pode incluir vídeos amadores com clipes dos conteúdos, atribuindo um novo significado a momentos específicos da história, a criação de *playlists* inspiradas em personagens, a escrita de *fanfiction* que explora aspetos não desenvolvidos da narrativa ou que cria realidades alternativas ao projeto, além de novas aventuras para as personagens. Também inclui a criação de *fanart* representando personagens em diferentes estilos artísticos ou interpretações dos fãs sobre a aparência das personagens (Duffett, 2013; Schiller, 2018). Há várias maneiras pelas quais a audiência pode adicionar conteúdo

adicional à narrativa do projeto, mesmo que seja amador, desde que o partilhe com outros e, assim, faça parte do universo. Outra forma pela qual a audiência pode expandir o universo narrativo é através da criação de páginas *online*, como páginas da Wikipédia ou páginas de fãs, onde todos são convidados a contribuir para criar a página mais precisa e completa possível (Miller, 2020; Schiller, 2018). As páginas de fãs muitas vezes não recebem o reconhecimento merecido por serem criadas pelos espectadores e, supostamente, não serem credíveis, mas frequentemente são a melhor fonte de informação sobre um projeto (Pratten, 2015), podendo até ser incorporadas no universo, como aconteceu no projeto *Heroes*. Ao receberem a colaboração de várias pessoas que consomem os conteúdos várias vezes com atenção, a probabilidade de faltar informação é reduzida (Pratten, 2015). Os jogos, ou videogames, são conteúdos interativos por natureza, portanto, o seu consumo implica desde o início a participação do jogador. Incluir jogos no projeto transmediático é outra forma de envolver a audiência na narrativa (Miller, 2020). Embora se tenha a percepção de que os videogames não têm narrativa, muitos elementos podem contribuir para enriquecer a narrativa principal, como *role-playing games*. Eles permitem apresentar a evolução de personagens, avançar na história, mostrar como se chegou a um determinado ponto da narrativa principal, progredir nos objetivos das personagens e enfrentar desafios a serem superados (Miller, 2020). A maioria dos jogos, especialmente em projetos transmedia, busca abordar o "como" e não o "porquê", deixando esse último para ser desenvolvido em outro meio mais adequado (Miller, 2020). Esses jogos só fazem sentido quando a audiência os joga e descobre mais sobre o mundo ficcional e as personagens, expandindo o universo na sua mente até o momento presente. Uma última forma pela qual a audiência pode se envolver é oferecendo *feedback online*, através das redes sociais ou plataformas específicas para esse fim, aos produtores sobre o projeto em questão (Davis, 2013). Esse feedback pode ser sobre o que o espectador está a gostar ou não, que personagens gostaria de ver mais, ou até mesmo dar sugestões sobre possíveis rumos para a narrativa. Com essas informações, os produtores podem adaptar conteúdos futuros para incorporar os comentários e fornecer um projeto que escuta e proporciona aos espectadores o que desejam ver (Davis, 2013).

É de extrema importância identificar a audiência do projeto e fornecer-lhe conteúdos relevantes. Quando se compreende o tipo de pessoas que se pretende atingir e se estuda sobre elas (Miller, 2020), é possível desenvolver conteúdos que ressoem com os seus

interesses e os entusiasmem (Pratten, 2015). Compreender o público-alvo ajuda não apenas a construir um mundo e personagens personalizados de acordo com as preferências da audiência, mas também auxilia no processo de marketing e distribuição dos conteúdos (Pratten, 2015). Mesmo após a publicação do projeto, é importante reagir à crescente influência dos fãs, melhorando aspetos que consideram deficientes, como a falta de diversidade de personagens (Schiller, 2018). Embora o *transmedia storytelling* seja inovador e envolvente, o envolvimento da audiência é a chave para o sucesso do projeto (Pratten, 2015). Uma das melhores coisas que se pode fazer com o transmedia é criar um ambiente onde os fãs se sintam em casa, à vontade num lugar que adoram (Phillips, 2012). Um exemplo notável disso é a campanha "*Why So Serious?*", desenvolvida pela empresa *Entertainment 42* em colaboração com a *Warner Bros*, em 2007, para manter os fãs do filme *Batman Begins* entusiasmados pela sequela durante os dois anos e meio de intervalo entre os filmes (Phillips, 2012). Esta campanha durou 15 meses, envolveu cerca de 11 milhões de participantes e foi considerada pelo *LA Times* como uma das campanhas cinematográficas mais interativas já realizadas em *Hollywood*, tendo recebido dois prémios no Cannes Lions (Maheshwary, 2020). O objetivo da campanha era envolver os fãs na revelação do novo vilão, através da campanha eleitoral do personagem Harvey Dent. Quando descobriram que o vilão era o Joker, através de uma imagem do ator na icónica maquilhagem da personagem, a atenção aumentou, e a comunidade de fãs envolveu-se no projeto com maior dedicação (Maheshwary, 2020). O projeto envolveu a distribuição de notas de dólar vandalizadas com o rosto da personagem, um endereço e uma data, que levaram a audiência à grande revelação do Joker, um website e um número de telefone. O número servia para o Joker recrutar fãs para fazerem parte da sua "equipa" e ocuparem lugares famosos em todo o mundo. Assim, os fãs começaram a vestir-se e a maquilhar-se como a personagem, percorrendo as ruas das suas cidades para resolver pistas e quebra-cabeças fornecidos pelo website (Maheshwari, 2020). O projeto foi um sucesso porque levou os fãs a um lugar que apenas podiam imaginar. Deu-lhes a oportunidade de interagir com uma das personagens mais icónicas do universo Batman e de se sentirem parte cúmplice dos acontecimentos na cidade fictícia de *Gotham* (Phillips, 2012). E embora tenha sido direcionado principalmente aos fãs já existentes do universo, o entusiasmo que demonstraram às pessoas ao seu redor - amigos, família ou mesmo estranhos na rua - despertou a curiosidade dessas pessoas sobre os eventos e as intrigas, gradualmente

introduzindo-as no projeto e no universo (Phillips, 2012). As pessoas são seres sociais e gostam de fazer parte da comunidade e das atividades da comunidade (Elberse, 2013), e é por isso que a campanha "*Why so serious?*" foi inteligente ao satisfazer os fãs existentes e atrair aqueles que ainda não faziam parte da comunidade (Phillips, 2012). E a passagem de palavra hoje em dia tem muito mais valor do que a promoção paga, pois é percebida como mais credível (Davis, 2013).

O fã tem um enorme valor para a indústria, em comparação com um simples membro da audiência, não apenas pela afinidade que tem pelos conteúdos, mas também pela sua lealdade, afeição pela marca, o valor mediático que contribui e recomenda, e o valor económico que traz (Syncapse, 2010). No entanto, hoje em dia, é possível distinguir dois tipos de fãs que, embora semelhantes, não possuem o mesmo valor (Davis, 2013). Os autores Busse e Gray (2011) apresentam uma forma de distinguir entre as duas categorias de fãs. Por um lado, há os fãs socialmente investidos, que dedicam parte do seu estilo de vida ao *fandom*. São esses que trazem valor à indústria e aos projetos. Por outro lado, há os fãs psicologicamente investidos, que consomem os conteúdos, mas não interagem socialmente sobre eles. Este tipo de fã não vive o *fandom* como um estilo de vida, mas sim como um passatempo ou uma atividade consumista. Embora ambos contribuam para o lucro dos projetos e das indústrias do entretenimento, são os fãs socialmente investidos aqueles que lutam pela existência do universo e merecem ser reconhecidos pelo esforço e dedicação que dedicam aos seus objetos de *fandom* (Davis, 2013).

As audiências são cruciais para o sucesso dos projetos de *transmedia storytelling*. Existem várias formas pelas quais o público pode interagir com um projeto, e cada tipo de envolvimento pode contribuir para a experiência global. Os projetos mais bem-sucedidos oferecem à audiência várias oportunidades de interagir com a história e são recompensados pelo tempo que investem.

II. PARTE PRÁTICA

3. Metodologia

Neste projeto, iniciou-se por estudar a relação da audiência com o entretenimento transmediático, em específico, o atrativo que esse estilo de projetos exerce sobre o público. O objetivo do estudo é compreender melhor a audiência desse tipo de conteúdo de entretenimento e identificar as características que mais os atraem para consumir tais produtos. Além disso, pretende-se investigar se é possível estabelecer uma fórmula para projetos desse tipo, que tenha uma alta probabilidade de sucesso ao utilizar as características que foram destacadas como mais apelativas para os consumidores.

O estudo está dividido em três blocos distintos, começando por uma análise de mercado comparativa - um *benchmark* - de dois projetos transmediáticos de sucesso. Dessa análise, extraí-se os pontos fortes de cada projeto, conforme a opinião compartilhada pelos seus consumidores. Com base nesses pontos fortes, criou-se um projeto transmediático de fantasia. Esse projeto foi apresentado a dois grupos de foco, compostos por membros do público-alvo desse projeto fantasioso, com o propósito de identificar os elementos que mais atraíram os participantes e comparar com as conclusões retiradas da análise de mercado. Dessa forma, foi possível concluir quais características desse tipo de projeto transmediático são mais apelativas para a audiência.

No contexto deste estudo, a elaboração de um *benchmark*, como método de recolha de dados através de análise documental, permite examinar projetos transmediáticos já publicados e bem-sucedidos, a fim de identificar os atributos marcantes que atraem os consumidores. Isso possibilita extrair as melhores práticas de projetos de sucesso e aplicá-las ao projeto transmediático apresentado nos próximos capítulos. Esse *benchmark* foi desenvolvido em sete etapas conforme delineadas em dois artigos do *Harvard Business Review*, por Avi Goldfarb (2017) e por Peter Wilton (2019). O processo começa por definir os aspetos a serem analisados e comparados. Em seguida, foram selecionados os projetos a serem analisados, ou seja, os projetos que se pretende estudar. Então, realizou-se a análise desses projetos de acordo com os aspetos definidos na primeira etapa. Com base nos dados recolhidos, criou-se uma tabela de comparação para facilitar a análise e chegar a

conclusões. Por fim, foram identificadas as características apelativas a serem incorporadas no projeto.

O projeto transmediático criado para esse estudo é apresentado através de dois documentos. O primeiro deles é uma bíblia transmediática, conhecida como "*story bible*", que serve para formalizar o universo ficcional e facilitar a elaboração das narrativas. Esse documento já foi mencionado anteriormente como um dos documentos fundamentais para projetos transmedia (Miller, 2020; Phillips, 2012; Pratten, 2015) e seguirá a estrutura proposta por Renira Gambarato (2014), que será detalhada no próximo capítulo. O segundo documento é um plano transmediático dos produtos narrativos que compõem o projeto. Esse documento descreve as várias narrativas que seriam desenvolvidas, como elas estão interligadas de acordo com as regras definidas por Jenkins, e como a audiência seria envolvida nessa experiência. O projeto concebido para este estudo abrange seis produtos transmediáticos. Embora as narrativas estejam parcialmente descritas na bíblia transmediática, o documento do plano transmediático contém um resumo completo de cada narrativa presente em cada produto, incluindo uma explicação sobre a sua interligação e uma descrição da contribuição ou envolvimento pretendido da audiência para completar o projeto.

O grupo de foco é um método valioso não apenas para recolher dados, mas também para compreender o processo subjacente aos resultados, ao observar as expressões e emoções dos participantes. Pode-se ser considerado como uma versão alargada de uma entrevista semi-estruturada, com o objetivo de obter percepções relevantes sobre o tema em estudo (Gundumogula, 2020). As sessões do grupo de foco deste estudo foram divididas em duas partes: primeiro, uma apresentação do projeto desenvolvido, seguida de uma discussão entre os participantes. Durante a apresentação do projeto, os participantes foram filmados, possibilitando a análise das suas expressões faciais em relação aos produtos apresentados. Durante a discussão, os dados foram recolhidos através de notas escritas e gravação da conversa, que posteriormente foi transcrita e analisada. Todos os participantes assinaram um documento de consentimento para a utilização da sua imagem e som nas sessões do grupo de foco (Apêndice A).

A fim de obter uma compreensão precisa de como a audiência interpreta e se relaciona com os conteúdos, foram convidados cinco participantes por cada grupo de foco,

totalizando dez participantes. Esses participantes foram selecionados com base no público-alvo do projeto, com idades entre os 18 e os 26 anos. Os critérios de seleção dos participantes estavam relacionados com os tipos de conteúdo de entretenimento que consomem. Para este projeto, destacam-se conteúdos de histórias de fantasia, com elementos de magia e aventura. Além disso, os participantes precisavam ser apreciadores de conteúdos de animação e consumir pelo menos dois dos meios de comunicação integrantes do projeto: webcomics, webséries, livros, jogos mobile e/ou redes sociais. O guião para os grupos de foco foi elaborado em quatro partes, com o objetivo de extrair o máximo de informações dos participantes (Apêndice F). O primeiro conjunto de perguntas abordava o projeto apresentado aos participantes, a fim de obter uma primeira impressão. O segundo conjunto de perguntas focava-se no mundo fictício do universo do projeto, para compreender as opiniões dos participantes sobre ele e como isso poderia influenciar o interesse em consumir os seus conteúdos. O terceiro conjunto de perguntas concentrava-se nas personagens principais, a fim de avaliar o grau de atratividade das personagens para os participantes. O quarto e último conjunto de perguntas foi aplicado para cada produto do projeto, sendo repetido para o webcomic, jogos mobile, livro e websérie, com o objetivo de permitir que os participantes comentassem sobre cada produto de forma específica.

3.1 Análise de mercado - *Heroes* e *Blair Witch Project*

A realização de uma análise de mercado (*benchmark*) de um produto de entretenimento implica a sua comparação com outros produtos semelhantes no mercado, a fim de identificar os seus pontos fortes, fraquezas e práticas que possam ser implementadas. O objetivo desta análise de mercado é destacar as características que a audiência considerou mais interessantes e apelativas nos projetos, para posteriormente verificar se estas são realmente atrativas ou se se tratou de casos pontuais nos projetos.

Neste estudo, foi realizado um *benchmark* de dois projetos transmediáticos conhecidos - "*The Blair Witch Project*" e "*Heroes*" - com o intuito de compará-los, compreender os pontos em comum, as principais críticas da audiência e o que mais lhes chamou a atenção. A partir das conclusões obtidas, procurou-se desenvolver um projeto transmediático com as características identificadas. Para tal, foram investigados todos os conteúdos de cada projeto e a opinião da audiência sobre estes, através de classificações e comentários publicados *online* em várias plataformas. Embora os projetos sejam conhecidos como exemplos de projetos transmediáticos, foi criada uma tabela de apresentação de ambos de acordo com os sete princípios de transmedia de Henry Jenkins (Apêndice B).

Os dois projetos analisados foram escolhidos primeiramente por serem mencionados por vários teóricos como bons exemplos de projetos transmediáticos (Jenkins, 2006; Phillips, 2012). Posteriormente, foram selecionados devido à sua semelhança com o projeto que se pretendia desenvolver. Ambos seguem uma narrativa fictícia baseada em fantasia e foram distribuídos através dos mesmos meios que se pretende incorporar no projeto em questão. O "*The Blair Witch Project*" (TBWP) foi pioneiro em muitos aspetos no campo do entretenimento, com destaque para a sua estrutura e sucesso enquanto um dos primeiros projetos transmediáticos planeados e executados como tal (Jenkins, 2006). Apesar de ter sido lançado em 1999, este projeto ainda se destaca pelo rápido sucesso que alcançou e é referido por diversos autores como um dos principais exemplos de narrativa transmediática (Jenkins, 2006; Pratten, 2015). "*Heroes*" é também citado como um exemplo de narrativa transmediática por alguns autores. Sendo mais recente do que o TBWP, este projeto permite também uma comparação sobre a evolução da produção de projetos transmediáticos. Adicionalmente, a análise de projetos já concluídos foi uma escolha relevante.

Dado que o objetivo da análise de mercado é compreender a opinião da audiência sobre os projetos e os seus conteúdos, foi realizada uma pesquisa em plataformas de opiniões públicas para reunir as percepções gerais sobre cada produto, que serviriam de base para a análise subsequente. As plataformas utilizadas para recolher opiniões sobre filmes, séries, documentários e webséries incluíram o *IMDb*, o *Letterboxd* e o *Rotten Tomatoes*. No que diz respeito a livros, *e-books* e banda-desenhadas, recorreu-se ao *Amazon* e ao *GoodReads*. Quanto a videojogos e jogos mobile, as plataformas abrangentes foram o *Steam*, o *Amazon*, o *OpenCritics*, o *IMDb* e o *Phonekey*. Para cada projeto, foi elaborada uma tabela que inclui todos os produtos associados, as classificações atribuídas pela audiência e um resumo dos comentários deixados por esta (Apêndice C e Apêndice D).

The Blair Witch Project

O universo '*Blair Witch*' é vasto, tendo tido início em 1998 e com o produto mais recente datando de 2019. Este universo engloba três longas-metragens, seis bandas-desenhadas, dois livros documentais, dez romances, quatro videojogos, quatro mockumentaries e um website. Existe também uma fotonovela, embora esta conte a história do primeiro filme e seja, portanto, um exemplo de cross-media e não de transmedia, já que não acrescenta elementos novos ao universo. O género predominante dos produtos é o terror, complementado por elementos de fantasia e mistério. O projeto '*Blair Witch*' apresenta um tom pesado, sombrio, e inclui elementos de nudismo, suspense e alguma violência explícita, sendo direcionado a um público com idade superior a 18 anos.



Figura 1. Captura de ecrã do cabeçalho do website do projeto *The Blair Witch Project*.

O primeiro produto do projeto foi o website '*The Blair Witch Project*', já não se encontra *online* nos dias de hoje. No entanto, é possível aceder aos seus arquivos através do site *Wayback Machine*. Lançado em 1998, um ano antes da estreia do primeiro filme, este website possuía apenas quatro páginas. Uma delas focava-se na mitologia construída em torno da bruxa de *Burkittsville*, enquanto outra apresentava uma lista de eventos relacionados com essa mitologia. A terceira página era dedicada aos protagonistas do primeiro filme, os três estudantes que desapareceram na floresta. Por fim, a quarta página exibia fotografias dos estudantes, do local onde desapareceram e da investigação em curso. Todos os elementos do website eram apresentados como factos reais, uma vez que o objetivo do projeto era convencer os consumidores de que a narrativa estava baseada em eventos verídicos. Ao longo dos anos, o website foi sendo desenvolvido com mais informações sobre a mitologia e os novos conteúdos que iam sendo lançados. A concentração de toda a informação do projeto num único local facilitava a entrada da audiência no universo e despertava a curiosidade para consumir os produtos, para além de que todas as pesquisas conduziram àquele website naquela época.



Figura 2. Posters publicitários dos três filmes do projeto *The Blair Witch Project*. Esquerda: *The Blair Witch Project*. Centro: *The Book of Shadows: Blair Witch 2*. Direita: *Blair Witch*.

Os três filmes do projeto são '*The Blair Witch Project*' (1999), '*The Book of Shadows: Blair Witch 2*' (2000) e '*Blair Witch*' (2016). O primeiro filme foi um fenômeno, tendo arrecadado mais de 248 milhões de dólares, o que foi notável considerando o custo de produção de apenas 60 mil dólares. As reações aos filmes são mistas, sobretudo em relação ao segundo e terceiro. O primeiro filme adotou o estilo '*found footage*', conferindo-lhe um aspeto amador, como se tivesse sido filmado pelos próprios protagonistas. Este aspeto cativou a audiência, pois divergia do estilo convencional dos filmes do género, gerando interesse ao transmitir uma sensação de realismo humano. Alguns membros da audiência comentaram que o primeiro filme é mais de suspense do que de terror, enquanto os seguintes filmes eram mais explícitos. Um elemento que intrigou a audiência nos dois filmes subsequentes foi a inclusão do primeiro filme dentro da narrativa destes, como se os protagonistas destes fossem membros da audiência que consumiram os produtos anteriores, intensificando a sensação de tratar-se de uma história verídica. A opinião geral em relação ao segundo filme é que, cinematograficamente, não é tão bom quanto o primeiro, mas valorizaram a sua abordagem distinta tanto na filmagem como na narrativa. Alguns comentários referiram que o conceito do segundo filme é superior ao do primeiro. Em contrapartida, os comentários sobre o terceiro filme foram maioritariamente negativos. A maioria apontou a falta de originalidade, diálogos fracos e uma perceção de produção apressada com o único objetivo de ser lucrativo.

Os quatro *mockumentaries* - documentários fictícios - do projeto são '*Curse of the Blair Witch*' (1999), '*Sticks and Stones: An Exploration of the Blair Witch Legend*' (1999), '*The Massacre of the Burkittsville 7: The Blair Witch Legacy*' (2000) e '*Shadow of the Blair Witch*' (2000). Dado que o projeto procurava criar a ilusão de veracidade, o lançamento destes *mockumentaries* em canais de televisão serviu para contextualizar os eventos dos dois primeiros filmes e introduzir ainda mais o tema de Rustin Parr, que também é abordado noutros produtos lançados por essa altura. Estes documentários expandem as investigações dos eventos apresentados nos filmes de 1999 e 2000, criam interesse junto do público para consumir as longas-metragens e contribuem para espalhar informações e autenticidade dos acontecimentos. A opinião geral da audiência sobre os quatro documentários é de que estes foram mais interessantes do que os filmes que promoviam. Estes abordaram a temática da bruxa e do seu legado, o que cativou bastante a audiência, confundindo os limites entre o mundo real e o mundo ficcional. A audiência sentia-se parte

da investigação e dos eventos. Alguns comentários enfatizaram que os documentários melhoraram os filmes ao fornecerem informações complementares ao que o espectador já sabia.

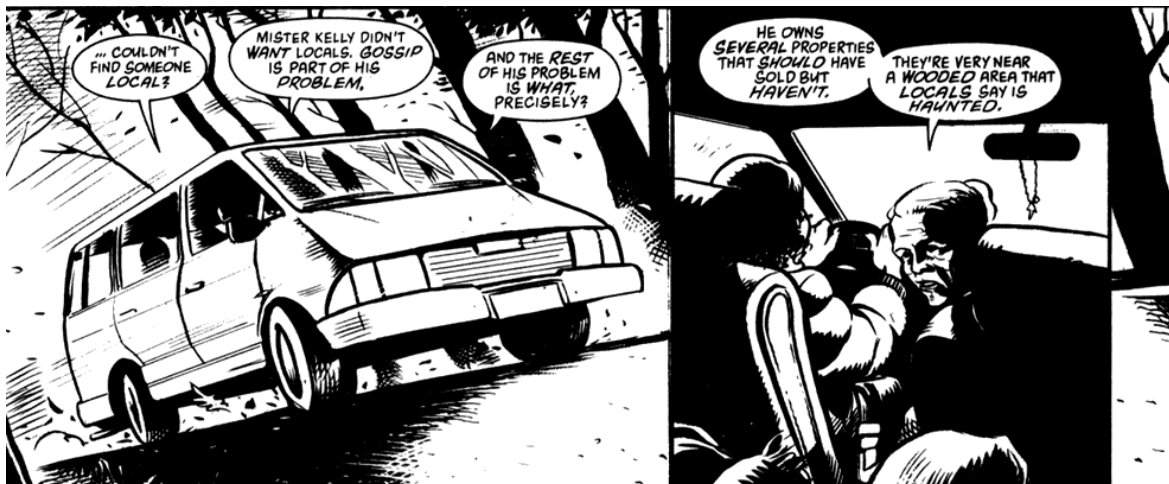


Figura 3. Captura de ecrã de uma página da banda-desenhada *The Blair Witch Chronicles* #3.

As seis bandas-desenhadas do projeto são '*The Blair Witch Project*' (1999), '*The Blair Witch Chronicles* #1, #2, #3, #4' (2000) e '*Blair Witch: Dark Testaments*' (2000). A primeira banda-desenhada relata os acontecimentos do primeiro filme, acrescentando outras histórias de pessoas que também tiveram encontros com a bruxa. As bandas-desenhadas seguintes, que formam uma série de crónicas, apresentam novas histórias de eventos estranhos relacionados com a bruxa antes dos eventos do primeiro filme. A última banda-desenhada narra a história de um homem que foi injustamente acusado de homicídio ao tentar proteger crianças de um hospital de serem sacrificadas à bruxa. Todos esses conteúdos procuram retratar as atividades da bruxa no mundo real e como ela pode afetar as pessoas de diferentes maneiras. A audiência expressou o seu agrado pelas histórias, especialmente pelo desenvolvimento da história e do passado da bruxa, apreciando também o fato de não serem histórias contínuas. A principal crítica à última banda-desenhada reside no seu tamanho reduzido, o que não permite que a audiência se envolva devidamente com a história ou com o novo protagonista. Um comentário comparou-a a um mero rolo de imagens desprovido de contexto.



Figura 4. Ilustração retirada do vídeo publicitário do vídeo-jogo *Blair Witch: Evil Hides in the Woods*.

Os quatro videogames do projeto são '*Blair Witch: Volume 1 - Rustin Parr*' (2000), '*Blair Witch: Volume 2 - The Legend of Coffin Rock*' (2000), '*Blair Witch: Volume 3 - The Elly Kedward Tale*' (2000) e '*Blair Witch: Evil Hides in the Woods*' (2019). Os primeiros três videogames formam uma trilogia, tendo sido lançados apenas nos Estados Unidos, Itália e Alemanha. Cada um deles foca-se numa personagem ou acontecimento relevante para o projeto, sendo que o terceiro explora as origens da bruxa e a sua transformação num espírito maligno. O videogame mais recente destaca-se por ser de mundo aberto, permitindo aos jogadores explorar livremente o ambiente e desencadear diferentes conclusões com base nas suas ações. Devido à sua antiguidade e à limitada distribuição, há poucos comentários sobre a trilogia de jogos. As críticas encontradas mencionam que o *gameplay* não era muito divertido, os jogos não eram assustadores, havia cenas desnecessárias e o desempenho era prejudicado pela exigência do *software*. O último jogo recebeu críticas mistas. Alguns elogiaram a autenticidade da experiência, a estética semelhante ao primeiro filme e o realismo do terror. No entanto, apontaram problemas nos puzzles, presença de *bugs* que afetam a fluidez do jogo e prejudicavam a experiência geral.

Os dois livros documentais são '*The Blair Witch Project: a Dossier*' (1999) e '*Blair Witch: Book of Shadows*' (2000). Cada livro é uma expansão dos dois filmes lançados nos mesmos anos. Estes livros combinam cenas dos documentários com momentos de investigação, diálogos com as famílias dos protagonistas, explicações sobre as motivações dos protagonistas do segundo filme e outros elementos. Ambos os livros foram bem recebidos

pela audiência. Os leitores afirmaram que são bons complementos para os filmes, ajudando a compreender melhor as personagens do segundo filme e abordando aspetos não explorados nos filmes.



Figura 5. Capas de três dos livros do *The Blair Witch Files*. Esquerda: *The Prisoner*. Centro: *Blood Nightmare*. Direita: *The Witch's Daughter*.

Por fim, os dez livros são '*Blair Witch: The Secret Confessions of Rustin Parr*' (2000), '*Blair Witch: Graveyard Shift*' (2000) e '*The Blair Witch Files*' (2000-2001), que consiste em oito livros: '*The Witch's Daughter*', '*The Dark Room*', '*The Drowning Ghost*', '*Blood Nightmare*', '*The Death Card*', '*The Prisoner*', '*The Night Shifters*' e '*The Obsession*'. Os dois primeiros livros apresentam histórias de personagens já mencionadas em vários produtos. Por sua vez, a série de oito livros introduz uma nova personagem e perspectiva sobre o presente do universo. O protagonista é primo de um dos protagonistas do primeiro filme, e os livros são escritos pela personagem que procura desvendar mais sobre a bruxa e o que aconteceu na noite do primeiro filme. A opinião da audiência sobre os dois primeiros livros é semelhante; ambos são de dimensões reduzidas, não exploram profundamente a história, alguns comentários referem que são atrativos para colecionadores de produtos, mas não particularmente interessantes. Os livros da série '*The Blair Witch Files*' foram amplamente elogiados pela sua história envolvente e cativante. Alguns comentários mencionam que são dirigidos a um público mais jovem, apresentando uma leitura fácil e prazerosa, que complementa o que já existia. Alguns também relatam que um dos livros

serviu como a sua primeira introdução ao universo e, não apenas gostaram do conceito, mas também continuaram a ler a série, apreciando a acessibilidade da história mesmo sem conhecimento prévio.

A partir das opiniões da audiência sobre os vários produtos do projeto '*The Blair Witch Project*', é possível tirar algumas conclusões. A audiência valoriza elementos de originalidade dentro do género em que o projeto se insere. A ênfase dada à ampliação da mitologia da bruxa e da lenda em quase todos os produtos contribuiu para conferir uma sensação de realismo às histórias, o que foi apreciado pelo público. A vontade de aprender mais sobre a mitologia é notável. O projeto inclui uma variedade de produtos mais curtos, destinados a preencher lacunas nas histórias existentes e a expandir o universo. Tanto os conteúdos em formato escrito, como os livros e as bandas-desenhadas, receberam elogios e suscitaram interesse. A fusão do mundo fictício com o mundo real foi um aspeto que cativou a audiência. Por fim, a existência de um website que agrega todos os conteúdos e informações ajudou a audiência a explorar mais profundamente esse universo, levando a um maior consumo dos produtos.

Heroes

O universo '*Heroes*' é vasto, tendo sido iniciado em 2006 e com o produto mais recente datando de 2016. Este universo abarca duas séries de televisão, quatro webséries, duas bandas-desenhadas, dois jogos para dispositivos móveis, um vídeo-jogo, um livro, seis e-books e um website. O género dominante dos produtos é a ficção científica, frequentemente acompanhado por elementos de fantasia e drama. O projeto '*Heroes*' apresenta uma atmosfera intensa e pode conter cenas de nudez, bem como alguma violência explícita, consumo de álcool e drogas. Os conteúdos são classificados como PG-13, ou seja, alguns materiais podem não ser adequados para crianças. Assim, é recomendado que adultos supervisionem ou avaliem os conteúdos antes de expô-los a um público mais jovem.

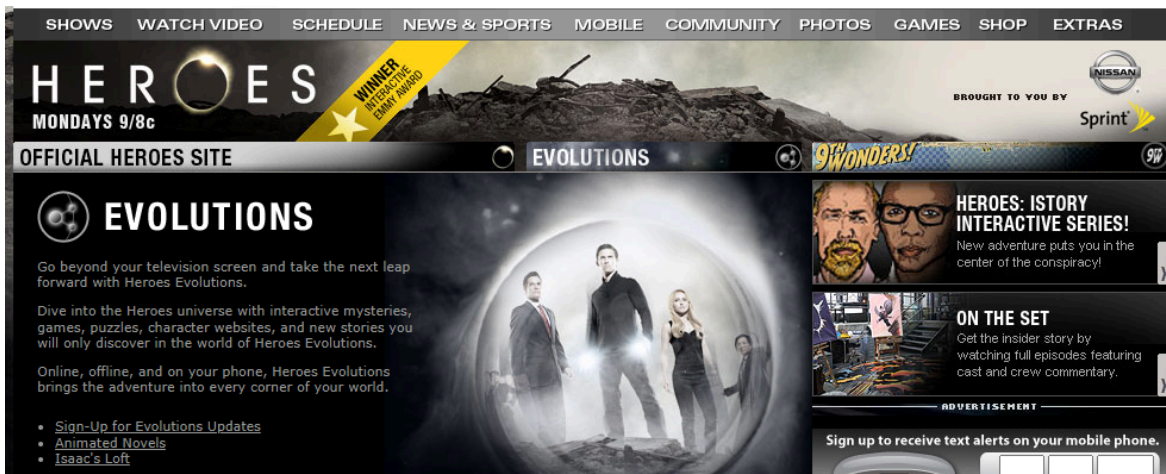


Figura 6. Captura de ecrã do cabeçalho do website do projeto *Heroes*.

O website do projeto é o '*Heroes Evolution*', já não se encontra *online* nos dias de hoje. No entanto, é possível encontrá-lo nos arquivos da internet através do site *Wayback Machine*. Lançado em janeiro de 2007, o website centralizava toda a informação relacionada com o projeto e era atualizado sempre que um novo produto era lançado. O site fornecia resumos dos episódios de todas as temporadas das séries, listava outros sites oficiais do universo, apresentava os protagonistas e conteúdos criados pelos fãs, como páginas wikipédia com explicações sobre locais, poderes, personagens, eventos, entre outros. Além disso, também eram regularmente publicados capítulos da banda-desenhada, que posteriormente foram lançados em dois livros. O lançamento do website coincidiu com um episódio da primeira temporada da série, pois esse episódio continha pistas que os espectadores podiam investigar, levando-os ao website em busca de respostas.

As duas séries do projeto são '*Heroes*' (2006-2010) e '*Heroes Reborn*' (2015). A primeira série foi o primeiro produto a ser lançado e rapidamente captou a atenção dos telespectadores devido à sua premissa intrigante e personagens complexas. Alguns comentários na página do *IMDb* afirmavam que o primeiro episódio tinha sido suficiente para conquistar os espetadores, tornando-se logo a sua favorita. O foco nas personagens, explorando as suas questões morais e a saúde mental à medida que lidam com poderes recém-adquiridos, era um conceito muito cativante para o público, principalmente por ser diferente dos conteúdos de super-heróis então existentes. As duas primeiras temporadas foram muito bem recebidas, conquistando uma grande base de fãs. No entanto, os espectadores comentam que a terceira e quarta temporadas foram menos satisfatórias, o

que eventualmente levou ao cancelamento da série. A série mais recente não foi tão bem recebida quanto a primeira. As principais críticas apontam para personagens pouco desenvolvidas e com pouca profundidade. Os conflitos eram demasiado extremos para uma nova série, mesmo que se passasse num universo já conhecido. As personagens não eram familiares ao público, que também se aplicava ao conflito central.



Figura 7. Poster publicitário da série *Heroes*.

A banda-desenhada do projeto, publicada em dois volumes, é intitulada '*Heroes Comic*' (2007-2008). As histórias abordavam as personagens da primeira série e eventos passados que fundamentavam os acontecimentos no presente, incluindo as origens de algumas personagens. A audiência apreciou a existência de um conteúdo que preenchia as lacunas da série e fornecia mais detalhes sobre as personagens. Além disso, permitia ao público conhecer melhor algumas personagens secundárias que não tinham tanto destaque na série. Esta banda-desenhada também contribuía para a expansão do universo e, ao ser visual, ajudava a audiência a familiarizar-se com o mundo deste universo. Comentários afirmavam que mesmo tendo lido a banda-desenhada *online*, muitos fãs adquiriam a versão física por amor ao universo.

O livro do projeto é intitulado '*Heroes: Saving Charlie, A Novel*' (2007). Este foca-se na relação entre um dos protagonistas da primeira série e uma personagem que desapareceu. Apesar de a audiência já saber como a história se desenrola, visto que é retratada na série, havia ainda curiosidade para saber como essas personagens se conheceram e o que levou à sua separação. Contudo, o livro não atingiu as expectativas da audiência. Esta afirmou que

a história é fraca e contém muitos estereótipos. Alguns comentários mencionaram que o livro pareceu ser mais um produto criado para lucro do que para contar uma história de qualidade.



Figura 8. Capas de três dos *e-books* do projeto *Heroes*. Esquerda: *Brave New World*. Centro: *A Long Way From Home*. Direita: *Dirty Deeds*.

Os seis *e-books* do projeto são '*Brave New World*' (2015), '*A Matter of Trust*' (2015), '*Dirty Deeds*' (2015), '*Catch and Kill*' (2015), '*Save the Cheerleader Destroy the World*' (2015) e '*A Long Way From Home*' (2015). Estas pequenas histórias evocaram nostalgia na audiência, uma vez que trazem de volta algumas personagens secundárias da série original em papéis mais ativos, além de introduzirem novas personagens da série mais recente. Explorar as perspectivas dessas personagens permitiu à audiência compreender melhor as motivações subjacentes às suas ações nas séries e estabelecer uma ligação mais forte com elas. Embora nem todas as histórias tenham contribuído diretamente para o universo, apresentaram conceitos interessantes e as personagens eram envolventes. Alguns comentários mencionaram que esses livros mais curtos mudaram a sua visão sobre certas personagens, pois a série original apenas mostrava uma faceta delas, enquanto os *e-books* exploravam outros aspetos. Além disso, muitos protagonistas dessas histórias não eram necessariamente heróis; algumas histórias acompanhavam personagens que na série original eram vilãs, mas que agora eram apresentadas com as suas motivações e ideologias

que justificavam as suas ações. Estas histórias também ajudaram a preencher algumas lacunas nos eventos entre o final da primeira série e o início da segunda.

As quatro webséries do projeto são '*Heroes Going Postal*' (2008), '*Heroes Dark Knox*' (2008), '*Heroes Nowhere Man*' (2009) e '*Heroes Reborn: Dark Matters*' (2015). As três primeiras webséries apresentavam histórias paralelas aos eventos da primeira série, contribuindo para o universo com mais contexto sobre o mundo e os seus habitantes. No entanto, segundo as opiniões dos espetadores, nenhuma delas foi bem-sucedida. As histórias não eram atrativas, os gráficos eram pobres e algumas consistiam em cenas excluídas da terceira temporada da série original, enquanto as dinâmicas narrativas careciam de coerência. Comentários referiram que apenas os fãs fervorosos do projeto sentiriam a necessidade de assistir a esses conteúdos, a fim de poderem afirmar que viram tudo. A última websérie foi lançada como complemento à nova série '*Heroes Reborn*'. A intenção era contextualizar a organização "vilã" e servir de introdução à nova série. No entanto, foi desenvolvida no estilo "found footage", que desagradou à audiência. Estes afirmaram que parecia amadora e pouco cuidada, não sendo atrativa para o consumo e desnecessária para a compreensão da nova série.



Figura 9. Poster publicitário do jogo *Heroes Reborn Gemini*.

No projeto, existem dois tipos de jogos: dois jogos mobile, nomeadamente '*Heroes: The Mobile Game*' (2007) e '*Heroes Reborn Enigma*' (2015), e um vídeo-jogo para consola chamado '*Heroes Reborn Gemini*' (2015). O primeiro jogo mobile foi lançado

simultaneamente com a série original e permitia à audiência participar no mundo ao jogar com as suas personagens favoritas e utilizar os seus poderes. O segundo jogo mobile foi lançado com a nova série e em colaboração com o vídeo-jogo. Este seguia uma nova personagem que tinha de escapar da organização "vilã" e aprender a utilizar os seus poderes. O jogo estava em primeira pessoa, permitindo que a audiência se sentisse parte do mundo ao encarnar a própria personagem. Apesar de serem jogos casuais e simples, as principais críticas referem-se aos muitos *bugs* presentes, o que afetou a jogabilidade e a aplicação frequentemente bloqueava. O vídeo-jogo seguia outra personagem que também procurava fugir da organização e possuía mais de um poder, exigindo que a audiência aprendesse a utilizá-los em simultâneo. A forma e a ordem como estes poderes eram utilizados poderia influenciar a narrativa do jogo e determinados eventos, conferindo-lhe uma unicidade para cada jogador. No entanto, este também apresentava demasiados *bugs*, prejudicando a experiência de jogo. Uma crítica recorrente por parte da audiência era que o jogo tinha um potencial significativo e que, com mais tempo e dedicação por parte dos criadores, poderia ter sido excelente.

Com base nas opiniões da audiência sobre os vários produtos do projeto '*Heroes*', podem ser extraídas as seguintes conclusões. A audiência valoriza a abordagem inovadora do projeto ao conceito de super-heróis e a originalidade dos conteúdos. Os conteúdos mais curtos foram apreciados, especialmente quando preenchem lacunas na narrativa ou exploram as origens das personagens. A existência de um website que centraliza todas as informações sobre o universo e os produtos facilitou o consumo para a audiência. A maioria dos conteúdos apreciados pela audiência são aqueles que expandem o universo através das personagens principais ou secundárias, explorando os seus conflitos e motivações para enfrentar e reagir aos eventos que se desenrolam. Existe um leque diversificado de personagens, sendo que a maioria é complexa, com personalidades bem delineadas e que evoluem ao longo da narrativa. Os *e-books* foram uma adição valorizada, ao trazer de volta personagens secundárias e mostrar as suas histórias. Isso permitiu à audiência relacionar-se com essas personagens, mesmo quando não eram consideradas heróis, e apresentou abordagens inovadoras para lidar com conflitos quando as personagens eram mais vulneráveis.

Após a análise dos dois projetos e destacar as características apelativas que partilham, foi elaborada uma grelha de análise com seis categorias relevantes para um projeto transmediático (Apêndice E). Não foi encontrada nenhuma grelha de análise comparativa para projetos transmediáticos durante a pesquisa, por isso, a presente grelha foi desenvolvida com base na pesquisa teórica realizada e na análise dos projetos aqui apresentados. A primeira categoria é o género do projeto. A segunda categoria diz respeito à novidade do projeto, ou seja, o seu grau de originalidade dentro do domínio. A terceira categoria aborda os meios de comunicação, destacando o que foi atrativo nos meios tradicionais e nos novos meios. A quarta categoria foca-se no universo, explorando o que se adequou à premissa e ao mundo do projeto. A quinta categoria analisa as personagens, identificando o que capturou a atenção da audiência em relação aos protagonistas e às histórias de origem. Por fim, a sexta categoria centra-se na relação entre a audiência e os conteúdos do projeto, nomeadamente o que foi atrativo para a audiência em cada produto, de acordo com o meio.

Ao comparar os projetos '*The Blair Witch Project*' e '*Heroes*' e realçar as características atrativas que partilham, é possível identificar oito aspetos em comum com base nas opiniões públicas da audiência. Em primeiro lugar, existe um apreço por conteúdos que contextualizem os eventos ou as personagens. Em segundo lugar, a audiência valoriza conteúdos que preencham lacunas na narrativa. Em terceiro lugar, há uma apreciação geral pela presença de uma plataforma que reúne todas as informações num só lugar, sendo que, nos casos destes projetos, essa plataforma é um website. Em quarto lugar, a semelhança entre o mundo ficcional e o mundo real ajuda a audiência a sentir que faz parte do universo. Em quinto lugar, a audiência aprecia a diversidade das personagens, com diferentes origens e personalidades bem delineadas. Em sexto lugar, a audiência gosta de ser integrada no mundo e de interagir com ele. Em sétimo lugar, os conteúdos que abordam eventos passados são bem recebidos pelos consumidores. Por fim, em oitavo lugar, a audiência valoriza conteúdos que mergulham profundamente no mundo e estabelecem as regras físicas e morais do universo, sendo que os conteúdos visuais geralmente são os mais adequados para essa tarefa. Essas oito características foram incorporadas no projeto transmediático para verificar se realmente são as características mais atrativas num projeto transmediático, por meio de grupos de foco.

4. Realização do projeto

4.1 Protótipo de bíblia transmediática

A presente bíblia transmediática foi desenvolvida especificamente para este projeto, seguindo a estrutura utilizada por Renira Gambarato numa publicação de 2014 no *Journal of Print and Media Technology*. Essa estrutura foi aplicada previamente à análise do projeto '*Final Punishment*', da produtora *BeActive*. A estrutura em questão compreende dez componentes essenciais para a criação de um universo transmediático completo.

A primeira componente tem como objetivo definir a premissa e o propósito do projeto. Isto é, explicar sobre o que trata o projeto, o seu género, os objetivos que visa alcançar e qual é a sua contribuição para o campo do entretenimento. A segunda componente concentra-se na definição da narrativa. Neste ponto, procura-se estabelecer a estrutura do mundo narrativo a partir do qual as histórias serão concebidas, delinear o arco narrativo, o enredo e as estratégias de expansão narrativa. A terceira componente dedica-se à criação do universo narrativo. Este deve ser suficientemente vasto para permitir as expansões desejadas no desenvolvimento das histórias. A quarta variável diz respeito às personagens fundamentais que ganharão destaque no universo. Estas personagens devem ser elaboradas e completas, com traços específicos, e a sua presença nos diversos produtos deve ser coerente. O quinto ponto aborda as extensões do universo, ou seja, determina quais as expansões que se pretendem integrar no projeto e como estas impactam os produtos já existentes. A sexta componente trata da escolha dos meios ideais para expandir o projeto, visando alcançar o público-alvo adequado e aproveitar as vantagens de cada meio, bem como explorar diferentes géneros. A sétima componente concentra-se na identificação do público-alvo do projeto, compreendendo o que os atrai para se envolverem com os produtos. Seguidamente, a oitava componente é destinada à definição da experiência que o consumidor terá ao interagir com os produtos do projeto, incluindo o grau de imersão dos produtos e os mecanismos disponíveis para o consumidor interagir com as histórias. A nona componente aborda a organização do projeto, delineando como e quando cada elemento será lançado e como estes interagem entre si. Por fim, a décima componente trata da estética visual e sonora do projeto. Estes elementos devem ser pensados de acordo com o meio em que serão apresentados, aprofundando a envolvimento do consumidor.

Esta bíblia transmediática constitui um protótipo, uma vez que não é aplicada diretamente, mas serve para descrever o universo e o projeto criativo, com o intuito de alcançar os objetivos estabelecidos. As oito características destacadas no *benchmark* foram incorporadas no projeto, algumas incorporadas em vários produtos como a contextualização de acontecimentos, para que sejam validadas nos grupos de foco.

1. Premissa e propósito

O atual projeto transmediático centra-se num mundo fantástico habitado por seres humanos e criaturas mágicas. Fruto de uma dádiva concedida pela Lua, este mundo é permeado pela magia, presente na própria natureza e capaz de ser imbuída em objetos inanimados, podendo ser manipulada pelos humanos. A existência dessa magia impulsionou o progresso das sociedades de forma funcional e pragmática. No entanto, o uso desmedido da magia acarreta consequências letais e não pode ser explorado de forma indiscriminada. À medida que o enredo se desenrola, serão reveladas as verdadeiras intenções dos seres humanos, e a sua ânsia pelo poder poderá culminar na destruição do mundo tal como o conhecem.

O objetivo subjacente a este projeto transmediático é entreter a audiência, proporcionando um refúgio seguro e envolvente no qual as pessoas possam fugir temporariamente dos desafios do mundo real (Vorderer et al., 2004). Simultaneamente, o projeto aborda temas mais sérios, como saúde mental, adultério e conflitos políticos, tornando-se assim cativante e educativo para uma ampla gama de espetadores.

2. Narrativa

Dentro deste projeto transmediático, são concebidos seis produtos narrativos distintos. O título de cada produto é derivado ou está relacionado com a Lua, por esta ter um papel tão forte e presente no projeto, através da magia. O primeiro a ser lançado consiste num webcomic intitulado *Lunaris Treasure*. O cenário desenrola-se no maior reino do continente Heyural, Lunaris, onde três monarcas – os reis do norte, sudeste e sudoeste – compartilham o poder devido à vastidão do território. A narrativa do webcomic centra-se no ano 1468, quando os filhos do rei do norte descobrem uma pista relativa a um tesouro

oculto nas terras de Lunaris. Esta revelação desencadeia uma competição pelo tesouro entre os três reis, o que resulta numa busca frenética e na rivalidade entre as diferentes famílias. O enredo desenrola-se através da perspectiva dos descendentes diretos destes monarcas, nomeadamente a filha mais velha do rei do norte, o único filho do rei do sudeste e os dois filhos mais jovens do rei do sudoeste. A multiplicidade de pontos de vista permite que o espetador se familiarize com cada família, seus conflitos internos e intrigas, bem como adquira informações adicionais que não são acessíveis às personagens, o que intensifica a tensão narrativa. O enredo segue a arquitetura *plot as interwoven destiny line*, onde múltiplas linhas narrativas se cruzam ao longo da história.

O segundo produto encontra-se diretamente interligado com o primeiro. Trata-se de um jogo para dispositivos móveis denominado *Hunters Moon*. Este jogo complementa a narrativa do webcomic e é lançado um mês após o webcomic, coincidindo com a oficialização da caça ao tesouro e a competição entre os reis na história do webcomic. Ao iniciar a aplicação, o jogador escolhe qual das três famílias pretende seguir e é então integrado no círculo próximo do respetivo monarca. O jogador recebe informações confidenciais e parte em missões para obter artefatos ou informações sobre os outros reis. Durante o jogo, há eventos onde o jogador enfrenta inimigos e, por vezes, outros jogadores ligados às outras famílias reais. Adicionalmente, os jogadores têm a tarefa de recrutar novas personagens dentro do jogo, algumas das quais podem não estar presentes no webcomic. Cada personagem traz vantagens específicas ao jogador, e o jogo disponibiliza descrições detalhadas das personagens e suas histórias. Isso permite a expansão da narrativa apresentada no webcomic e a introdução de novas personagens e histórias, enriquecendo o universo global. Alguns eventos apresentam personagens antes mesmo de sua introdução no webcomic, proporcionando aos jogadores uma visão privilegiada em relação àqueles que apenas consomem o webcomic. Além disso, o jogo fornece informações suficientes para que os jogadores possam desfrutar da experiência mesmo sem ter lido o webcomic. A estrutura narrativa do jogo segue a arquitetura *flowchart*, onde todos os jogadores eventualmente atingem um ponto comum na narrativa, mas através de percursos diferentes.

O terceiro produto, também associado ao webcomic, diz respeito às páginas de redes sociais das personagens principais. Estas páginas são projetadas com base na arquitetura

plot as state-transition diagram, contribuindo linearmente para o que já foi estabelecido no webcomic. Dado que existem quatro protagonistas na história, quatro páginas de redes sociais foram criadas – duas no Instagram e duas no Twitter. A seleção dessas plataformas digitais baseou-se nas personalidades das personagens e na facilidade de utilização por parte da audiência. Em cada página, cada personagem pode partilhar as suas perspetivas sobre os acontecimentos do webcomic, bem como detalhes sobre os seus momentos quando estão ausentes de determinados capítulos. Este formato proporciona uma dimensão mais humanizada às personagens e fomenta uma relação mais íntima com a audiência.

O quarto produto a ser disponibilizado é um livro intitulado *Moonscape*. Esta narrativa serve como uma prequela à linha temporal acompanhada no webcomic e noutros produtos, constituindo-se como o único produto que decorre num período distinto. O livro desvenda a história de um grupo de ladrões contratados para roubar a coroa ornamentada de pedras preciosas – cada uma impregnada com magia – de um dos palácios mais opulentos do continente Heyural, localizado no reino de Seiroon. A tarefa revela-se excepcionalmente desafiante, resultando na morte de um dos membros do grupo. Os sobreviventes, abatidos pela perda, decidem reter a coroa e as riquezas do colega falecido, escondendo-as nas proximidades do reino de Lunaris. O livro oferece um contexto enriquecedor sobre as origens do tesouro que as personagens do webcomic procuram, alargando também a perspetiva geográfica do mundo fantasioso para a audiência. A estrutura narrativa segue a arquitetura *plot as interplay of actual and virtual events*, delineando os eventos reais e as realidades alternativas caso os desenlaces tivessem ocorrido de forma diferente.

O quinto produto compreende uma breve narrativa publicada na aplicação de jogos interativos *Episode*. Neste ambiente, o utilizador é convidado a tomar decisões que moldam a direção da história. A narrativa, intitulada *Selenophile*, acompanha uma protagonista que recentemente chegou ao reino de Teiroon e inicia um trabalho num café. O enredo desvenda que o estabelecimento está, na verdade, ligado a uma máfia – informação que a protagonista desconhece. O objetivo da narrativa é permitir ao jogador desvendar a ligação entre o café e a máfia, compreendendo o funcionamento desta última. Trata-se de uma história limitada em termos de episódios, sem continuação planeada. A inclusão deste produto visa expandir o universo narrativo, aprofundando temas mencionados de forma superficial nos outros produtos e tornando o mundo ficcional mais

intrincado. A estrutura narrativa segue a arquitetura *vetor with side-branches*, criando uma estrutura linear com oportunidades ocasionais de explorar conteúdos adicionais para enriquecer a narrativa principal.

Por último, o sexto produto narrativo é uma série de animação intitulada *Lana's Astri*. Este *spin-off* do webcomic centra-se numa das personagens principais, Lana, que embarca numa jornada própria fora da trama principal do webcomic. A série explora como Lana, desejando descobrir a sua identidade para além do poder da sua família, se vê envolvida num conflito familiar entre os dois príncipes do reino de Teiroon. A narrativa foca-se nas suas tentativas de resolver a situação, apesar da hostilidade entre os príncipes. Este *spin-off* é de curta duração e culmina com a resolução do conflito por parte de Lana, antes de ela decidir regressar a casa. A estrutura narrativa desta série segue a arquitetura *plot as travel in storyworld*, explorando geograficamente um reino pouco conhecido pela audiência.

Em resumo, estes seis produtos narrativos formam um conjunto interligado dentro do projeto transmediático, oferecendo uma experiência rica e envolvente aos consumidores ao explorar várias facetas do mundo e das personagens através de diferentes plataformas e formatos.

3. Criação do universo

A história desenrola-se no mundo de Namir, principalmente nos continentes de Heyural e Bjolin. Destacam-se dois reinos como os principais cenários das narrativas: Lunariss, a capital do reino de Heyural, e Teiroon, situado em Bjolin. Estes dois reinos são vizinhos, separados pelo oceano de Andros. Grande parte da narrativa ocorre em Lunariss, enquanto Teiroon é o foco de duas narrativas mais curtas. Apesar de se mencionarem apenas estes três reinos, os continentes são vastos, abrigando muitos outros reinos e comunidades que podem ser desenvolvidos e explorados para expandir o universo e criar mais conteúdo.



Figura 10. Ilustração criada com a ajuda da ferramenta de inteligência artificial MidJourney, para ilustrar um possível mapa de Lunaris (à direita) e Teiroom (à esquerda).

Neste universo, existem regras diferentes em relação ao mundo real. Trata-se de um mundo fantástico com magia e criaturas míticas. Contudo, isso nem sempre foi assim. No ano 429, um pedaço da lua caiu neste mundo e foi absorvido pelo mar e incorporado na natureza, infundindo-a com componentes mágicas. Surgiram plantas com propriedades mágicas, e, alguns anos depois, alguns investigadores aprenderam a manipulá-las para diversos fins, como a criação de elixires para uso medicinal, o desenvolvimento de armas com atributos reforçados - como uma espada capaz de cortar qualquer material ou um escudo impenetrável - ou até mesmo a produção de bombas explosivas de fogo, ácido, veneno, entre outras. A magia também pode ser incorporada em jóias ou roupas, um artefato acessível apenas a pessoas de certo estatuto social. No entanto, o uso da magia não é simples e acarreta consequências. Os seres humanos não conseguem metabolizar a magia

da mesma forma que a natureza ou os animais, e, por isso, sempre que alguém a usa, há um retrocesso, afetando o corpo dessa pessoa, que pode desmaiar por um período de tempo variável, dependendo da magnitude do poder utilizado. Quanto mais magia alguém usar, mais o seu corpo sofrerá, acabando por levá-lo à morte. A magia é uma entidade consciente que não gosta de ser utilizada, e, por isso, penaliza aqueles que a utilizam. Além disso, ela pode optar por não funcionar com determinadas pessoas depois de incorporada em algum objeto. Isso significa que a magia é seletiva e capaz de discernir as intenções daqueles que tentam usá-la. Isso só acontece quando a magia não está mais em sua forma natural, como uma planta.

A chegada da magia foi um momento crucial para o mundo de Namir, levando à criação de uma religião que venera a Lua como um gesto de gratidão pelo milagre que ocorreu. Existem celebrações à Lua a cada lua cheia. Além disso, anualmente, existe um momento em que é possível fazer um desejo ao mar, que se tornou mágico após a queda da Lua. Contudo, esse momento ocorre em um horário diferente a cada ano e dura apenas um minuto. Durante esse período, a água do mar brilha, e para fazer um desejo, é necessário estar submerso na água do mar. Poucas pessoas conseguiram fazer seus desejos se realizarem, mas a oportunidade existe.

Outras regras deste mundo que o diferenciam do mundo real incluem a educação, que é fornecida até os 21 anos, permitindo que todos tenham a oportunidade de estabelecer uma carreira profissional sem desigualdades. Aqueles que desejam continuar seus estudos ou atrasaram-se nos estudos após os 22 anos precisam pagar por sua educação. Também é possível optar por abandonar os estudos, mas isso coloca essas pessoas em desvantagem quando procuram emprego. No que diz respeito ao emprego, há oportunidades para todos. Quanto mais pessoas estiverem empregadas, mais rápido o reino se desenvolve e se fortalece. Portanto, o desemprego é uma escolha pessoal, não uma falta de recursos ou oportunidades.

Além disso, é importante criar um folclore no mundo ficcional para enriquecê-lo, incluindo lendas, mitos e rumores. A principal lenda deste universo envolve a possível existência de um grande tesouro escondido. O mito mais proeminente é sobre a existência de uma fórmula para a imortalidade, mas ninguém sabe quem a criou, onde está ou como o mito começou. Há também rumores de tráfico de substâncias ilegais por parte de um grupo

desconhecido e a existência de um grupo de "mutantes" resultantes de experiências que deram errado. Além disso, há rumores de que metais mais fracos e baratos estão sendo usados na produção de máquinas para aumentar os lucros.

Para compreender melhor a história deste mundo, é importante destacar algumas datas e eventos que tiveram um impacto significativo na narrativa do projeto. Duas dessas datas já foram mencionadas: o ano de 429, quando o pedaço da Lua caiu em Namir e deu início à magia, e o ano de 641, quando os investigadores aprenderam a manipular essa magia. Outra data importante é o ano de 793, quando os líderes estabeleceram regras e restrições para o uso da magia, visando minimizar seus danos. Isso levou à formação de uma máfia cujo objetivo é adquirir todos os objetos mágicos dos reinos para, eventualmente, desafiar os líderes e tomar o poder. Outras datas significativas para o reino de Lunarís são o ano de 981 e o ano de 1003, que marcam o início e o fim da Grande Guerra entre os três reis de Lunarís, uma guerra que durou 22 anos e teve um impacto devastador na população e nos recursos do reino. Posteriormente, no ano de 1258, o castelo de Seroon foi saqueado, resultando no roubo da maioria das riquezas, inclusive uma coroa extremamente poderosa, repleta de pedras mágicas. Por fim, a data mais recente e que desencadeia a primeira narrativa é o ano de 1468, quando a primeira pista para um imenso tesouro escondido é descoberta.

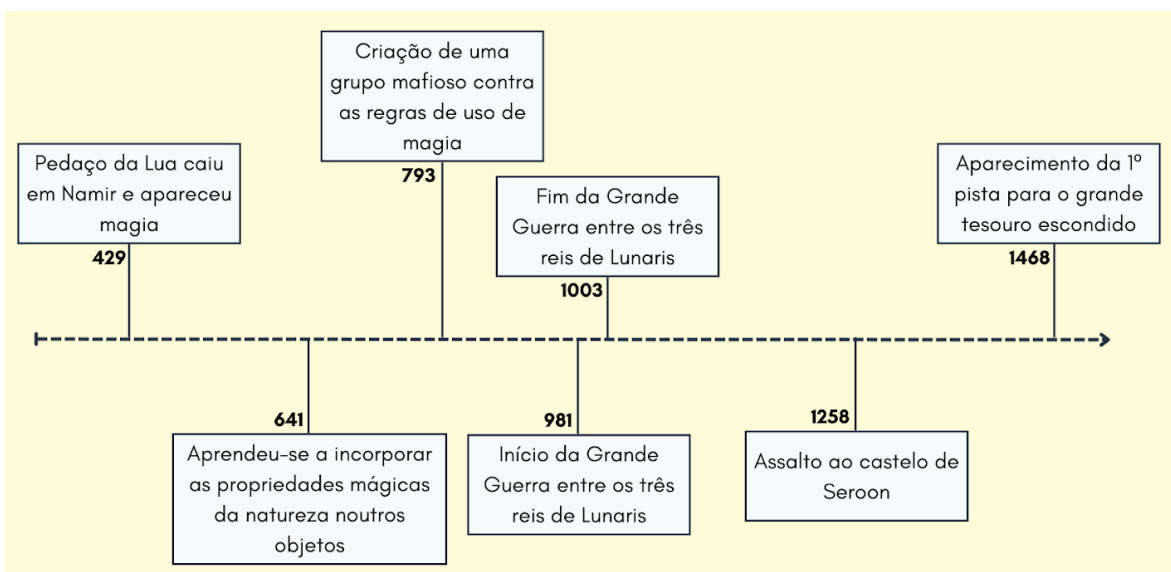


Figura 11. Cronologia das datas mais importantes para o universo e a narrativa.

4. Personagens

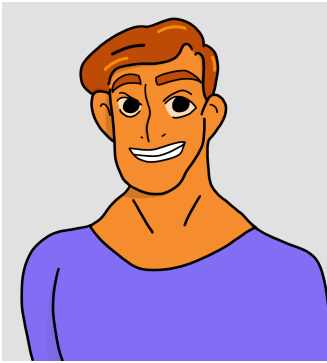
O projeto engloba um total de cinco personagens principais, através dos quais as histórias são apresentadas, servindo como o primeiro ponto de contacto com a audiência. Apenas numa narrativa, na aplicação *Episode*, a audiência assume o papel de protagonista, podendo criar e nomear a personagem. Os protagonistas das restantes narrativas são Lana Carnelian, Damiar Ripen, Ben Omura, Ruby Omura e Dennis. Cada protagonista é acompanhada por uma ilustração feita à mão, de autoria própria.



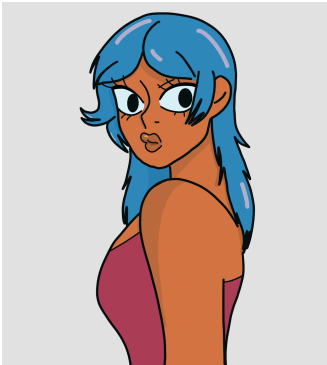
Lana Carnelian, de 23 anos, encontra-se numa fase de incerteza acerca do seu lugar no reino. Ela é a filha mais velha dos monarcas do norte de Lunarís, enquanto o seu irmão, Cassian, é cinco anos mais novo. Apesar dos seus pais serem governantes competentes, eles raramente dedicam tempo à família. Portanto, Lana tem sido a principal cuidadora do irmão desde que ele era criança. Atualmente, ela é muito protetora em relação a ele, esforçando-se para proporcionar-lhe a melhor vida possível. Esta atitude é motivada pelo amor que Lana sente pelo irmão, mas também pela tentativa de compensar o que ela própria não teve. Lana procura viver a vida que desejaria através do irmão, mesmo que isso não corresponda aos desejos de Cassian.



Damiar Ripen, de 24 anos, é um jovem atormentado pela depressão. É o único filho do rei do sudeste de Lunarís. A sua família é composta apenas pelo pai e o avô, uma vez que a mãe faleceu quando Damiar tinha apenas quatro anos. Desde então, o seu pai tem sido frio e distante, culpando-o pela morte da mãe. Damiar enfrenta inúmeros desafios de saúde mental devido ao trauma da perda da mãe e à sua relação tumultuosa com o pai. No entanto, Damiar dedica a sua vida a tentar ganhar o respeito e o orgulho do pai, mantendo o sonho de um dia reunir a família e encontrar a felicidade perdida.



Ben Omura, com 17 anos, é um jovem solitário. Ele é o terceiro filho dos monarcas do sudoeste de Lunarís e tem duas irmãs mais velhas, bem como uma irmã mais nova. Vivendo numa casa repleta de familiares, Ben é o único rapaz entre as irmãs, e a sua opinião e presença muitas vezes ficam em segundo plano perante os desejos das irmãs. Apesar disso, Ben é um jovem brincalhão, de bom humor constante e bastante distraído. Ele adora animais e passa frequentemente o seu tempo na floresta, observando animais selvagens para aprender mais sobre eles.



Ruby Omura, com 15 anos, é a irmã mais nova da família Omura. Filha dos monarcas do sudoeste de Lunarís, ela tem duas irmãs mais velhas e um irmão mais velho, Ben. Sendo a mais nova entre quatro irmãos, Ruby é excessivamente mimada pelos pais, o que a tornou preguiçosa e egoísta. Ela nunca precisou de lutar por nada na vida, uma vez que tudo lhe foi concedido com facilidade. Ruby está habituada a uma vida de privilégios. Apesar de ter crescido ao lado de Ben, eles são opostos em personalidade. Ruby adora ser o centro das atenções e só se preocupa consigo mesma, enquanto Ben prefere passar o seu tempo sozinho ou a cuidar dos animais.



Dennis, com 27 anos, é um vigarista. Ele nunca conheceu a sua família e passou a maior parte da sua vida nas ruas, onde teve de recorrer ao roubo para sobreviver. Ao longo dos anos, adquiriu habilidades de ladrão, tornando-se o melhor da sua área, um título do qual se orgulha. Devido à sua vida solitária, Dennis é uma pessoa reservada, astuta e extremamente confiante nas suas capacidades. Acredita que a riqueza o fará feliz, mas nunca existe uma quantia suficiente para satisfazer os seus desejos insaciáveis.

Existem muitas personagens secundárias no projeto transmediático, e apenas as mais relevantes em cada narrativa serão destacadas. A melhor forma de apresentá-las é

agrupando-as de acordo com as famílias reais de Lunarís, a história do livro com Dennis, a websérie de Lana e a narrativa na aplicação *Episode*. Desta forma, é possível compreender quais personagens estão inseridas em cada narrativa. Algumas destas personagens secundárias serão apresentadas com base na sua relação com as personagens principais, de modo a demonstrar a sua importância nas histórias.

Personagens secundárias do webcomic *Lunarís Treasure* e, por associação, do jogo mobile *Hunters Moon*:

Família real do Norte

- Cassian Carnelian (irmão de Lana)
- Tera e Marv Carnelian (pais de Lana e Cassian, e reis do norte de Lunarís)
- Yati (dama de companhia e melhor amiga de Lana; amante de Cosco Omura)
- General Hurjin (chefe militar da família real)

Família real do Sudeste

- Ghunter Ripen (pai de Damiar e rei do sudeste de Lunarís)
- Vermon Ripen (avô de Damiar e pai de Tenor)
- General Donovanates (chefe militar da família real)
- Soldado Bentir (braço direito do General Donovanates; meio-irmão do General Fokina)

Família real do Sudoeste

- Ferki Omura (irmã mais velha de Ben e Ruby)
- Safira Omura (segunda irmã mais velha de Ben e Ruby)
- Vurmi e Cosco Omura (pais de Ben e Ruby, e reis do sudoeste de Lunarís)
- Poppy e Sarsa Omura (tias de Ben e Ruby)
- Hunir e Gargo Omura (tios de Ben e Ruby)
- Dendi, Cronu, Salma e Bamin Omura (primos de Ben e Ruby)
- General Fokina (chefe militar da família real)

Personagens secundárias do livro *Moonscape*:

- Salem Forz (membro do grupo de Dennis)
- Nina Wei (membro do grupo de Dennis)

- Gio Loron (membro do grupo de Dennis)
- Rei Matsius (Rei de Seiroon)
- Selener Salvim (coleccionador de arte antiga; quem contrata o grupo para o assalto)

Personagens secundárias da aplicação *Episode*:

- Ren (amigo da protagonista)
- Lilo (amiga da protagonista)
- Stephan (dono do café)
- Karlus (chefe do grupo mafioso)
- Geurges (braço direito de Karlus, membro do grupo mafioso)

Personagens secundárias da websérie *Lana's Astri*:

- Ryu Juhinta (príncipe mais novo de Teiroon)
- Victorus Juhinta (príncipe mais velho de Teiroon)
- Quentin Juhinta (Rei de Teiroon)
- Furgo Juhinta (irmão de Quentin e tio de Ryu e Victorus)
- Karlus (chefe do grupo mafioso)

Estas são listas breves das personagens secundárias do projeto transmediático. Não existe uma lista específica para o produto das redes sociais, uma vez que cada conta pertence aos quatro protagonistas do webcomic *Lunaris Treasure*.

5. Extensões

Todas as extensões do projeto são desdobramentos do universo. Estas podem trazer novas personagens, novos locais e mais informações sobre um dos conflitos que está a decorrer nas narrativas, ou expandir o lado visual do universo para envolver mais a audiência neste mundo fantástico.

A partir do primeiro produto, *Lunaris Treasure*, existem três expansões diretamente relacionadas: um jogo para telemóvel, páginas nas redes sociais das personagens principais e uma websérie. Posteriormente, existe uma prequela a este primeiro produto, que é o livro

Moonscape. Existe também uma história numa aplicação de histórias interativas, que não está diretamente ligada às narrativas anteriores, mas que serve para expandir o mundo geograficamente e abordar outros conflitos menos destacados. Estes seis produtos expandem o universo narrativo, proporcionando mais conteúdo à audiência para consumir, de acordo com a sua vontade. Além disso, cada produto é uma porta de entrada para o universo, sendo capaz de ser consumido individualmente e proporcionar uma experiência divertida.

6. Plataformas mediáticas e géneros

O projeto está distribuído por cinco tipos de media diferentes: há o webcomic, na plataforma *Webtoon*; dois jogos para dispositivos móveis: um criado exclusivamente para o projeto e outro já existente, chamado *Episode*; um livro disponível tanto em formato físico como digital; uma websérie; e quatro páginas nas redes sociais: duas no Instagram e duas no Twitter.

Os dispositivos para aceder aos conteúdos são variados e existem várias maneiras de consumir o mesmo produto. O livro pode ser lido em formato físico ou digital, através de um *Kindle* ou *Kobo*. O webcomic, assim como as redes sociais, podem ser acedidos por qualquer dispositivo com acesso à internet e um motor de pesquisa, ou através das aplicações próprias das plataformas. Ambos os jogos para dispositivos móveis podem ser acedidos através de um telemóvel ou tablet que permita o download da aplicação. Existe uma grande facilidade no acesso aos produtos, para que todos possam fazer parte da experiência, independentemente do local.

A escolha dos média foi feita por duas razões. Primeiro, são todos de fácil acesso, através de vários dispositivos de acordo com os gostos e hábitos de cada pessoa. Em segundo lugar, estão relacionados com um tipo de entretenimento mais leve, humorístico e divertido, que é o objetivo do projeto. Todas as narrativas são aventureiras, com um toque de humor, algum romance e mistério. São géneros comuns no entretenimento, mas sempre bem-sucedidos, pois permitem que o público escape das suas vidas e desfrute de uma realidade alternativa. E os meios utilizados - webcomic, websérie, livro, jogo para

dispositivos móveis e redes sociais - conseguem proporcionar esse entretenimento de forma eficaz.

7. Audiência e mercado

Cada produto do projeto possui um público-alvo específico, mas, em média, o público-alvo do projeto são jovens e jovens adultos de qualquer gênero e orientação sexual, com idades compreendidas entre os 15 e os 30 anos, que demonstram interesse por conteúdos de entretenimento no gênero de fantasia e/ou animação. As fontes de inspiração para os conteúdos incluem obras como *"Lore Olympus"*, *"Shadow and Bone"*, *"Six of Crows"*, *"One Piece"*, *"AFK Arena"*, e *"Dungeons & Dragons"*. Os consumidores desses conteúdos são o público-alvo ao qual o projeto se destina, uma vez que partilham semelhanças nas histórias, apreciam elementos altamente fantasiosos e preferem abordagens mais leves em termos de tom. Os exemplos de inspiração para o projeto criativo são todos notáveis em termos de sucesso, contando com uma base de fãs que atinge milhões de seguidores em cada um deles. Esses conteúdos abrangem diversos tipos de media, incluindo livros, banda desenhada, videogames, jogos para dispositivos móveis, anime, séries, filmes e jogos de tabuleiro. A escolha de uma variedade de meios para os produtos do projeto baseia-se nas inspirações mencionadas, uma vez que existe um mercado estabelecido para este estilo de conteúdo nos diferentes meios mencionados. Além disso, há espaço para o projeto evoluir e expandir para novos meios que ainda não tenham sido explorados pelos produtos existentes. *"Lore Olympus"* é um webcomic, na plataforma *Webtoons*, que relata a histórias da mitologia grega num contexto mais atual. A arte e o desenho das personagens são a fonte de inspiração para o projeto, por associar certas cores às diferentes zonas do reino. *"Shadow and Bone"* é um livro de Leigh Bardugo, que foi adaptado para uma série televisiva em 2021, que conta a história de uma rapariga que possui magia para salvar ou destruir o mundo. Este produto inspirou uma parte do sistema mágico do universo, as consequências que esta traz nos humanos, e também inspirou a separação entre os três pontos do reino de Lunaris, tal como as diferentes classes mágicas estão separadas no livro de Bardugo. *"Six of Crows"* também é um livro de Bardugo e relata a história de um grupo de ladrões que se aventura numa missão impossível. O livro do projeto, *Moonscape*, é inspirado na história base do livro de Bardugo, mas é desenvolvida para complementar o

webcomic de forma a contextualizar o tesouro. "*One Piece*" é uma série de mangá sobre um rapaz que quer ser pirata e encontrar um tesouro escondido para se tornar o rei dos piratas. O tesouro do webcomic é inspirado no tesouro do mangá, contudo não é tão difícil de encontrar e não traz um título, apenas riquezas. "*AFK Arena*" é um jogo mobile RPG onde o jogador faz batalhas com uma equipa personalizada que está sempre a avançar níveis até quando o jogador não está ativamente a jogar. A estrutura e estética deste jogo mobile é uma inspiração para o jogo mobile do projeto, *Hunters Moon*. "*Dungeons & Dragons*" é um jogo de grupo de interpretação de papéis e narração de histórias, de alta fantasia. O conceito de haverem vários caminhos possíveis para resolver um problema e existirem sempre novos obstáculos após a resolução de um é o que inspirou o folclore deste universo. Apesar de alguns temas não estarem presentes nas histórias destes produtos, já existem temas para possíveis expansões e novos conteúdos que se encaixem bem no universo e sejam de risco elevado, para serem interessantes para a audiência.

8. Engajamento (*Engagement*)

Todas as narrativas são apresentadas a partir do ponto de vista dos protagonistas de cada história, envolvendo assim a audiência nas vivências pessoais de cada um destes. Consoante cada produto, a audiência possui diferentes graus de interatividade com a narrativa. No caso do webcomic *Lunaris Treasure*, a audiência assume principalmente um papel de observadora. Existem algumas exceções em que, no final de um capítulo, os leitores são convidados a ajudar as personagens a resolver um enigma. Através de um código QR, têm a oportunidade de solucionar o enigma, criando uma sensação de participação na narrativa. No que toca ao livro *Moonscape*, a audiência mantém-se numa posição de observação. A única interação que podem ter ocorre depois, *online*, através de discussões com a comunidade e partilha de opiniões sobre os acontecimentos.

Por outro lado, nos jogos mobile, as narrativas são totalmente interativas, requerendo que a audiência jogue para obter a informação pretendida. É através destes jogos que a audiência mergulha no universo narrativo, transformando-se numa peça ativa e essencial para o desenvolvimento da história. A participação da audiência na websérie difere, uma vez que esta contribuirá para a criação da narrativa apresentada. Através das redes sociais da personagem Lana, os seguidores serão convidados a responder a um questionário com

várias opções de acontecimentos e desenvolvimento das relações. A história será posteriormente moldada com base nas respostas obtidas. Apesar de já existir uma base para esta narrativa, muitos detalhes serão escolhidos pela audiência.

Todas as contribuições feitas pela audiência ao projeto são recompensadas através de agradecimentos. No caso do webcomic, no final do capítulo subsequente à participação da audiência, é incluída uma página de agradecimentos com os nomes dos participantes que aceitaram a divulgação. O mesmo se aplica à websérie, onde no final de cada episódio são exibidos nos créditos os nomes dos participantes que contribuíram para a narrativa através do questionário. A recompensa também está relacionada com a oportunidade de contribuir para o processo de criação de um conteúdo de interesse e vê-lo ser publicado. Nos jogos mobile, a recompensa é imediata, traduzida nas vitórias alcançadas e nos prêmios associados a cada conquista para adquirir itens dentro dos jogos. Existe também a componente de penalização: ao não participar nos eventos, os jogadores não conseguem obter os prêmios oferecidos nem aceder à informação apresentada. No caso do livro, a recompensa proporcionada à audiência é a ampliação do universo e da história global do projeto, uma gratificação para aqueles que seguem o projeto em geral, não apenas o livro. As redes sociais oferecem gratificações imediatas, permitindo aos seguidores comunicar com as personagens do webcomic sempre que desejarem. Além disso, podem ocorrer concursos com prêmios reais exclusivamente nas redes sociais, recompensando os fãs que acompanham o projeto e procuram conhecer melhor as personagens. Desta forma, os seguidores sentem-se valorizados pelo tempo que dedicam à experiência proporcionada pelo projeto.

A interatividade oferecida à audiência é fundamental para fortalecer a sua ligação ao conteúdo e ao projeto em si. A audiência pode ser cativada pelos produtos devido ao interesse na narrativa, mas existem outros elementos que contribuem para o desenvolvimento desta fidelização. A existência das redes sociais das personagens oferece aos leitores a oportunidade de comunicar diretamente com as suas personagens favoritas. A participação no desenvolvimento da websérie de Lana também promove a fidelização à personagem e a este novo conteúdo a ser lançado. Nos jogos mobile, uma forma de fidelizar a audiência é recompensá-la sempre que partilhem elementos dos jogos nas suas redes sociais. Por exemplo, na aplicação *Episode*, os diamantes são utilizados para aceder a

caminhos exclusivos nas histórias. Para obter estes diamantes, o jogador precisa partilhar que está a ler aquela história nas suas redes sociais. O mesmo se aplica ao outro jogo móvel, onde ao partilhar a aquisição de uma nova personagem ou a conclusão de um evento nas redes sociais, o jogador é recompensado com recursos do jogo, artefactos ou até personagens exclusivas.

Além da interação presente nos conteúdos do projeto, existe também um conteúdo adicional destinado a envolver continuamente a audiência e mantê-la ligada ao universo. Intitulado "*The Moonry Papers*", trata-se de um jornal com uma página no Instagram e outra no Twitter. Nestas páginas, serão publicadas peças semelhantes a notícias de jornal, com um apelo à ação para novos conteúdos lançados nos produtos. Quando um novo capítulo do webcomic é publicado ou um novo evento ocorre num jogo mobile, o jornal faz uma publicação com esse conteúdo, incentivando a audiência a consumir as novas peças. Além disso, o jornal também existe dentro do universo ficcional, sendo o jornal internacional do mundo fictício que as personagens também lêem. Desta forma, a audiência pode sentir-se parte integrante do mundo ficcional, acompanhando um produto que as próprias personagens também seguem.

9. Estrutura

O projeto é concebido e lançado como uma experiência transmediática completa, onde cada produto serve como um ponto de entrada para o universo e, em conjunto, criam uma representação realista do mundo fictício. No entanto, cada produto pode ser desfrutado de forma independente, oferecendo uma narrativa envolvente. Alguns dos produtos foram planeados para ter uma longevidade prolongada, como o webcomic, as redes sociais e o jogo mobile associado, enquanto outros foram concebidos com um fim determinado desde o início, como as narrativas do livro, da aplicação *Episode* ou da websérie. Ter produtos de longa duração ajuda a manter a fidelidade da audiência ao projeto, e ao mesmo tempo, ter conteúdos que têm um término planeado abre espaço para a criação de novos conteúdos que enriquecem a experiência global. Isso permite explorar novos elementos do universo sem sobrecarregar a audiência com uma quantidade excessiva de conteúdo ao mesmo tempo.

10. Estética

Todas as componentes do projeto, com exceção do livro, possuem uma dimensão visual. Essa abordagem permite apresentar o mundo e as personagens de forma mais clara para a audiência, facilitando a criação de um vínculo entre as personagens e o público. Apenas o jogo mobile, *Hunters Moon*, e a websérie possuem uma componente sonora. No jogo mobile, haverá uma música de fundo que estará sempre presente e que pode ser silenciada. Essa música irá variar de acordo com as missões, com o intuito de envolver mais o jogador. Por exemplo, quando o jogador estiver na tela principal do jogo, uma melodia suave de taberna estará a tocar. No entanto, ao iniciar uma missão secreta de espionagem, a música mudará para um tema mais sombrio, ajustando-se à situação em que o jogador se encontra.

4.2 Plano de conteúdos transmediático

Lunaris' Treasure - Webcomic:

O webcomic é o primeiro produto do projeto e, simultaneamente, o seu elemento central, visto que todos os outros produtos complementam a narrativa que ele apresenta. Além disso, é o produto de maior longevidade no âmbito do projeto. Este webcomic concentra-se numa busca pelo tesouro e na competição entre os três reis de Lunaris, o maior reino do continente e também o mais poderoso devido às suas riquezas e avanços tecnológicos. A estrutura narrativa deste webcomic segue a arquitetura *plot as interwoven destiny line*, ou seja, apresenta várias linhas narrativas, uma para cada protagonista, e desenvolve as suas histórias de forma linear, entrecruzando-se conforme o enredo ou subenredos. O público-alvo deste conteúdo são jovens e jovens adultos, entre os 13 e os 26 anos.

Do ponto de vista visual, o webcomic adota um estilo artístico semelhante ao de "*Lore Olympus*", um webcomic popular no *Webtoons*. Este estilo visual atrai pela sua paleta de cores reduzida, pela simplicidade artística de cada painel, focando apenas nos elementos essenciais, e também pela utilização de painéis contínuos com um único desenho, o que realça momentos ou emoções das personagens.

A narrativa do webcomic concentra-se numa busca pelo tesouro entre os três reis e as suas famílias, após Lana e o seu irmão descobrirem a primeira pista da lenda do tesouro perdido. Quando esta notícia é divulgada pelo jornal do reino, "*The Moonry Papers*", os reis entram numa disputa pelo tesouro como forma de reafirmar o seu poder sobre os outros dois reis de Lunaris. Esta competição ressuscita traumas no povo, devido às memórias de uma guerra passada, e os descendentes dos reis, que são os protagonistas da narrativa, podem não concordar com as atitudes e ações dos seus pais. A personagem de Lana irá apresentar os planos do rei do norte para a busca pelo tesouro. Já a personagem de Damiar fará o mesmo em relação ao rei do sudeste. As personagens Ben e Ruby apresentam o ponto de vista do rei do sudoeste, com Ben a oferecer também uma perspetiva externa em virtude de passar muito tempo fora do reino. A escolha da arquitetura para este produto permite acompanhar a história de cada protagonista ao mesmo tempo e ver como se interligam.

Os protagonistas agirão de acordo com as suas próprias crenças e objetivos, que podem divergir dos desejos dos seus pais. Os leitores são convidados a acompanhar as aventuras destas personagens e a auxiliá-las em certos momentos ao resolverem quebra-cabeças. Estes quebra-cabeças surgem no final de capítulos específicos na forma de um *QR Code*, o qual retrata a situação em que a personagem se encontra e a tarefa que precisa de realizar. Por exemplo, se Damiar estiver a espiar o rei do norte e ficar encurralado numa sala do castelo, no final desse capítulo haverá um *QR Code* que apresentará a sala em duas dimensões, com a missão de encontrar uma saída para Damiar. Estes quebra-cabeças não têm impacto na narrativa principal, mas permitem envolver o leitor na história. Dado que são atividades simples, até os leitores mais distantes podem participar e divertir-se. Todos os quebra-cabeças são bidimensionais para manter a coesão com a arte do webcomic e podem ter diversos objetivos. Podem ser utilizados para descobrir um caminho de fuga, como exemplificado anteriormente, ou para encontrar objetos importantes escondidos numa sala. Também podem consistir em enigmas aos quais o leitor deve responder ou ser quebra-cabeças literais que o leitor tem de montar.

Hunters Moon - Jogo mobile:

O propósito do jogo mobile é proporcionar uma experiência interativa para a audiência, seguindo a narrativa do webcomic. Através de uma série de eventos, os jogadores terão a oportunidade de aprofundar o conhecimento sobre os reis e o reino de Lunaris, compreender o funcionamento das forças militares neste mundo fantástico, descobrir objetos mágicos com poderes singulares e conhecer novas personagens que complementam as já existentes no webcomic. O público-alvo deste conteúdo são jovens e adultos, principalmente do género masculino, entre os 15 e os 30 anos.

A narrativa do jogo adota uma estrutura baseada na arquitetura *flowchart*, que se fundamenta em padrões de escolha. Assim, em cada evento, os jogadores têm a liberdade de realizar as buscas e batalhas disponíveis na ordem que preferirem, culminando em idênticos resultados, informações e recompensas.

A vertente visual deste jogo espelha a estética de um jogo mobile já existente, denominado "*AFK Arena*", que é um RPG (*role-playing game*). Neste jogo mobile do projeto em

questão, os utilizadores devem escolher a qual das três zonas do reino desejam juntar-se e assim ingressar no círculo interno do respetivo rei. A partir deste momento, os jogadores obtêm acesso exclusivo a informações secretas, artefatos e objetos mágicos, embarcando em missões que visam auxiliar o rei a alcançar o tesouro antes dos outros monarcas.

O jogo é composto por três páginas principais. Na primeira página, os jogadores podem aceder a diversas missões. Incluem-se missões diárias que proporcionam pequenos materiais para a evolução das personagens dos jogadores. Existem ainda eventos mensais nos quais os jogadores são desafiados a obter informações através de espionagem aos outros reis dentro do reino de Lunaris, com os quais competem na busca pelo tesouro. Adicionalmente, há eventos trimestrais nos quais os jogadores são incumbidos de buscar artefatos específicos e informações fora do reino, em reinos vizinhos. Para além destas atividades, encontra-se uma arena de treino onde os jogadores podem confrontar-se com outros jogadores, aliando-se a reis distintos ou permanecendo no mesmo grupo. Na segunda página, é exibida uma lista de todas as personagens que os jogadores adquiriram, acompanhada de detalhes acerca dos seus ataques, bem como acesso a um pequeno compêndio que conta a história de cada personagem. Este elemento permite o desenvolvimento do universo ficcional através das histórias das personagens, algumas das quais podem ou não estar presentes no webcomic. Na terceira página, encontra-se a loja onde os jogadores podem adquirir novas personagens e comprar materiais para melhorar e fortalecer as suas personagens. Após a obtenção de uma nova personagem, é assinalado um ponto de exclamação no compêndio, encorajando os jogadores a ler mais sobre essa personagem. Além disso, disponibiliza-se um botão de partilha nas redes sociais.



Figura 12. Imagens retiradas do jogo mobile *AFK Arena*. Esquerda: Imagem do mapa com um botão para as missões. Centro: Imagem da galeria de personagens que o jogador possui. Direita: Imagem da loja onde se pode comprar materiais.

Para além das atividades oferecidas aos jogadores, destacam-se dois elementos. Primeiro, o jornal do universo, intitulado *The Moonry Papers*, está integrado no jogo para anunciar novos eventos, personagens e desenvolvimentos na história que sejam relevantes para todos os jogadores, independentemente da zona à qual estão alinhados. Este jornal também comunica novos capítulos do webcomic e publicações fictícias que as personagens possam ter efetuado nas suas redes sociais, as quais serão abordadas a seguir. O outro elemento presente no jogo mobile é uma secção dedicada à comunidade, onde os jogadores podem partilhar a aquisição de novas personagens, recompensas e as suas opiniões sobre os eventos. Adicionalmente, podem interagir com outros membros da comunidade, trocar ideias e divulgar conteúdos criados pelos fãs.

Redes Sociais:

A criação de páginas nas redes sociais, nomeadamente no Instagram para Lana e Ruby, e no Twitter para Damiar e Ben, tem como objetivo possibilitar à audiência uma relação mais próxima com os protagonistas da narrativa principal do webcomic. Nestas páginas, serão

partilhados conteúdos exclusivos de cada um dos protagonistas, abordando o que estes sabem acerca da caça ao tesouro e das intrigas familiares. O público-alvo deste conteúdo são jovens, dos 13 aos 19 anos.

Do ponto de vista narrativo, esta abordagem segue a estrutura da arquitetura *plot as state-transition diagram*, pois acrescenta mais informações ao que já existe na narrativa do webcomic, sobre os acontecimentos e sobre as personagens. Quando um capítulo do webcomic se concentra mais num dos protagonistas, os restantes partilham nas redes sociais as suas atividades, contribuindo assim para complementar o que foi transmitido e compensar os fãs que não tiveram tanto contacto com os seus protagonistas preferidos. Além disso, por meio das redes sociais, é possível evidenciar traços de personalidade dos protagonistas, bem como os seus gostos e conflitos pessoais no contexto da caça ao tesouro.

As redes sociais escolhidas para o projeto - Instagram e Twitter - foram selecionadas devido ao seu amplo uso por parte dos jovens e adultos que constituem o público-alvo do projeto. Além disso, o conteúdo a ser partilhado é mais facilmente produzido em grande quantidade em menos tempo. No Instagram, serão partilhadas imagens estáticas, enquanto no Twitter será publicado conteúdo escrito, eventualmente acompanhado por imagens estáticas. Ao contrário, por exemplo, do TikTok, que se dedica exclusivamente à partilha de conteúdo em formato de vídeo, implicando um investimento de tempo considerável na sua criação. A escolha de separar as personagens femininas com uma página no Instagram e as personagens masculinas com uma página no Twitter foi baseada nas personalidades das personagens.

Na página do Instagram de Lana, ela partilhará conteúdos relacionados com o seu irmão Caspian, uma vez que se dedica a protegê-lo e proporcionar-lhe uma vida feliz. Lana passava muito tempo sozinha antes do nascimento de Caspian, pois os pais, ocupados como reis, destinavam mais tempo ao reino do que à filha. Quando Caspian nasceu, Lana empenhou-se em proporcionar-lhe tudo o que ela própria não tivera, visando a sua felicidade. No entanto, durante a caça ao tesouro, os pais começam a dar mais atenção a Caspian, já que é rapaz e o futuro rei, relegando Lana para um papel secundário, apesar de ser mais velha. Nas redes sociais, Lana partilhará os seus sentimentos relativamente aos vários acontecimentos e expressará as suas opiniões acerca da caça ao tesouro e do impacto

desta no povo. Além disso, revelará os seus interesses, como a pintura, sendo comum encontrá-la em jardins ou cenários florestais. Deste modo, a audiência terá a oportunidade de compreender melhor Lana e de conhecer a geografia e a estética do seu mundo.

Na página de Instagram de Ruby, o conteúdo partilhado divergirá, visto que a personagem é egocêntrica e não hesita em recorrer a qualquer meio para alcançar os seus desejos. Sendo a filha mais nova, Ruby cresceu num ambiente de mimos desde o nascimento, sendo esta a sua principal característica de personalidade. Além disso, manifesta-se vingativa quando não obtém o que deseja. As publicações que Ruby poderia partilhar variam entre idas às compras, festas privadas, uma abundância de imagens suas, críticas a personagens que não aprecia e até alguma espionagem de modo a obter informações para potencial chantagem. A audiência terá a oportunidade de aprender sobre o lado abastado do reino e adquirir um entendimento mais profundo sobre Ruby, para além da menina mimada retratada no webcomic.

Quanto à página de Twitter de Ben, o conteúdo a ser partilhado centrar-se-á menos na família e nos conflitos ligados à caça ao tesouro, incidindo mais na vida do povo. Sendo o único rapaz entre quatro irmãs, Ben acaba por ser negligenciado pelos pais, ofuscado pelo barulho e pela atenção que as irmãs captam. Por essa razão, Ben costuma evadir-se do castelo e explorar o reino com maior liberdade do que os outros protagonistas. Nutre um carinho especial por animais e criaturas mágicas, o que se refletirá nos conteúdos visuais que partilhará. No entanto, também partilhará informações acerca da vida do povo e das dificuldades que este enfrenta sob a governação dos reis de Lunaris. Através dos conteúdos partilhados por Ben, a audiência terá a oportunidade de conhecer melhor os habitantes do reino, humanos e animais, e envolver-se mais profundamente na dinâmica deste mundo.

Por último, na página de Twitter de Damiar, os conteúdos a serem partilhados poderão oscilar entre um tom sério e humorístico. No webcomic, Damiar é uma personagem distante e isolada, com um trauma que pesa sobre a sua consciência. No entanto, também revela um sentido de humor que reserva para a sua página privada, a fim de não expor ao seu pai rigoroso as suas fragilidades. Seguindo a página de Damiar, a audiência poderá obter uma visão mais nítida da verdadeira identidade de Damiar, para além da máscara que utiliza como filho do rei. Serão partilhados outros conteúdos, como os seus planos para assumir o trono no futuro e como estes divergem das intenções do rei atual. Através destas

partilhas, a audiência conseguirá compreender mais profundamente as motivações subjacentes às ações de Damiar e estabelecer uma ligação mais próxima com a sua personagem.

Moonscape - Livro:

No contexto deste projeto, o livro assume o papel de uma prequela à narrativa apresentada no webcomic. O seu propósito é fornecer contexto acerca da origem do grandioso tesouro perdido e expandir o universo ao situar-se num reino distinto das restantes histórias, adotando uma perspetiva singular uma vez que os protagonistas são bandidos. O público-alvo deste conteúdo são jovens e jovens adultos, entre os 13 e os 26 anos.

O livro introduz quatro protagonistas, que também desempenham o papel de quatro perspetivas distintas na história. Dennis, previamente apresentado na bíblia transmediática, é um dos mais hábeis ladrões do continente de Heyural. Apesar disso, a sua insegurança em relação às suas capacidades torna-o um elemento instável em situações de grupo. Salem, por sua vez, é conhecido pela sua habilidade em abrir qualquer fechadura, estabelecendo-se como aliado e rival, devido ao seu egocentrismo. Nina, talentosa acrobata de estrutura frágil, é capaz de infiltrar-se em qualquer lugar sem levantar suspeitas. Embora tenha sido outrora criada na casa de uma poderosa família real, fugiu com objetos valiosos após sofrer abusos e esconde-se nas sombras desde então. Finalmente, Gio é um traficante de mercadorias que opera por contrato, embora sofra de vícios relacionados a jogos e manifeste problemas de temperamento, prejudicando a sua reputação.

A narrativa deste livro segue uma arquitetura plot as *interplay of actual and virtual events*, ou seja, combina a narração dos acontecimentos em curso com realidades alternativas resultantes de escolhas diferentes por parte das personagens. Esta abordagem permite destacar as personalidades dos quatro protagonistas, bem como as suas segundas intenções associadas ao assalto e a possibilidade de traição, conferindo maior envolvimento à história. Mais, como é um medium que não possibilita interatividade, apresentar a narrativa com uma mistura dos acontecimentos reais e realidades alternativas torna a história mais interessante para o leitor e deixa espaço para a interpretação de alguns detalhes.

A seguir, é apresentado um resumo da história que seria desenvolvida no livro:

O enredo desenrola-se no continente de Heyural, cem anos antes dos eventos retratados nos webcomics. A região é assolada por frequentes assaltos. Entre os ladrões mais famosos destaca-se Dennis, que não hesita em gabar-se dos seus êxitos em grandes roubos. No entanto, num desses assaltos, é surpreendido pelo dono da casa e acompanhado por vários guardas. Dennis, em busca de uma rota de fuga, fica atônito quando o proprietário lhe faz uma proposta intrigante: oferece-lhe imunidade em troca dos seus serviços num assalto a ser perpetrado pelo próprio Dennis. A proposta envolve o assalto ao castelo de Seiroon, onde se encontra um artefato recentemente descoberto, uma coroa de ouro e pedra da lua circundada por rubis e opalas. Embora relutante, Dennis aceita o acordo para evitar ser detido. Ciente da seriedade da situação, ele percebe que não conseguirá concretizar o assalto sozinho. Assim, tenta recrutar três outros ladrões: Salem, Nina e Gio. Inicialmente, eles recusam a oferta, mas Dennis convence-os a aderir ao plano, oferecendo-lhes uma generosa parte do lucro. Após duas semanas de planeamento, escolhem uma data para o assalto: o primeiro dia de inverno, quando o rei realiza uma festa de grandes proporções, facilitando a entrada e saída despercebida. O assalto inicia-se, mas rapidamente se complica. Devido ao novo artefato, o castelo reforça a segurança, duplicando o número de guardas, a maioria deles a patrulhar os caminhos que levam à sala de exposição onde a coroa está exposta. A operação enfrenta desafios significativos, altos e baixos, com várias situações complicadas. No final, conseguem roubar a coroa e escapar do castelo. No entanto, Nina fica gravemente ferida e acaba por falecer durante a fuga. Devastados, os outros ladrões decidem esconder o dinheiro e a coroa, assim como os pertences de Nina. Depois de esconderem os objetos, optam por não voltar a reunir-se.

Selenophile - App Episode:

A aplicação *Episode* proporciona a oportunidade de criar uma história interativa, com o intuito de permitir ao jogador tomar decisões e moldar a sua própria experiência na narrativa. Nesse sentido, foi concebida uma história que aborda o tema da máfia, um tema

que não é explorado em nenhum outro conteúdo. E nesta plataforma, a audiência pode interagir com o universo ficcional e criar a sua própria personagem dentro desse contexto. O público-alvo deste conteúdo são jovens e jovens adultos, principalmente do gênero feminino, entre os 13 e os 20 anos.

A história apresentada na aplicação é uma história fechada, com um número limitado de capítulos e um elenco reduzido de personagens, de forma a evitar sobrecarregar o jogador e a complexificar demasiado a narrativa. A protagonista desta história é uma jovem, mas todas as suas características são definidas pelo jogador: o nome, a aparência física, as roupas que veste e os principais traços de personalidade. Estes últimos são escolhidos a partir de uma lista proposta ao jogador, que pode selecionar quais deseja incorporar na personagem. As escolhas efetuadas têm pequenas variações na forma como a personagem se expressa. As personagens secundárias merecem destaque pois é com elas que o jogador irá interagir. Stephan, o proprietário do café onde a protagonista trabalha, Karlus, o líder do grupo mafioso com um acordo secreto com Stephan, Sonia, colega de trabalho da protagonista, e Ren e Lilo, clientes do café que se tornam amigos da protagonista.

Para além de personalizarem a protagonista, os jogadores podem também decidir com quais personagens desejam desenvolver interações mais profundas, em quem confiam para partilhar segredos, com quem estabelecem relações românticas, se pretendem espiar alguém ou ouvir conversas secretas. Devido ao caráter interativo, a história segue uma arquitetura *vector with side-branches*, ou seja, a narrativa tem uma base linear, mas existem momentos onde o jogador pode optar por obter mais informações para complementar a história. Como é um conteúdo curto, disponibilizar informações adicionais sobre as personagens complementa a história e oferece uma experiência mais cativante para o jogador.

Segue-se um resumo da história que seria desenvolvida na aplicação Episode:

A protagonista, cujo nome e personalidade é definida pelo jogador, chegou recentemente ao reino de Teiroom e consegue um emprego num café. Durante a primeira semana de trabalho, a protagonista conhece diversas pessoas, incluindo o dono do café, um colega de trabalho e dois clientes frequentes. O jogador tem a oportunidade de escolher com quais destas personagens deseja estabelecer relações

mais próximas e prolongar a história. Num determinado dia, a protagonista chega ao trabalho mais cedo e testemunha uma conversa entre o dono do café e um homem com características mafiosas. Este acontecimento deixa a protagonista intrigada e ela procura desabafar com alguém sobre o que viu. Na semana seguinte, a protagonista chega novamente mais cedo e volta a ouvir uma conversa suspeita entre o dono do café e o homem mafioso. O jogador tem a opção de escolher se a protagonista deve ouvir a conversa ou sair do local. No entanto, ambas as escolhas levam a protagonista a fazer barulho, sendo descoberta pelos dois homens. A protagonista é capturada pelo grupo mafioso e levada para o esconderijo deles. O grupo revela os seus planos e o acordo que têm com o dono do café para utilizar o estabelecimento para lavagem de dinheiro. Decidem que a melhor forma de lidar com a protagonista, agora que esta conhece os seus planos, é eliminá-la. No entanto, antes que isso aconteça, as outras personagens com quem a protagonista desenvolveu relações próximas aparecem para a resgatar, juntamente com as autoridades do reino. Alguns mafiosos são capturados, incluindo o dono do café, enquanto outros conseguem escapar. A protagonista é libertada e expressa a sua gratidão às pessoas que a ajudaram. Se a protagonista tiver uma relação mais profunda com uma das personagens secundárias, esta revela o seu amor e partilha um beijo. Após a captura de todos os mafiosos, um membro das autoridades junta-se à protagonista e às outras personagens, explicando que o dono do café foi detido e é necessário seleccionar alguém para assumir a gestão do estabelecimento, caso contrário terá de encerrar. As personagens secundárias sugerem que a protagonista assuma o cargo e tome conta do café. A protagonista aceita com entusiasmo e agradece pela oportunidade. Passada uma semana, o café encontra-se movimentado com pessoas felizes, e a protagonista, ao lado do parceiro com quem desenvolveu uma relação mais forte, exhibe um semblante alegre.

Lana's Astri - Websérie:

A websérie representa uma sequência do webcomic, centrada numa das protagonistas, Lana. Após a emocionante aventura da caça ao tesouro, Lana sente um desconforto interno e decide empreender uma jornada de autodescoberta. O seu objetivo é compreender a sua

identidade para lá da sua posição como membro da realeza. A websérie é composta por seis episódios, cada um com uma duração de 15 a 20 minutos, que serão publicados numa página dedicada ao projeto no YouTube. O público-alvo para este conteúdo são jovens e jovens adultos, entre os 13 e os 26 anos.

Além de Lana, a websérie apresenta outros dois protagonistas, Ryu e Victorus. Estes são irmãos e príncipes do reino para onde Lana foge. Ryu, o irmão mais jovem, é rebelde e procura escapar às suas responsabilidades, enquanto Victorus, o irmão mais velho, é o oposto, tendo os olhos postos no seu futuro como líder do reino. Destacam-se também outras personagens relevantes na trama, como Quentin, o rei do reino, Furgo, irmão do rei e tio de Ryu e Victorus, e Karlus, o líder do grupo mafioso.

A websérie apresenta a aventura de Lana quando chega a um novo reino e vê-se presa num conflito entre os dois príncipes deste reino. O mais novo é acusado de um crime e o mais velho está encarregado de trazer o irmão à justiça. Lana procura ajudar Ryu ao despistar Victorus, mas rapidamente percebe que o conflito é maior do que os dois irmãos. Ryu e Victorus têm de se reconciliar para ajudar Lana a proteger o reino de um ataque mafioso, que é o verdadeiro culpado do crime que Ryu estava a ser acusado. A estrutura narrativa segue a arquitetura *plot as travel in storyworld*. Como este produto apresenta um novo local geográfico, esta estrutura permite apresentar a história ao mesmo tempo que demonstra o novo reino à audiência, assim expandindo o mundo ficcional geograficamente.

Para envolver a audiência, será disponibilizado um questionário à comunidade. Este questionário propõe diversas ações e decisões que Lana deverá tomar ao longo da sua jornada. A audiência terá a oportunidade de contribuir para a construção da história que deseja testemunhar. Alguns dos aspetos abordados no questionário incluiriam:

- A escolha entre o país vizinho ou o continente adjacente para Lana;
- A decisão de buscar o amor ou concentrar-se em si própria;
- A opção de comunicar a sua partida ao irmão ou desaparecer durante a noite;
- A escolha de aprender habilidades de combate ou não;
- A opção de dominar o uso da magia ou não;
- A decisão de manter o contacto com o irmão;

- A escolha de mudar o seu visual.

Segue-se um resumo da história que seria desenvolvida na websérie, dividido por episódios:

Episódio 1:

De acordo com as escolhas da audiência, a narrativa gira em torno da decisão de Lana de fugir de casa e viajar para um reino vizinho, com o propósito de descobrir a sua verdadeira identidade, para lá da sua posição como membro da família real. No entanto, logo no dia da sua chegada, Lana vê-se envolvida num conflito entre os príncipes deste reino. Ryu, o irmão mais novo, é acusado de roubar um colar valioso pertencente à falecida mãe. Por sua vez, Victorus, o irmão mais velho, é encarregado de capturar Ryu e recuperar o colar para o cofre do castelo. Lana torna-se parte deste conflito quando é vista a falar com Ryu. Após Ryu explicar a sua situação e garantir a sua inocência, Lana decide ajudá-lo na sua defesa.

Episódio 2:

Consoante as escolhas do jogador, Lana e Ryu desenvolvem um plano para limpar o nome de Ryu. Lana oferece ajuda a Victorus fingindo que vai ajudá-lo a capturar Ryu, mas na realidade, torna-se uma espiã para defender a inocência de Ryu perante Victorus. Lana entrega-se aos guardas para ter a oportunidade de falar com Victorus e fornece informações falsas que podem levar a Ryu. Lana consegue infiltrar-se no círculo próximo de Victorus e avisa Ryu sobre os planos de Victorus para capturá-lo.

Episódio 3:

Enquanto passa mais tempo com Victorus, Lana começa a perceber a perspetiva dele em relação à situação. Lana compreende que ambos os irmãos enfrentaram um momento difícil e que poderiam ter apoiado um ao outro. Lana sente empatia por Victorus e começa a questionar as suas próprias intenções. Determinada a ajudar, Lana procura unir os irmãos para resolverem as suas diferenças. Lana organiza um encontro entre Ryu e Victorus, sem revelar a presença do outro, e obriga-os a conversar.

Episódio 4:

O encontro entre os irmãos começa de forma conturbada, com uma discussão a transformar-se em confronto físico. Lana intervém, expressando o que aprendeu sobre ambos e realçando como a falta de comunicação é o verdadeiro obstáculo entre eles. Depois de se acalmarem, Ryu, Victorius e Lana decidem unir forças para resolver o mistério do colar roubado. Juntos, descobrem que o verdadeiro culpado é o tio de Ryu e Victorius, que planeava vender o colar à máfia. Decidem confrontar o tio.

Episódio 5:

Ao enfrentar o tio e os membros da máfia, o grupo cai numa armadilha. Lana e Ryu são capturados, enquanto Victorius consegue escapar. São levados para um armazém onde o tio e a máfia se reúnem. Lana ouve uma referência ao colar no armazém e percebe que algo pior se avizinha. O líder da máfia e o tio discutem os seus planos, culminando com a decisão de incendiar o armazém e eliminar todas as provas. O trio enfrenta uma situação de vida ou morte.

Episódio 6:

Quando tudo parece perdido, Victorius chega ao armazém acompanhado pelos guardas reais. Combate irrompe entre a máfia e os guardas. O confronto acidentalmente dá início a um incêndio no armazém. Lana, Ryu e Victorius tentam escapar, mas Lana percebe que o colar está dentro e decide arriscar tudo para recuperá-lo. Com a ajuda de Victorius e Ryu, Lana escapa com o colar enquanto o incêndio consome o armazém e os seus ocupantes. O rei é informado da verdade e retira as acusações contra Ryu. Os três protagonistas são honrados por ajudarem a resolver o conflito. Ryu e Victorius convidam Lana a permanecer no reino, mas ela escolhe regressar a Lunarís, determinada a abraçar o seu papel e defender a sua posição como futura líder do seu reino.

4.3 Grupos de foco e Discussão de dados

Para o atual projeto, foram conduzidos dois grupos de foco com o propósito de apresentar a investigação em curso e validar as características que a potencial audiência considera mais atrativas. Os grupos de foco decorreram em semanas consecutivas, com uma sessão de apresentação do projeto com duração de meia hora, seguida de uma discussão de uma hora e meia, orientada por perguntas predefinidas. O primeiro grupo foi constituído por cinco participantes, com idades compreendidas entre os 23 e os 25 anos, seleccionados por serem potenciais consumidores do projeto, inserindo-se no mercado-alvo. O segundo grupo, originalmente planeado para ter cinco participantes, acabou por ser composto por quatro, devido a um contratempo pessoal de um dos participantes. As idades dos participantes do segundo grupo variaram entre os 18 e os 26 anos, também sendo escolhidos por serem potenciais consumidores do projeto.

Durante a fase de apresentação, os participantes foram convidados a adiar as suas questões até ao final, a fim de evitar interrupções e manter a sequência da apresentação. Esta começou por introduzir o conceito de projeto transmediático, seguindo-se a apresentação detalhada do projeto, abordando o universo, as personagens e, por fim, um esboço dos produtos que integram o projeto. Na fase subsequente de discussão, um guião de perguntas (Apêndice F) orientou a interação com os participantes. No entanto, nem todas as perguntas foram colocadas, visto que algumas já tinham sido abordadas durante a apresentação ou se tornaram menos pertinentes ao longo da discussão.

Durante a primeira parte dos grupos de foco, que compreendeu a apresentação do projeto, as expressões faciais dos participantes foram captadas em vídeo. A análise destes vídeos permitiu criar uma tabela descrevendo as expressões faciais de cada participante em diferentes momentos da apresentação (Apêndice G e Apêndice H). Verificou-se que os participantes J., A.C., G. e V. demonstraram menos expressividade ao longo da apresentação, exibindo apenas algumas expressões emocionais em momentos específicos. Em contrapartida, os participantes A., C.F., R. e C. revelaram-se bastante expressivos, manifestando diversas emoções ao longo da apresentação. As expressões mais frequentes foram a alegria e concordância com a apresentação, o entusiasmo por detalhes mencionados sobre as personagens ou histórias, a surpresa com elementos originais que

captaram a atenção, a empatia por detalhes relacionados às personagens e a satisfação ao perceber a relação entre as histórias.

De seguida, é apresentado um resumo das respostas obtidas nos dois grupos de foco, categorizadas em quatro seções: apreciação geral o projeto, apreciação do mundo, apreciação das personagens e redes sociais, e a apreciação de cada produto. As descrições fornecidas são sínteses das transcrições das respostas obtidas pelos participantes (Apêndice I e Apêndice J).

Apreciação geral do projeto:

Na análise geral do projeto, os participantes do primeiro grupo de foco demonstraram um entusiasmo considerável pelo projeto e pelas diversas formas como ele se expande. Duas características que os participantes destacaram como atrativas foram a flexibilidade na ordem de consumo dos produtos do projeto e a não necessidade de consumir um para compreender os outros. Isso foi considerado algo único e raro em comparação com projetos que vêm com maior frequência. Cada participante inicialmente foi atraído pelos produtos que mais se alinham com suas preferências pessoais, com destaque para o webcomic e o livro, bem como a conexão entre eles. Um dos membros do grupo afirmou que não é o tipo de consumidor que normalmente busca por elementos adicionais de um projeto, mas que, no máximo, consideraria assistir a um vídeo *online* explicando os outros produtos. No entanto, os outros membros do grupo expressaram a possibilidade de buscar mais conteúdo do projeto, especialmente se estiverem profundamente envolvidos na história. O grupo também mencionou alguns pontos negativos. Um dos participantes expressou preocupações em relação ao plano das redes sociais, afirmando que as páginas das personagens não deveriam abordar temas sérios ou de saúde mental, pois isso poderia ser percebido como apropriação cultural ou influenciar negativamente a audiência. Além disso, outro participante afirmou não gostar da ideia de haver consequências no uso da magia. Esse tema gerou alguma discussão, e embora o grupo tenha compreendido a razão por trás das consequências, esse participante em particular afirmou que não conseguia apreciar o conceito. Isso ressalta a importância de equilibrar elementos de fantasia com a aceitação pela audiência e sua capacidade de suspender a descrença.

No segundo grupo de foco, os participantes mostraram-se intrigados pelo projeto, descobrindo o conceito de transmedia e o que ele envolve. Um dos membros afirmou não conhecer nenhum exemplo de projeto transmedia e, por essa razão, ficou curioso sobre o projeto apresentado e como ele está construído. Todos concordaram que a apresentação foi densa, pois houve muita informação apresentada ao mesmo tempo, mas alguns elementos chamaram a atenção deles. As redes sociais foram um dos produtos mais mencionados, devido às oportunidades que oferecem para o desenvolvimento de personagens e para o processo de identificação com a audiência. A magia e o desejo ao mar também foram destacados como elementos atrativos, pois têm um forte impacto na forma como a população vive. Todos os membros sentiram curiosidade e interesse pelo projeto, embora tenham afirmado que precisariam consumir os produtos para formar uma opinião mais fundamentada. Um membro observou que sente falta de um protagonista menos poderoso misturado com os filhos dos reis no webcomic. Alguém com um ponto de vista do povo ou de um estatuto mais baixo para equilibrar a história. Além disso, eles sentiram que o povo de Lunarís deveria ser mais reativo, considerando o trauma que já sofreram durante a Grande Guerra. Alguns participantes sentiram empatia pela personagem de Damiar e seu trauma de infância, e demonstraram muito interesse pela personagem de Dennis, e como ele se desenvolveria na sua história.

Interesse pelo mundo apresentado:

Quanto ao mundo fictício apresentado no projeto, os participantes demonstraram um interesse considerável na originalidade da magia, que é tratada como um fenômeno natural ligado à natureza viva e tem uma relação complexa com os humanos, criando incompatibilidades entre pessoas e artefatos mágicos. O folclore despertou o interesse desses participantes, deixando-os curiosos para descobrir como esses detalhes estão incorporados nas histórias. O único comentário não positivo dos participantes foi que acharam a apresentação do mundo curta e desejariam conhecer mais sobre ele. Os membros do segundo grupo de foco expressaram apreço pela relação entre a Lua, o mar e a magia, considerando isso o elemento mais interessante do mundo fictício. O tema do desejo ao mar deixou os participantes ansiosos por mais informações e eles ficaram desapontados por esse não ser o tema principal de nenhum dos produtos. Um dos membros

do grupo acredita que se o projeto fosse baseado apenas no tema do desejo, seria mais interessante, fácil de seguir e atrairia a atenção de um público mais amplo. Além desses comentários, os membros sentiram falta da apresentação de algumas personagens secundárias, especialmente os irmãos dos protagonistas.

Relação com as personagens:

No que diz respeito às personagens, os participantes do primeiro grupo de foco afirmaram inicialmente que não tinham uma opinião sobre elas, pois ainda não as viram em ação nas histórias. O *background* de algumas personagens chamou a atenção dos participantes, deixando-os curiosos para descobrir como essas personagens irão agir nas histórias e como irão lidar com os conflitos. Também foi destacado que, como os protagonistas têm uma idade semelhante ao público-alvo, é mais fácil para eles se identificarem. Quanto às redes sociais, os participantes acharam a ideia interessante para conhecer melhor as personalidades das personagens e obter mais história através das páginas dos protagonistas, mas consideraram que é direcionada para um público mais jovem. Um elemento destacou que não deveria ser possível falar diretamente com as personagens para evitar más influências. Os participantes do segundo grupo de foco começaram por destacar o aspeto visual das personagens, pois sentiram que não aprenderam o suficiente sobre elas para formar uma opinião concreta. A personagem de Dennis foi apreciada por todos os membros deste grupo por ser diferente dos outros protagonistas. Já Lana foi descrita como uma personagem formulaica, ou seja, uma personagem com uma personalidade comum em várias histórias diferentes. Um membro do grupo destacou que Lana, ao ter essas características, chamaria a atenção da audiência e seria mais fácil criar uma ligação com ela, por ser uma personagem que já conhecem e com a qual conseguem identificar-se. Quanto ao tema das personagens terem redes sociais, este grupo considerou uma vantagem. Permite criar e aprofundar a ligação entre o consumidor e a personagem, além de ajudar a entender melhor como funciona o mundo fictício. Contudo, os participantes também mencionaram um inconveniente deste produto, que é a impossibilidade de rever os conteúdos. Ou seja, como as redes sociais acompanham o webcomic, os consumidores que se juntarem mais tarde já não terão esse acompanhamento, pois os conteúdos já foram publicados e até podem ter sido apagados, no caso das *stories* do Instagram. Além das

páginas das personagens, este grupo também debateu sobre a página do jornal universal. O grupo mencionou que o jornal é uma adição interessante e benéfica para o projeto, pois pode apresentar as várias histórias dos produtos à audiência e contextualizar alguns acontecimentos importantes para aqueles que não desejam consumir um dos produtos, mas ainda assim querem manter-se informados.

Apreciação do webcomic, *Lunaris Treasure*

No tópico do webcomic *Lunaris Treasure*, os participantes do primeiro grupo de foco manifestaram uma grande apreciação pela história e pela perspectiva que é apresentada. Apesar de a plataforma *Webtoon* ser desconhecida para a maioria, todos se mostraram disponíveis para aprender a usá-la, pois o formato visual ajuda os leitores a mergulharem no mundo e na narrativa. O nível de envolvimento disponível foi uma característica que quatro dos cinco participantes afirmaram adorar, e duas razões foram destacadas. Por um lado, aqueles que gostam da história apreciam a possibilidade de se envolverem nela e de sentirem que fazem parte da aventura. Por outro lado, foi valorizado o facto de os participantes considerarem que essa interatividade permite aos leitores serem ouvidos pelos criadores e compreenderem o que a audiência aprecia ou não no produto. Para exemplificar esta razão, foram apresentados dois exemplos de como a envolvimento da audiência levou a melhorias em produtos. Um desses exemplos refere-se a uma das bandas-desenhadas do Batman nos anos 90, que realizou um inquérito junto dos leitores sobre o destino da personagem Robin, devido à sua impopularidade entre a comunidade. O outro exemplo, mais recente, relaciona-se com o filme do Sonic de 2020, que redesenhou o protagonista devido à revolta dos fãs em relação ao *design* alternativo criado pela produtora. No entanto, o quinto elemento do grupo de foco expressou o seu desinteresse pela interatividade disponível, afirmando que “não consome este tipo de produto para se envolver, mas sim para relaxar”. Este mesmo participante destacou ainda um aspeto que não gostou na história, a falta de um "*underdog*", ou seja, uma personagem de estatuto mais baixo e com menos recursos do que os protagonistas. Este participante sentiu que faltava um equilíbrio entre os protagonistas. Os elementos do segundo grupo de foco começaram por mencionar a interação disponibilizada no webcomic, pois consideram que esse elemento torna o produto mais interessante e educativo. No entanto, este grupo não se

interessou tanto pela caça ao tesouro, afirmando que esse enredo não os atrai particularmente. No entanto, a existência de uma interação que envolve os leitores foi considerada inovadora e capaz de envolver mais a audiência na história. Um membro afirmou que o facto de ser um produto com um elemento visual ajuda a audiência a entrar e a compreender melhor o mundo, sendo um formato fácil de consumir.

No que diz respeito aos produtos específicos do projeto, houve uma variedade de opiniões. No webcomic *Lunaris Treasure*, a interatividade foi elogiada pela sua capacidade de envolver os leitores na história e permitir que eles se sintam parte dela. A plataforma visual do *Webtoon* também foi considerada benéfica para introduzir os leitores no mundo e na narrativa. No entanto, houve um participante que expressou desinteresse na interatividade, preferindo consumir o conteúdo para relaxar.

Apreciação do jogo mobile, Hunters Moon

No tópico do jogo mobile *Hunters Moon*, os participantes do primeiro grupo de foco tiveram uma reação dividida em relação ao produto. Três participantes são adeptos do estilo de RPG representado por este jogo mobile e sentiram-se rapidamente atraídos por ele. No entanto, os outros dois participantes não estão familiarizados com esse estilo de jogo e tiveram mais dificuldade em compreender como funcionaria o jogo *Hunters Moon*. O aspeto positivo destacado foi a possibilidade de competições entre os reinos e, conseqüentemente, a competição entre os jogadores. O aspeto negativo mencionado por todos os participantes foi a dúvida sobre se este formato de jogo seria o ideal para complementar a história do webcomic. Os participantes que estão habituados a jogar este tipo de jogo mobile afirmaram que geralmente não acompanham a história que o jogo apresenta, apenas se concentram nas missões, e os elementos da narrativa acabam por ser negligenciados. Portanto, o jogo mobile pode atrair uma audiência que, embora goste do jogo em si, pode não procurar os outros elementos do projeto.

“**B:** Quem ler o webcomic vai querer jogar o jogo. Talvez não o contrário.”

Assim, todos os participantes do primeiro grupo de foco afirmaram que este produto não parece ser relevante para a totalidade do projeto, uma vez que não contribui eficazmente

para a expansão da história e pode ser confuso para quem não está familiarizado com o estilo de jogo mobile. Os membros do segundo grupo de foco também não se sentiram atraídos pelo jogo, alguns deles considerando-o como um complemento e não um produto independente. Um participante achou interessante a ideia de manter a audiência constantemente envolvida com o projeto e o mundo de forma ativa. No entanto, a opinião geral é que este tipo de jogo mobile se destina a um público-alvo específico, que pode não coincidir com o público do webcomic. Os membros do segundo grupo de foco concluíram que este produto não é relevante para o projeto.

Apreciação pelo livro, Moonscape

No tópico do livro *Moonscape*, todos os participantes do primeiro grupo de foco destacaram como esta foi a história que mais os interessou. Eles apreciaram a expansão da geografia do mundo, a trama de assalto e como ela contextualiza a história do webcomic. Dois participantes demonstraram entusiasmo ao fazer a conexão entre as duas histórias. Também foi destacada a originalidade do fato de um dos protagonistas nesta história morrer, o que acaba por mudar as vidas dos outros protagonistas. Um membro do grupo mencionou que este produto ser um livro diminuiu seu interesse, mas se fosse apresentado em um formato mais visual, ele teria mais interesse em consumi-lo. Todos os participantes deste grupo de foco concordaram sobre a relevância e importância deste livro para o projeto como um todo. Os participantes do segundo grupo de foco afirmaram que este produto é o seu favorito no projeto, sendo o mais interessante e aquele que mais os atrai para consumir. A personagem de Dennis é a favorita deste grupo, e esta é a única oportunidade de conhecê-lo. A narrativa contada por personagens não confiáveis também é vista como um elemento interessante, pois promete reviravoltas na trama. A relação com o webcomic, não apenas em relação ao tesouro, mas também à descendência dos protagonistas até o presente, é vista como apelativa. Um elemento que chamou a atenção desses participantes foi a morte de um dos protagonistas, que é considerada incomum e tem um grande impacto na história. Um dos membros afirmou que este produto é o mais relevante para o projeto.

“CF: O jogo é o menos relevante, e este deve ser o mais relevante para perceber a história do presente.”

Apreciação pelo jogo mobile, Selenophile

No tópico da história na aplicação *Episode, Selenophile*, os participantes do primeiro grupo de foco mostraram interesse na história, mas afirmaram desde o início que não é uma plataforma que se vejam a usar, o que diminui o interesse no produto. Um participante mencionou que este jogo parece mais atrativo do que o jogo mobile *Hunters Moon* por ser mais simples e permitir que o jogador se envolva mais na história. No entanto, ele acredita que essa história não deve ser central para o projeto, pois não atingiria uma grande audiência. A interatividade e a personalização desta história são destacadas por esses participantes como pontos fortes do produto, mas eles reconhecem que é direcionado para um público-alvo mais específico. Portanto, os participantes do primeiro grupo de foco também consideraram este jogo de pouca relevância para o projeto. Os membros do segundo grupo de foco ficaram interessados neste conteúdo, pois envolve a máfia e o jogador representa o protagonista. Apesar de acharem que a aplicação é voltada para um público mais jovem, a história, bem como a construção da protagonista, são elementos atrativos que ainda não tinham visto no projeto. Os participantes também mencionaram que preferem este jogo em relação ao outro jogo mobile por ser mais simples e fácil de entender. Trata-se apenas de uma história com alguns elementos interativos que qualquer pessoa de qualquer idade poderia compreender e desfrutar. O único aspecto que o grupo não gostou foi a presença dos diamantes e a necessidade de pagar para avançar na narrativa mais cativante. No entanto, o grupo aprecia o produto e considera que é relevante para o projeto por introduzir novos elementos ao mundo.

Apreciação pela websérie, Lana's Astri

No tópico da websérie *Lana's Astri*, os participantes do primeiro grupo de foco destacaram que a interatividade do produto é o que o prejudica. Se a audiência responder a um

questionário com as possibilidades de ações, então já sabe o que vai acontecer e não tem tanto interesse em consumir o produto.

“A: Então como fã, já sabemos o que vai acontecer porque já se sabe quais eram as opções. Só saber o que pode acontecer, é um *turn-off* para mim.”

Alguns membros deste grupo mencionaram que é interessante ver uma personagem que já conhecem a separar-se de uma história e criar outra, conhecer uma nova parte geográfica do mundo, mas a componente interativa não é necessária. Apesar disso, todos os participantes do primeiro grupo de foco afirmaram que este produto é relevante para o projeto, mas sentem que também deveria haver mais conteúdos semelhantes com os outros protagonistas do webcomic, uma vez que a personagem Lana não será a favorita de toda a audiência. Os participantes do segundo grupo de foco apreciaram a websérie e a forma como expande o universo, ao apresentar mais da geografia do mundo. Além disso, ver um dos protagonistas a sair da sua zona de conforto e a viver entre o povo é interessante. As participantes apreciaram o romance apresentado, enquanto os participantes não demonstraram interesse nesse tema. Contudo, estes também destacaram um problema com a interação disponibilizada à audiência. O segundo grupo de foco acredita que ao dar escolha à audiência, pode gerar alguma revolta por parte daqueles cujos caminhos não foram escolhidos, e assim, não têm interesse em consumir o conteúdo. Este acontecimento pode fragmentar o público e diminuir a vontade de consumir os outros produtos do projeto. Este grupo também afirmou que a websérie é um produto relevante para o projeto ao expandir o que se conhece do webcomic.

Com base nos dados que se podem extrair dos grupos de foco, é necessário estabelecer uma comparação com as conclusões obtidas na análise de mercado, a fim de realçar as características mais atrativas em comum. Uma das conclusões retiradas é que a audiência aprecia conteúdos que contextualizem acontecimentos ou personagens. Através dos grupos de foco, confirma-se que este é, de facto, um elemento que os participantes destacaram e demonstraram interesse. Quanto às redes sociais que desenvolvem as personagens para além do que o webcomic apresenta, permitindo o desenvolvimento de uma relação e identificação entre os consumidores e os protagonistas, também se confirma esse interesse. Além disso, verifica-se um enorme interesse pelo livro *Moonscape* e como este contextualiza a presença de um tesouro no webcomic. Não só este elemento foi discutido

energicamente pelos participantes, como é possível constatar nas filmagens, através das expressões faciais dos mesmos quando percebem a ligação entre os dois conteúdos.

Também se concluiu no *benchmark* que os consumidores gostam de conteúdos que preencham lacunas na narrativa. O mesmo foi constatado nas conversas entre os participantes. Muitos dos comentários mencionavam o valor que cada produto trazia para expandir o universo e permitir descobrir mais. As redes sociais permitem perceber como funciona a realeza, enquanto os jogos mobile apresentam o povo, o funcionamento do exército, a máfia e como são criados artefatos, armas e poções. O livro não só explica a origem do grande tesouro, como também apresenta o reino e o povo centenas de anos antes. Alguns participantes, principalmente os do segundo grupo de foco, afirmaram querer mais conteúdos sobre o passado para preencher dúvidas que têm sobre a Grande Guerra ou o início da magia.

A existência de uma plataforma que agrega todos os conteúdos no projeto criado é feita através do jornal universal, *The Moonry Papers*, e, apesar de ter sido apreciada por todos os participantes, apenas os membros do segundo grupo de foco é que discutiram sobre o assunto. Este grupo não só apreciou a ideia de existir um local com tudo, como também considerou uma ajuda para quem segue alguns conteúdos e queira saber o que acontece nos outros produtos, sem necessidade de os consumir.

No que diz respeito às personagens, na análise de mercado foi destacado que a audiência aprecia um grupo de personagens diversos, com personalidades bem delineadas. No caso do projeto criado, os participantes não se sentiram muito atraídos pelas personagens. Houve alguns elementos da *backstory* ou traços de personalidade que interessaram aos participantes. Contudo, a apreciação geral foi que precisavam de consumir os produtos para realmente compreender as personagens e formar uma opinião sobre elas. No entanto, a personagem de Dennis destacou-se das outras, por um lado por não fazer parte da monarquia e por outro, por ser uma personagem moralmente incorreta e um criminoso. Um comentário positivo que foi feito em relação às personagens é serem de idades semelhantes às do público-alvo, facilitando o processo de identificação.

Outra conclusão destacada no *benchmark* está relacionada com a interatividade, e este foi o elemento mais atrativo para a maioria dos membros dos grupos de foco, com a exceção de

um membro. A possibilidade de se envolverem nos produtos e contribuir para a história é algo que os participantes não estavam habituados a ver, por isso chamou-lhes a atenção e despertou interesse. Foi preferida a interatividade personalizada, como o produto no *Episode*, onde cada jogador molda a história à sua maneira. Além de permitir que a audiência seja uma personagem dentro do mundo, com influência na história e a possibilidade de descobrir mais sobre como o povo age e sobre a máfia. A interação no webcomic também foi vista como um elemento original e atrativo, pois para aqueles que estão mais envolvidos na história, podem sentir que fazem parte dela. A interatividade que envolve a globalidade dos consumidores já não foi tão interessante. Os participantes não gostaram da forma como a audiência controla e influencia a websérie, afirmando que não têm interesse em ver o conteúdo porque já sabem o que pode acontecer e porque podem ficar desiludidos se as suas escolhas não forem refletidas no conteúdo.

Um tópico que também se destacou no *benchmark* foi o apelo por conteúdo sobre as origens que levaram à narrativa do presente. Isso confirma-se como apelativo, pois os participantes afirmaram querer mais conteúdos sobre acontecimentos antigos, como a queda da Lua na terra, a criação da máfia, a grande guerra, e demonstraram um enorme interesse pelo livro que apresenta o reino numa época diferente. A apresentação das regras do mundo à audiência é outra característica que foi destacada. Permitir que os consumidores entrem no mundo é apreciado pelos participantes. O jogo mobile só foi apreciado pela possibilidade de aceder a mais informações sobre os serviços militares do reino, compreender melhor o que são os artefatos e como são feitos, tal como o tipo de magia que podem criar. Foi visto como uma porta ou um ponto de vista para o povo. O mesmo pode ser dito para o *Episode*, cujo objetivo é permitir à audiência criar a sua própria personagem dentro deste mundo. Além disso, o livro e a websérie expandem o mundo geográfico, apresentando mais informações sobre hierarquias, limites da magia, máfia e como o povo é impactado pelos seus líderes.

Contudo, há uma característica do *benchmark* que não se confirma com o projeto criado e os grupos de foco, a apreciação por um mundo ficcional similar ao mundo real. Foi mencionado em alguns momentos da discussão o interesse pelo mundo ser alternativo e ter avanços diferentes do mundo real, no âmbito da tecnologia ou da medicina. Durante a apresentação do projeto, os participantes demonstraram-se confusos quando algo era

afirmado funcionar como no mundo real, por exemplo: a existência de redes sociais ou de cafés onde as personagens podem ir comer. Por ser um projeto de fantasia, os participantes esperavam que o mundo ficcional funcionasse de maneira diferente do real.

Portanto, as conclusões obtidas dos grupos de foco corroboram muitas das descobertas do *benchmark*, destacando a importância da contextualização, preenchimento de lacunas na narrativa, interatividade, exploração das origens e apresentação das regras do mundo. Também apontam para a necessidade de aprimorar a caracterização das personagens para torná-las mais cativantes para a audiência. No entanto, não sentiram necessidade de criar semelhanças entre o mundo ficcional e real, apreciando a separação entre o entretenimento e o cotidiano.

Os participantes também realçaram outros elementos relacionados com os fundamentos do transmedia e o que o constitui. A flexibilidade na ordem de consumo dos produtos e a capacidade de compreender individualmente cada um deles foram mencionadas como características interessantes e originais pelos participantes, pois não têm conhecimento de outros projetos transmedia aos quais possam comparar. Além disso, foi enfatizado o apreço pela forte componente visual dos produtos, uma vez que esta ajuda a audiência a compreender mais facilmente o mundo apresentado.

Conclusão

Esta pesquisa teve como objetivo principal compreender as características do entretenimento transmediático que mais apelam às audiências, mesmo quando não estão familiarizadas com o formato de *transmedia storytelling*.

As conclusões obtidas a partir dos grupos de foco e da análise comparativa com os resultados da análise de mercado indicam as seguintes principais conclusões. Evidencia-se que a audiência valoriza profundamente conteúdos que fornecem contexto aos eventos e personagens, bem como aqueles que preenchem as lacunas na história, expandindo o universo narrativo. A interatividade surgiu como um dos elementos mais atrativos para a maioria dos consumidores de entretenimento transmediático. A capacidade de personalizar a experiência do consumidor e moldar a narrativa de acordo com suas escolhas foi especialmente apreciada. Os participantes apreciam quando um projeto transmediático apresenta as regras do mundo fictício de forma clara. Isso ajuda a audiência a compreender melhor como o mundo funciona, incluindo sistemas de magia, hierarquias sociais e funcionamento da sociedade. A exploração geográfica dentro do mundo fictício é vista como uma característica apelativa. Isso enriquece a compreensão da audiência sobre o ambiente em que a história se desenrola. Embora os participantes não tenham formado opiniões definitivas sobre as personagens deste projeto específico, ficou claro que a audiência valoriza personagens diversas, especialmente aquelas que desafiam estereótipos tradicionais. Para além das características mencionadas, a presença de uma forte componente visual nos produtos transmedia foi destacada como uma ajuda valiosa para a compreensão e imersão no mundo fictício.

Em resposta à questão de investigação: "Quais são as características do entretenimento transmediático que mais apelam às audiências?", pode-se concluir que as características do entretenimento transmediático que mais apelam às audiências incluem a contextualização da narrativa, a interatividade personalizada, a apresentação das regras do mundo, a expansão geográfica do mundo fictício, personagens diversificadas e bem delineadas, flexibilidade na ordem de consumo e compreensão individual dos produtos, uma forte componente visual e uma clara separação entre o mundo fictício e o real. Este estudo oferece uma visão valiosa das preferências e motivações do público em relação ao entretenimento transmediático, fornecendo informações princípios essenciais para criadores

de conteúdo e profissionais da indústria do entretenimento. Além disso, enfatiza a necessidade de adaptar projetos transmedia às expectativas e necessidades do público-alvo, garantindo experiências mais imersivas e satisfatórias.

É importante salientar que este projeto apresentou algumas limitações que possivelmente influenciaram a investigação e que devem ser consideradas como áreas de melhoria em futuras pesquisas. Primeiramente, a ausência de um modelo claramente definido para o que constitui o *transmedia storytelling* dificulta a identificação precisa dos projetos que se enquadram nessa categoria. Isso pode resultar em alguma ambiguidade na análise dos casos de estudo.

Em segundo, os participantes, por não terem conhecimento prévio sobre o que é um projeto transmedia, acharam difícil acompanhar o projeto, especialmente porque o suporte visual era essencialmente descritivo. Essa situação pode dificultar a compreensão e análise por parte dos participantes, uma vez que não tinham um exemplo concreto como referência. Se algum dos produtos tivesse sido criado e desenvolvido para exemplificar a história e o mundo, os participantes poderiam ter tido mais facilidade em entrar no universo.

Em terceiro, a pesquisa baseou-se numa amostra pequena da população, composta principalmente por indivíduos de idades semelhantes. Isso limita a representatividade da amostra, pois não abrange a diversidade de faixas etárias que constituem o público-alvo. A ausência de opiniões de diferentes grupos etários pode influenciar a generalização dos resultados. Além disso, a perda de um elemento do segundo grupo de foco pode ter afetado o equilíbrio das discussões e influenciado os resultados finais. A participação de todos os membros originalmente previstos poderia ter proporcionado uma perspectiva mais abrangente.

Por último, a análise das características do entretenimento transmedia baseou-se principalmente nos projetos presentes no *benchmark*. Isso implica que outras características igualmente atrativas podem não ter sido identificadas ou testadas, devido à ênfase nas características dos projetos selecionados.

É importante realçar que a pesquisa não representa a opinião da população em geral, uma vez que se baseia apenas numa pequena amostra de participantes, e não numa amostra representativa. Os resultados oferecem perspectivas valiosas, mas devem ser considerados

como uma visão limitada das preferências das audiências em relação ao entretenimento transmedia. Essas limitações devem ser tidas em conta ao interpretar os resultados deste projeto. Embora os achados ofereçam contribuições significativas para a compreensão das preferências das audiências em relação ao entretenimento transmedia, é fundamental reconhecer que a pesquisa possui restrições inerentes devido ao seu alcance e metodologia.

Bibliografia

- Aarseth, E. (1997). No sense of an ending: Hypertext aesthetics. In *Cyberperspectives on ergodic literature* (pp. 76-96).
- Altmeyden, K. D., Lantzsch, K., & Will, A. (2007). Flowing networks in the entertainment business: Organizing international TV format trade. *The International Journal on Media Management*, 9(3), 94-104.
- Bardi, J. (2022). *Virtual reality defined & use cases*. 3D Cloud by Marxent. Última consulta a 25/05/2023 <https://www.marxentlabs.com/what-is-virtual-reality/>
- Barnouw, E., & Kirkland, C. E. (1992). Entertainment. In *Folklore, cultural performances, and popular entertainments: A communications-centered handbook* (pp. 50-52).
- Bates, S., & Ferri, A. J. (2010). What's Entertainment? Notes Toward a Definition. *Studies in Popular Culture*, 33(1), 1–20.
- Blair, T., Burrer, T., Garcia, J., Hernandez, A., Li-Southwick, Q. Y., Logar, K., Orcutt, M., & Porter, L. (2019). Section 1: Case Study. In *NETFLIX: Company analysis* (pp. 4-21).
- Boyd, D. (2016). Chapter 5: Commercial Culture. In *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics* (pp. 120-151). John Wiley & Sons.
- Browne, R. B. (1972). Popular culture: Notes toward a definition. In *Popular culture and curricula* (pp. 3-11).
- Busse, K., & Gray, J. (2011). Fan Cultures and Fan Communities. In *The Handbook of Media Audiences* (pp. 425-443).
- Cavalcanti, R. C. T., Aquino, L., & de Oliveira, H. C. N. (2021). What is entertainment? Product, experience, culture and communication centered definitions. *Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle*, 11(1).

- Chory-Assad, R. M., & Yanen, A. (2005). Hopelessness and loneliness as predictors of older adults' involvement with favorite television performers. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49(2), 182-201.
- Curtin, M., Holt, J., & Sanson, K. (2014). Introduction: Making of a revolution. In *Distribution revolution: Conversations about the digital future of film and television* (pp. 1-17).
- Dalby, J. (2017). Transmedia Audiences: Audiences, New Media, and Daily Life. In *Transmedia Earth Conference: Global Convergence Cultures* (pp. 11-13). EAFIT University.
- Davis, C. H. (2013). Audience value and transmedia products. In *Media innovations* (pp. 175-190).
- De Sola Pool, I. (1983). Electronics Takes Command. In *Technologies of freedom* (pp. 23-54). Harvard University Press.
- Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. Bloomsbury Publishing USA.
- Elberse, A. (2013). *Blockbusters. Hit-making, Risk-taking, and the Big Business of Entertainment*. Henry Holt & Company.
- Freeman, M., & Gambarato, R. R. (Eds.). (2019). Introduction. In *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 1-12). Routledge.
- Freysinger, V. J., & Kelly, J. R. (2004). *21st century leisure: Current issues*. Venture Pub.
- Gambarato, Renira. (2014). Transmedia storytelling in analysis: The case of Final punishment. *Journal of Print and Media Technology Research*, 3(2), 95-106.
- Gitelman, L. (2006). Introduction: Media as historical subjects. In *Always already new: Media, history, and the data of culture* (pp. 1-22).
- Gleich, U. (1997). Parasocial interaction with people on the screen. In *New horizons in media psychology* (pp. 35-55). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Gundumogula, M. (2020). Importance of focus groups in qualitative research. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 8(11).
- Groeben, N., & Vorderer, P. (1988). *Leserpsychologie: Lesemotivation-Lektürewirkung*. Aschendorff.
- Jenkins, Henry. (1992). *Textual Poachers*. London, Routledge.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, Henry. (2007). *Transmedia storytelling 101 - pop junctions*. Henry Jenkins Blog. Última consulta a 25/05/2023 http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- Jenkins, Henry. (2009). *The revenge of the origami unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (well, two actually. Five more on Friday) - pop junctions*. Henry Jenkins Blog. Última consulta a 25/05/2023 http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Jenkins, Henry. (2013). *Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus*. Continuum.
- Katz, E., & Foulkes, D. (1962). On the use of the mass media as “escape”: Clarification of a concept. *Public opinion quarterly*, 26(3), 377-388.
- Klimmt, C. (2003). Dimensions and determinants of the enjoyment of playing digital games: A three-level model. In *Level up: Digital games research conference* (pp. 246-257).
- Klimmt, C., & Vorderer, P. (2010). Media entertainment. In *The handbook of communication science* (pp. 345-361).
- Klimmt, C., Hartmann, T., & Schramm, H. (2006). Parasocial interactions and relationships. In *Psychology of entertainment* (pp. 291-313).
- Landow, G. (1992). *Hypertext. The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*.

- Lévy, P. (2005). Collective intelligence, a civilization: Towards a method of positive interpretation. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18(3), 189-198.
- Maheshwary, K. (2020). *The Dark Knight's "Why so serious" transmedia campaign - the most incredible movie marketing ever!* Kanhaiya Maheshwary Blog. Última consulta a 15/06/2023 <https://www.itskm.me/post/the-dark-knights-why-so-serious-transmedia-campaign>
- McLean, D., Hurd, A., & Brattain-Rogers, N. (2005). Philosophy of recreation and leisure. In *Kraus' recreation and leisure in modern society* (pp. 319-348).
- Mendelsohn, H., & Spetnagel, H. T. (1980). Entertainment as a sociological enterprise. In *The entertainment functions of television* (pp. 330-338).
- Meyersohn, R. (1978). The sociology of popular culture: Looking backwards and forwards. *Communication Research*, 5(3), 330-338.
- Miller, C. H. (2020). *Digital storytelling: A creator's guide to interactive entertainment*. Routledge.
- Miller, R. (2018). *Lucifer season 4 spoilers: Netflix reveals reason show was saved*. Express.co.uk. Última consulta a 05/06/2023 <https://www.express.co.uk/showbiz/tv-radio/998552/Lucifer-season-4-spoilers-To-m-Ellis-Netflix-saved-Fox-Netflix-video>
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. NYU Press.
- Mukerji, C., & Schudson, M. (1991). Introduction: Rethinking popular culture. In *Rethinking popular culture: Contemporary perspectives in cultural studies* (pp. 1-61).
- Murray, J. H. (2017). *Hamlet on the Holodeck, updated edition: The Future of Narrative in Cyberspace*. MIT press.

- Pearson, R. (2017). 6. World building logics and copyrights: The dark knight and the great detective. In *World building – Transmedia, Fans, Industries*.
- Phillips, A. (2012). *A creator's guide to transmedia storytelling: How to captivate and engage audiences across multiple platforms*. McGraw-Hill Education.
- Pratten, R. (2015). *Getting started with transmedia storytelling*. CreateSpace.
- Ryan, M. (2016). *What TV Can Learn from The 100 Mess?*. Variety (blog).
- Ryan, M. L. (2004). Will New Media Produce New Narratives? In *Narratives Across Media: The language of storytelling* (pp. 227-359). University of Nebraska Press.
- Ryan, M. L. (2006). *Avatars of story* (Vol. 17). University of Minnesota Press.
- Ryan, M. L. (2013). *Transmedial storytelling and transfictionality*. *Poetics today*, 34(3), 361-388.
- Schiller, M. (2018). Transmedia Storytelling: New Practices and Audiences. In I. Christie & A. van den Oever (Eds.), *Stories* (pp. 97–108). Amsterdam University Press.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606.
- Scolari, C. A., & Ibrus, I. (2014). Transmedia critical: Empirical investigations into multiplatform and collaborative storytelling. *International Journal of Communication*, 8, 2191–2200.
- Shusterman, R. (2003). Entertainment: A question for aesthetics. *The British Journal of Aesthetics*, 43(3), 289-307.
- Stanfill, M. (2019). *Exploiting fandom: How the media industry seeks to manipulate fans*. University of Iowa Press.
- Syncapse. (2010). *The value of a Facebook Fan: An empirical review*. Syncapse.

- Tirelli, C., de Lima, S., Garcia, S., & do Nascimento Fonseca, E. (2013). Consultoria para a diversão: Como gerenciar o mercado de entretenimento?. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 1(1), 46-63.
- Veitch, M. (2022). *Fans rage as Henry Cavill is fired from his Superman role after quitting the Witcher to play role*. Daily Mail Online. Última consulta a 07/06/2025 <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-11541119/Fans-rage-Henry-Cavill-fired-Superman-role-quitting-Witcher-play-role.html>
- Vorderer, P. (2001). It's all entertainment - sure. But what exactly is entertainment? Communication research, media psychology, and the explanation of entertainment experiences. *Poetics*, 29(4-5), 247-261.
- Vorderer, P., Klimmt, C., & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment: At the heart of media entertainment. *Communication theory*, 14(4), 388-408.
- Vorderer, P., Klimmt, C., & Ritterfeld, U. (1996). Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations.
- Zillmann, D. (1994). Mechanisms of emotional involvement with drama. *Poetics*, 23(1-2), 33-51.
- Zillmann, D. (2003). Theory of affective dynamics: Emotions and moods. In *Communication and emotion* (pp. 541-576). Routledge.
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1994). Entertainment as Media Effect. In *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 437-462). Erlbaum.
- Zwiezen, Z. (2022). High on life is now the most popular game on Game Pass. Kotaku. Última consulta a 04/06/2023 <https://kotaku.com/high-on-life-game-pass-most-popular-xbox-pc-forza-halo-1849912640>

Webgrafia da análise de mercado (*benchmark*)

A Matter of Trust. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/26816915-heroes-reborn---book-2>

Blair Witch Chronicles. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Blair-Witch-Chronicles-Jen-Meter/dp/0929998049/>

Blair Witch Volume 1: Rustin Parr. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt0418535/>

Blair Witch Volume 2: The Legend of Coffin Rock. (n.d.). IMDb. Última consulta a

20/09/2023 <https://www.imdb.com/title/tt0479865/>

Blair Witch Volume 3: The Elly Kedward Tale. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt0479866/>

Blair Witch. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt1540011/>

Blair Witch. (n.d.). Letterboxd. Última consulta a 20/09/2023

<https://letterboxd.com/film/blair-witch/>

Blair Witch: Book of Shadows. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Blair-Witch-Book-Shadows-Project/dp/0743411897/>

Blair Witch: Book of Shadows. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

https://www.goodreads.com/book/show/1067196.Blair_Witch

Blair Witch: Dark Testaments. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/43558982-blair-witch>

Blair Witch: Evil Hides in the Woods. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Blair-Witch-PlayStation-4/dp/B08C7GDO2D/>

Blair Witch: Evil Hides in the Woods. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt10721170/>

Blair Witch: Evil Hides in the Woods. (n.d.). OpenCritic. Última consulta a 20/09/2023
<https://opencritic.com/game/8147/blair-witch/reviews>

Blair Witch: Graveyard Shift. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.amazon.com/Blair-Witch-Graveyard-D-Stern-ebook/dp/B000FBJGAY/>

Blair Witch: Graveyard Shift. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.goodreads.com/book/show/7415098-blair-witch>

Blair Witch: The Secret Confession of Rustin Parr. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.amazon.com/Blair-Witch-Secret-Confession-Rustin/dp/0743411536/>

Blair Witch: The Secret Confession of Rustin Parr. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1112765.Blair_Witch

Blood Nightmare. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1377159.Blood_Nightmare

Book of Shadows: Blair Witch 2. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.imdb.com/title/tt0229260/>

Book of Shadows: Blair Witch 2. (n.d.). Letterboxd. Última consulta a 20/09/2023
<https://letterboxd.com/film/book-of-shadows-blair-witch-2/>

Brave New World. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.goodreads.com/book/show/26178926-brave-new-world-event-series>

Catch and Kill. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.goodreads.com/book/show/26864627-catch-and-kill>

Curse of the Blair Witch. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.imdb.com/title/tt0202493/>

Curse of the Blair Witch. (n.d.). Letterboxd. Última consulta a 20/09/2023
<https://letterboxd.com/film/curse-of-the-blair-witch/>

Dirty Deeds. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/26816914-heroes-reborn---book-3>

Gemini: Heroes Reborn. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt5312638/>

Heroes Comics Volume 1. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Heroes-Vol-1-Various/dp/1401217117/>

Heroes Comics Volume 2. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Heroes-Vol-2-Tim-Sale/dp/140121925X/>

Heroes Reborn. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt3556944/>

Heroes Reborn. (n.d.). Rotten Tomatoes. Última consulta a 20/09/2023

https://www.rottentomatoes.com/tv/heroes_reborn

Heroes Reborn: Collection One. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Heroes-Reborn-Collection-One-Event/dp/1785652702/>

Heroes Reborn: Collection Two. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Heroes-Reborn-Collection-Duane-Swierczynski/dp/1785652710/>

Heroes Reborn: Enigma. (n.d.). Deepest Dream. Última consulta a 20/09/2023

<https://deepestdream.com/app-review-heroes-reborn-enigma-is-downright-puzzling/>

Heroes Reborn: Gemini. (n.d.). OpenCritic. Última consulta a 20/09/2023

<https://opencritic.com/game/1639/heroes-reborn-gemini>

Heroes Reborn: Gemini. (n.d.). Steam. Última consulta a 20/09/2023

https://store.steampowered.com/app/324650/Gemini_Heroes_Reborn/

Heroes. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt0813715/>

Heroes. (n.d.). Rotten Tomatoes. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.rottentomatoes.com/tv/heroes>

Heroes: Dark Matters. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt4850642/>

Heroes: Going Postal. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt1259071/>

Heroes: Hard Knox. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt1357770/>

Heroes: Nowhere Man. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.imdb.com/title/tt1440502/>

Heroes: Saving Charlie. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.amazon.com/Heroes-Saving-Charlie-Aury-Wallington/dp/1846074681/>

Heroes: Saving Charlie. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/2070346.Heroes>

Heroes: The Mobile Game. (n.d.). Phoneky. Última consulta a 20/09/2023

<https://phoneky.com/games/?id=j4j30548>

Heroes: Volume 1. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/1898374.Heroes>

Heroes: Volume 2. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/3306103-heroes>

Long Way from Home. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/26864628-heroes-reborn---book-6>

Save the Cheerleader, Destroy the World. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023

<https://www.goodreads.com/book/show/26864629-heroes-reborn---book-5>

Shadow of the Blair Witch. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.imdb.com/title/tt0265736/>

Shadow of the Blair Witch. (n.d.). Letterboxd. Última consulta a 20/09/2023
<https://letterboxd.com/film/shadow-of-the-blair-witch/>

Sticks and Stones: Investigating the Blair Witch. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.imdb.com/title/tt0234801/>

Sticks and Stones: Investigating the Blair Witch. (n.d.). Letterboxd. Última consulta a 20/09/2023
<https://letterboxd.com/film/sticks-and-stones-an-exploration-of-the-blair-witch-legend/>

The Blair Witch Chronicles. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/545236.The_Blair_Witch_Chronicles

The Blair Witch Project. (n.d.). IMDb. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.imdb.com/title/tt0185937/>

The Blair Witch Project. (n.d.). Letterboxd. Última consulta a 20/09/2023
<https://letterboxd.com/film/the-blair-witch-project/>

The Blair Witch Project: A Dossier. (n.d.). Amazon. Última consulta a 20/09/2023
<https://www.amazon.com/Blair-Witch-Project-Dave-Stern/dp/0451199669/>

The Blair Witch Project: A Dossier. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1042157.The_Blair_Witch_Project

The Burkittsville 7. (n.d.). IMDb. Última consulta a <https://www.imdb.com/title/tt0252966/>

The Burkittsville 7. (n.d.). Letterboxd. Última consulta a 20/09/2023
<https://letterboxd.com/film/the-burkittsville-7/>

The Dark Room. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/108546.The_Dark_Room

The Death Card. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1548748.The_Death_Card

The Drowning Ghost. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1548745.The_Drowning_Ghost

The Night Shifters. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/513903.The_Night_Shifters

The Obsession. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1548746.The_Obsession

The Prisoner. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1548747.The_Prisoner

The Witch's Daughter. (n.d.). Goodreads. Última consulta a 20/09/2023
https://www.goodreads.com/book/show/1263368.The_Witch_s_Daughter

Apêndices

Apêndice A - Autorização de cedência de direitos de som e imagem, assinado pelos participantes dos grupos de foco.

1.



UNIVERSIDADE
CATOLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, José Maria de Sarmiento Morgado Almeida de Melo (nome completo), portador/a do documento de identificação Identificação de Cidadão, nº 14814701, válido até 23/11/2024 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 21 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstâncias. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

José Maria, em 21/05/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

2.



UNIVERSIDADE
CATOLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, António Ferraz de Magalhães das Neves Almeida (nome completo), portador/a do documento de identificação C.C., nº 14173273, válido até 29/01/2024 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 21 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstâncias. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

Inês Almeida, em 21/05/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

3.



UNIVERSIDADE
CATOLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, Beatriz da Silva Coelho (nome completo), portador/a do documento de identificação Cartão de Cidadão, nº 14685161, válido até 11/04/2024 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 21 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstância. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

Beatriz da Silva Coelho, em 21/05/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

4.



UNIVERSIDADE
CATOLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, André Eclipse de Oliveira Moraes Capote (nome completo), portador/a do documento de identificação C. C, nº 15185094, válido até 11/04/2027 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 21 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstância. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

André Capote, em 21/05/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

5.



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, Guilherme Paulo de Silva Roque Matos (nome completo), portador/a do documento de identificação ~~14089005~~ C - C, nº 14089005, válido até 14/01/2027 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 21 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstância. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

Guilherme Matos, em 21/05/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

6.



UNIVERSIDADE
CATOLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, Carlos Alberto Sampaio Leite de Freitas (nome completo), portador/a do documento de identificação Cartão de Cidadão, nº 14929140, válido até 04/03/2026 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 27 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstância. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

Carlos Alberto Sampaio Leite de Freitas

em 27/05/2023

(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

7.



UNIVERSIDADE
CATOLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, Raquel Teixeira Salvador (nome completo), portador/a do documento de identificação cartão cidadão, nº 30444222, válido até 02/06/2025 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 27 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstâncias. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

Raquel Teixeira Salvador em 27/05/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

8.



UNIVERSIDADE
CATOLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, Vasco Seia de Matos Branco Reis (nome completo), portador/a do documento de identificação Cartão de cidadão, nº 30346076, válido até 02/10/2025 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 27 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstâncias. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

Vasco Branco Reis, em 27/05/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

9.



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

TERMO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM E/OU SOM

Eu, Patárcia Pereira Costa (nome completo), portador/a do documento de identificação cartão de cidadão, nº 14963382, válido até 20/12/2030 declaro, expressamente, autorizar a cedência de direitos de imagem e/ou som a Inês Taveira de Almeida, no dia 27 de Maio de 2023, para a realização de uma investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa, permitindo assim a captação de imagens e/ou som, através de qualquer meio ou suporte, nas quais esteja presente.

As imagens e áudios captados neste dia não serão divulgados nem distribuídos, em qualquer circunstância. Serão apenas analisados por Inês Taveira de Almeida, com o intuito de retirar dados para a investigação de Mestrado, da Universidade Católica Portuguesa.

Patárcia Pereira Costa, em 27/5/2023
(Assinatura conforme documento de identificação legal, pelo titular dos dados ou seu representante legal)

Apêndice B - Tabela de apresentação de *The Blair Witch Project* e *Heroes* enquanto projetos transmediáticos de acordo com os sete princípios de transmedia, de Henry Jenkins.

	The Blair Witch Project	Heroes
Spreadability vs	Quando o projeto foi lançado, em 1999, o método de publicidade foi realizado como um caso real de pessoas desaparecidas, e os vários pequenos conteúdos distribuídos puxavam pela partilha da audiência entre os amigos e a família. A utilização de um website e a infiltração de membros da produção em comunidades <i>online</i> fizeram com que o projeto fosse falado e partilhado. Desde então que foi desenvolvido uma comunidade de fãs que demonstravam a sua apreciação pelo projeto ao partilhar opiniões sobre novos conteúdos com os seus.	Ao longo dos vários conteúdos, há certos elementos que estão sempre presentes, mas com pouco contexto pois convida a audiência a fazer a sua própria pesquisa e formular as suas teorias, para depois as partilhar nas suas comunidades e ser visto como um participante ativo no projeto. Apesar de não haver uma indicação explícita por parte do projeto para a audiência partilhar os conteúdos, a comunidade fazia-o com o intuito de partilhar conhecimento e informação de forma a completar o universo tal como ser visto como um líder pela comunidade.
Drillability	A profundidade a que a audiência podia ir era facilitada pelo website que aglomerava a informação já existente sobre a mitologia e a narrativa, tal como fazia uma ligação para os produtos que existiam e que podiam ser consumidos. A utilização de vários media também permitia ao projeto chegar a mais pessoas e despertar uma curiosidade para ir pesquisar por mais informação, para verificar a veracidade da história.	Neste projeto, houve diferentes formas de incentivar a audiência a procurar por mais conteúdos, principalmente durante a exibição da série na televisão pois, em certos momentos, surgiam indicações de pesquisa que podiam ser feitas. Estes podiam ser sobre personagens, artefactos, culturais, etc. Sendo um mundo ficcional, a maioria das pesquisas levavam sempre a conteúdos do projeto ou o próprio do website do universo.
Continuity	Neste projeto, a maioria das histórias estão interligadas a partir	O projeto apresenta uma narrativa linear, interligada pelas suas

<p style="text-align: center;">vs</p> <p>Multiplicity</p>	<p>da narrativa inicial, tornando estas uma extensão do ponto inicial onde o projeto começa. Este permite que haja uma coerência entre os produtos tal como pode influenciar a audiência a ir consumir produtos que ainda não tenham visto.</p>	<p>personagens e acontecimentos. Apesar de todos os elementos poderem ser consumidos individualmente, o conjunto cria um universo completo e coerente, que é satisfatório para a audiência.</p>
	<p>Neste caso, o projeto foca-se na sua continuidade, na existência de um fio condutor em todas as narrativas para garantir a coerência tal como a plausibilidade.</p>	<p>Neste caso, apesar da existência de personagens que conseguem viajar pelo tempo, a narrativa mantém-se no mesmo universo, dando prioridade à continuidade.</p>
<p style="text-align: center;">vs</p> <p>Immersion</p>	<p>A imersão no universo de um projeto deste estilo está mais relacionado com a crença no projeto ou não. Portanto, todos os membros da audiência estão imersos nesse mundo até afirmarem que não acreditam nele. Outra forma de serem imersos é ao visitar a vila onde a narrativa principal decorre, Burkittsville, dessa forma os fãs entram no mundo ficcional. Além disso, o consumo de certos conteúdos também dão a oportunidade à audiência de fazer parte do universo, como jogar os vídeo-jogos ou ler os livros.</p>	<p>A imersão neste universo podia ser feita ao pesquisar por elementos que a série destacava e permitia incluir a audiência nos segredos da história. Além disso, o consumo de certos conteúdos permitem a imersão no universo, como os vídeos-jogos, que dão a oportunidade à audiência de ser uma personagem do universo, e a leituras dos livros.</p>
	<p>Extractability</p> <p>Existem várias formas de extrair o mundo ficcional para o real, no caso deste projeto há <i>merchandise</i> - peças de roupa com personagens ou mesmo os posters dos conteúdos. A realização de <i>cosplay</i> de uma personagem também é uma forma da audiência trazer o universo ao mundo real.</p>	<p>Uma das formas mais comuns de extrair um conteúdo para o mundo real é através de <i>merchandise</i> - peças de roupa ou acessórios com imagens e/ou símbolos associados ao projeto. O mesmo para a realização de <i>cosplay</i> de personagens.</p>

Worldbuilding	O universo aqui procura confundir-se com o mundo real, pois o objetivo do projeto é convencer a audiência que os acontecimentos são reais. Criando uma mitologia fantasiosa numa pequena vila dos Estados-Unidos, todos os produtos contribuem para o realismo deste universo e o despertar da curiosidade da audiência para se envolver.	O universo deste projeto apresenta-se desde o início como ficcional, onde certas pessoas desenvolvem poderes sobrenaturais. Geograficamente, as narrativas acontecem no planeta Terra, mas não procura fingir ser o mundo real. Há uma distinção entre este universo e o mundo da audiência através das componentes fantasiosas.
Seriality	A narrativa deste projeto está dividida entre vários media, incluindo media impressos (livros e banda-desenhadas), media de difusão (filmes e documentários falsos), e novos media (videojogos e website).	A narrativa deste projeto está dividida entre vários media, incluindo media impressos (livros e banda-desenhadas), media de difusão (séries de televisão), e novos media (video-jogos, jogos mobile, web-séries, e-books e website).
Subjectivity	Os pontos de vista que a audiência segue nos conteúdos deste projeto são do(s) protagonista(s) apresentado(s) no início de cada narrativa. Apesar de haver algumas personagens recorrentes ou a história se focar numa personagem secundária já conhecida, o(s) protagonista(s) são sempre novas personagens.	Neste projeto, os pontos de vista mudam de acordo com os diferentes produtos. Num conteúdo principal, como a série original, a audiência segue o ponto de vista dos protagonistas, mas há produtos que se focam nas histórias das personagens secundárias e nos seus pontos de vista sobre os mesmos acontecimentos.
Performance	O projeto incentivou a criação de vários conteúdos <i>fan made</i> , como a produção de filmes amadores (exemplo: The Blair Witch Legacy). Há <i>fanart</i> de personagens, posters alternativos, de momentos destacantes, etc. Também existe <i>fanfiction</i> de momentos que nunca foram explícitos ou que estendem	O projeto incentiva a audiência a desenvolver as suas teorias sobre certos detalhes, e até personagens, e partilhá-las <i>online</i> com as comunidades onde estão inseridos. Há também outros conteúdos que os fãs desenvolvem mesmo sem o incentivo do projeto, tal como <i>fanart</i> ou <i>fan fiction</i> de

	aquilo que existe, complementando assim o universo.	personagens, momentos de destaque ou desenvolver universos paralelos onde a narrativa poderia ter seguido um outro caminho.
--	---	---

Apêndice C - Tabela de recolha de dados sobre a relação da audiência com os produtos de *The Blair Witch Project*.

	Blair Witch Project	
	Ratings	Reviews
The Blair Witch Project (website)		Agregação de todos os conteúdos e conteúdos publicados do projeto.
Filme - The blair witch project	6.5/10 (269 000 votos) imdb 3.3/5 (563 mil votos) letterboxd	<ul style="list-style-type: none"> - O facto da qualidade ser amador é o que traz novidade ao filme e despertar interesse nos espetadores, um ar mais real e humano. - Não há muito terror, é principalmente suspense. - Procurar ser diferente dos outros filmes do mesmo género (tornando-se num marco para os futuros filmes de terror). - Contou com um retorno de 248 milhões de dólares.
Filme - the book of shadows: blair witch 2	4/10 (39 000 votos) imdb 1.9/5 (38 mil votos) letterboxd 2/5 (+50 000 votos) rotten tomatoes	<ul style="list-style-type: none"> - As personagens viverem no mundo onde a história do 1º filme é real é um aspeto interessante. - Não é o melhor, mas tenta ser diferente do primeiro, mantendo a espírito sinistro que o primeiro trouxe. - Algumas pessoas acharam o conceito deste filme melhor do que o 1º filme.
Filme - blair witch	5/10 (48 000 votos) imdb 2.4/5 (112 mil votos) letterboxd 2.6/5 (+10 000 votos) rotten tomatoes	<ul style="list-style-type: none"> - Pouco original, diálogos maus, parece ser feito só pelo dinheiro, de forma preguiosoça. - Muito cliché.
Mockumentary - curse of the blair witch	6.5/10 (2 900 votos) imdb 3.2/5 (5 300 votos) letterboxd	<ul style="list-style-type: none"> - Melhor do que o 1º filme que devia ter publicitado. - Ótimo <i>build up</i> para o lançamento do filme, construindo a lenda da bruxa em antecipação. - Deixa a querer mais da história.
Mockumentary - sticks and stones	5.4/10 (256 votos) imdb 2.8/5 (334 votos) letterboxd	<ul style="list-style-type: none"> - Filme curto com cenas do 1º filme e do 1º documentário. - Umhas cenas extra que complementam a

		<p>história do universo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Não é algo inovador, mas entretém. - Algumas pessoas acharam inútil, só pelo dinheiro e aborrecido.
Mockumentary - the massacre of the burkittsville 7	<p>6.4/10 (275 votos) imdb 3.2/5 (318 votos) letterboxd</p>	<p>Adiciona à curiosidade da veracidade da lenda, da bruxa e dos conteúdos.</p>
Mockumentary - shadows of the blair witch	<p>5.2/10 (514 votos) imdb 2.9/5 (379 votos) letterboxd</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Melhor do que o filme nº 2. - Bom complemento ao filme, tornando-o mais real. - Desfoca a linha entre a realidade e a ficção.
Livro - the blair witch project: a dossier	<p>4.7/5 (88 votos) amazon 3.5/5 (522 votos) goodreads</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aborda o caso do 1º filme, apresentando mais factos da investigação. - Apresenta a história da bruxa e da pessoa que era antes, sem ter demasiados detalhes. - Alguns adoram, outros acham que traz pouco ao universo.
Livro - blair witch: book of shadows	<p>4.9/5 (15 votos) amazon 3.2/5 (47 votos) goodreads</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ajuda a melhorar o 2º filme, que não teve grande sucesso. - Aprofunda a personalidade das personagens. - Explica aspetos do filme que não foram abordados, como o próprio nome do filme.
Livro - secret confessions	<p>4.5/5 (60 votos) amazon 3.1/5 (157 votos) goodreads</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Livro muito fino, apresenta pouca informação, não merece o dinheiro que se vende. - Para quem gosta do projeto, vai gostar do livro.
Livro - graveyard shift	<p>4/5 (23 votos) amazon 3.6/5 (26 votos) goodreads</p>	<p>Divertido, leitura rápida, bom complemento para a mitologia do segundo filme.</p>
BD - the blair witch chronicles	<p>3.8/5 (3 votos) amazon 2.6/5 (38 votos) goodreads</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Procura desenvolver a história da bruxa e o seu passado, contudo, as histórias em si não estão ligada. - A arte acompanha a estética dos filme. - Novos pontos de vista de conteúdos que já existiam.
BD - blair witch: dark testaments	<p>2.6/5 (19 votos) goodreads</p>	<p>Livro curto que apresenta uma história demasiado rápido, não há espaço para o</p>

		leitor se ligar à história, protagonista, ou ambiente; parece um rolo de imagens sem contexto.
VJ - blair witch: volume 1	7.5/10 (96 votos) imdb	- Dá profundidade ao personagem, tornando-o ainda pior do que os filmes apresentavam dele. - O <i>gameplay</i> não é o melhor: pouco assustador dentro do gênero, muitas cenas de ação desnecessárias, muito lento por ser um jogo pesado.
VJ - blair witch volume 2	6.3/10 (79 votos) imdb	
VJ - blair witch volume 3	6.6/10 (55 votos) imdb	
VJ - blair witch: evil hides in the woods	4.4/5 (465 votos) amazon 67/100 (118 votos) opencritics	- Experiência autêntica, com a estética clássica do filme com uma experiência realista de terror. - Puzzles pobres, design mediocre que piora a experiência geral do jogo. - A versão Nintendo Switch tem vários problemas gráficos e de performance.
Livro - The Witch's daughter	3.7/5 (220 votos) goodreads	1º livro: história interessante e cativante, a escrita por vezes é fraca, fácil de ler. 2º livro: divertido, escrita também um bocado fraca, é assustador da melhor forma, teria sido uma melhor sequela para o 1º filme do que os outros filmes. 3º livro: captura o espírito maléfico do 1º filme, livro curto mas cativante. 4º livro: interessante e assustador, os livros são todos separados, por isso é possível ler um e gostar sem sentir a falta de alguma apresentação prévia dos outros. 5º livro: história simple para assustar crianças, não há moral. Não há comentários no goodreads para os livros 6, 7 e 8.
Livro - The Dark Room	3.9/5 (141 votos) goodreads	
Livro - The drowning ghost	4.2/5 (122 votos) goodreads	
Livro - Blood Nightmare	3.8/5 (78 votos) goodreads	
Livro - The death card	3.8/5 (79 votos) goodreads	
Livro - The prisoner	4/5 (68 votos) goodreads	
Livro - The night shifters	3.9/5 (53 voto) goodreads	
Livro - The	3.9/5 (51 votos) goodreads	

obsession		
-----------	--	--

Apêndice D - Tabela de recolha de dados sobre a relação da audiência com os produtos de *Heroes*.

	Heroes	
	Ratings	Reviews
Série - Heroes	7.5/10 (245 mil votos) imdb 65% votou 3.5/5 ou mais - rotten tomatoes	Premisa interessante, personagens complexos e variados, as duas primeiras temporadas são de longe superiores às duas últimas, que estragaram a série e levaram a que esta fosse cancelada.
ARG: Heroes Evolution (website)		Agregação de todos os conteúdos e conteúdos publicados do projeto.
Heroes comic volume 1	4.7/5 (101 votos) amazon 3.6/5 (1 828 votos) goodreads	<ul style="list-style-type: none"> - Backstories que preenchem lacunas sobre personagens e a própria série. - Para um adepto da série, o livro adiciona todo um novo mundo à série, dá espaço a personagens pouco vistas na série, explica com mais detalhe momentos que pareciam ambiciosos, etc. - As pessoas queriam que houvesse mais conteúdo e mais história.
Heroes comic volume 2	4.5/5 (30 votos) amazon 3.6/5 (375 votos) goodreads	<ul style="list-style-type: none"> - Aquisição por amor à série. - Busca para mais conteúdo. - Traz mais conteúdo secundário do universo em vez de complementar conteúdo que já foi visto na série.
Saving Charlie, Heroes: A Novel	4.1/5 (51 votos) amazon 3.3/5 (831 votos) goodreads	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolve a historia de uma personagem que desapareceu, foi uma forma apelativa para os fãs irem ler, se quisessem mais da personagem. - Fraco, com muitos cliches, o início e fim já era conhecido para quem via a série portanto o meio era o elemento novo mas foi uma desilusão, escrita mediocre. - Parece ser apenas uma forma de fazer

		mais lucro do que realmente desenvolver o universo.
Heroes: the mobile game	4.1/5 (691 votos) phoneky	
Web mini-série - Heroes going postal	5.6/10 (159 votos) imdb	História fraca, pouco apelativa, gráficos pobres também, só vale a pena para quem é fã do universo e sente a necessidade de completar tudo.
Web mini-série - Heroes hard Knox	6.2/10 (166 votos) imdb	Composto de cenas apagadas da terceira temporada, mal conseguido, algumas dinâmicas não fazem sentido.
Web mini-série - Heroes nowhere man	7.2/10 (238 votos) imdb	Este é o mais interessante das 3 mini-séries, também contém mais violência.
Web série - Heroes Reborn: dark matters	6.9/10 (2 800 votos) imdb	Ser do estilo " <i>found footage</i> " não foi apelativo á audiência, parecendo amador e preguiçoso.
Mini tv série: Heroes Reborn	6.7/10 (29 mil votos) imdb 57% votou 3.5 estrelas ou mais - rotten tomatoes	Personagens mais fracas (do pontos de vista da personalidade), conflito demasiado extremo para um conteúdo novo, mesmo que o universo já seja conhecido.
Jogo mobile Heroes reborn enigma		Demasiados <i>bugs</i> , difícil de jogar, a app vai abaixo durante o jogo.
E-books - heroes reborn - catch and kill	4.6/5 (12 votos) amazon 4.3/5 (19 votos) goodreads	Para fãs da série, ler as novelas trazem nostalgia, trazem de volta personagens muito secundárias com um papel mais ativo ou novas personagens com impacto na nova série.
E-books - heroes reborn - save the cheerleader, destroy the world	4.6/5 (12 votos) amazon 3.8/5 (19 votos) goodreads	- <i>Catch and Kill</i> : Ótima adição ao projeto, apesar de se estar a acompanhar dois vilões, é possível sentir compaixão pelos seus motivos e ação no livro por estarem a vindicar a morte do filho. Personagens interessantes e com personalidades complexas.
E-books - heroes reborn - a long way from home	4.6/5 (12 votos) amazon 3.8/5 (32 votos) goodreads	- <i>Save the Cheerleader</i> : Preenche a lacuna entre o final da série original até o início da nova série, contudo, parece um sumário de

		<p>eventos sem realmente mostrar motivações. Traz de volta personagens amadas da série original que os fãs sentiam a falta e é fácil de ler. Não responde a todas as perguntas que ficaram em aberto.</p> <p>- <i>A Long Way From Home</i>: Conta com um grupo totalmente novo, de personagens com poderes fracos e como têm de ser criativos para derrotar o vilão, o que é interessante e diferente do que foi visto até ao momento.</p>
E-books - heroes reborn - brave new world	4.9/5 (10 votos) amazon 3.4/5 (59 votos) goodreads	<p>Boa adição para os fãs do universo e da série:</p> <p>- <i>Brave New World</i>: Apesar de ser um conceito interessante de adicionar pequenos livros à série original, o 1º livro adiciona muito pouco ao que já se sabia da série.</p> <p>- <i>A Matter of Trust</i>: Uma boa forma de caracterizar uma personagem secundária de forma interessante e cativante, ótima adição ao universo e melhora a imagem que havia da personagem na série.</p> <p>- <i>Dirty Deeds</i>: Este ao seguir uma personagem pouco amada, deixa os fãs descontentes pois não conseguem ligar-se ao protagonista.</p>
E-books - heroes reborn - a matter of trust	4.9/5 (10 votos) amazon 3.7/5 (20 votos) goodreads	
E-books - heroes reborn - dirty deeds	4.9/5 (10 votos) amazon 3.8/5 (25 votos) goodreads	

Apêndice E - Tabela de comparação entre *The Blair Witch Project* e *Heroes*.

	The Blair Witch Project	Heroes
Categoria		
Gênero	O gênero predominante é o terror, com elementos de fantasia e mistério. O projeto apresenta um tom pesado, sombrio, com elementos de nudismo, suspense e violência explícita.	O gênero dominante é a ficção científica, com elementos de fantasia e drama. O projeto apresenta uma atmosfera intensa e contém nudismo, violência explícita, consumo de álcool e drogas.
Novidade		
Originalidade	Para a época, o projeto foi altamente inovador e captou a atenção da audiência rapidamente. Ser do estilo " <i>found footage</i> " não era habitual, mas ajudou a envolver as audiências para a tentativa de veracidade. Hoje, o projeto é considerado um marco no gênero do terror.	Entretenimento de super-heróis é vasto, portanto o projeto teve de inovar no estilo e criar histórias que se focam no lado humano, com problemas de consciências e dúvidas sobre as suas ações, ao invés de heróis como seres superiores de boas intenções.
Media		
Tradicionais	O estilo amador do primeiro filme foi interessante, diferente do que a audiência estava habituada quando no gênero de terror. Os documentários fictícios também chamaram a atenção da audiência, muitos afirmam preferirem os documentários aos filmes por serem em formato de investigação policial e ao mesmo tempo dar um contexto à lenda da bruxa. Os livros, que complementam os dois primeiros filmes, surpreenderam os consumidores ao aprofundar as personagens "vilão", fazendo com que a audiência relaciona-se com	A série original do projeto rapidamente chamou a atenção das audiências, com uma premissa interessante e uma variedade de personagens diferentes. O sucesso foi de tal forma que o lançamento do livro e das bandas-desenhadas foram consideradas um <i>must-have</i> pela comunidade. O livro apelou aos fãs por contextualizar a relação entre duas personagens adoradas, que tinham um histórico desconhecido à audiência. As bandas-desenhadas também preencheram lacunas da série e

	<p>eles ou os odiasse ainda mais. Os outros livros, que formam uma série, permitiram à audiência acompanhar uma personagem de idade similar à do público-alvo, com um novo ponto de vista sobre a narrativa original, e investigar mais sobre os efeitos que a lenda da bruxa ainda tem no presente. E são uma boa forma de ser introduzido ao projeto, segundo alguns comentários feitos pelos leitores que anteriormente nunca tinham consumido nenhum conteúdo.</p>	<p>permitiram à audiência expandir o mundo ficcional. Muitos fãs ficaram desiludidos por não terem sido publicadas mais bandas-desenhadas de tal forma gostarem de lê-las.</p>
Novos media	<p>Com o início do século, as pessoas estavam curiosas pela internet e o que era possível fazer. Por isso, o projeto ter um website foi extremamente apelativo, ainda por cima por ser o único sítio onde havia informação sobre as histórias e a mitologia toda em volta da bruxa de Burkittsville. Também, os vídeo-jogos foram bem recebidos e a audiência admira que estes procurem aprofundar as narrativas do passado que são apenas lendas nas narrativas do presente. A audiência assim sentiu-se mais emergida no mundo e estes preencheram lacunas sobre as histórias que já conheciam.</p>	<p>Uma grande parte dos produtos foram publicados nos novos media, facilitando o acesso a um maior número de pessoas. O website do projeto, que aglomerava todos os conteúdos, proporcionava mais conteúdos àqueles que iam à procura de aprender sobre o contexto do projeto, tal como dava acesso a conteúdos que não se encontravam em mais lado nenhum. Os <i>e-books</i> - livros digitais - foram um produto muito apreciado pela audiência. Permitiu-lhes conhecer melhor personagens secundárias de outros produtos e perceber as suas motivações, e em alguns casos, até fizeram com que a audiência mudasse de opinião sobre a personagem.</p>
Personagens		
Protagonistas	<p>Todos os conteúdos terem protagonistas diferentes permite</p>	<p>O projeto contou com um grupo de protagonistas diverso e</p>

	<p>haver múltiplos pontos de vista sobre os mesmos acontecimentos e assim a audiência tem mais informação. Alguns protagonistas destacam-se por terem uma história mais cativante: a própria bruxa, Rustin Parr ou Cade Merrill. São protagonistas de histórias mais cativantes por aprofundarem o tema que mais chama a atenção do projeto, que é a bruxa e a sua lenda.</p>	<p>complexo, com personalidades aprofundadas e a audiência conseguia relacionar-se com eles. Mas, também, a audiência demonstrava interesse em descobrir mais sobre personagens secundários pelas suas motivações ou os seus poderes. Segundo os comentários da audiência, as personagens são o que mais os apela a consumir os produtos do projeto.</p>
<i>Backstory</i>	<p>Conteúdos que contextualizaram o passado das personagens era o mais apreciado pelos fãs. Perceberem como nasceu a lenda da bruxa ou o porquê de haver um ódio comum por uma personagem permite à audiência sentir-se incluída no universo e perceber melhor os pontos de vista que lhes são apresentados.</p>	<p>A comunidade estava muito interessada por extensões que apresentassem histórias do passado das personagens, tanto protagonistas como secundárias. Perceber de onde vieram e pelo o que as personagens passaram ajuda não só a desenvolvê-las, mas também a dar mais oportunidades para a audiência se identificar com as ações e motivações, ficando mais emergidas no universo.</p>
Relação entre a audiência e os conteúdos		
Filmes	<p>O seu estilo visual amador, de "<i>found footage</i>", foi muito apelativo por ser inovador dentro do género. A audiência sentiu curiosidade tanto pela veracidade da história como pela história em si. Outro aspeto que a audiência destaca é os próprios filmes existirem dentro do mundo, retratando a audiência através dos novos protagonistas.</p>	
Documentários	<p>Os documentários foram um conteúdo que chamou a atenção da audiência por ser tão original. Não</p>	

	<p>é comum um projeto de entretenimento criar conteúdos realistas para um programa televisivo e alguns comentários destacam como os documentários foram mais interessantes do que os filmes.</p>	
Séries		<p>A audiência sentiu-se principalmente atraída pela premissa e os protagonistas complexos. Alguns comentários afirmam que após a exibição do primeiro episódio, a série já fazia parte dos conteúdos favoritos de entretenimento.</p>
Webséries		<p>Alguns foram compostos com cenas que não foram incluídas na terceira temporada e complementam momentos que pareciam apressados na série.</p>
Video-jogos	<p>Estes conteúdos permitiram ao público interagir diretamente com o mundo e partir à aventura para aprender mais sobre o tema dos jogos, que são sempre focados numa personagem "vilão" e conhecer os acontecimentos que os levaram a serem vistos como vilões.</p>	<p>A possibilidade de fazer parte do mundo como um mutante/super-herói é interessante, é uma forma de emergir a comunidade no universo. E os poderes da personagem que o jogador representa no jogo mais recente é inovador pois tem três poderes diferentes e as diferentes formas como o usa pode levar a diferentes caminhos.</p>
Livros	<p>O projeto conta com 12 livros e estes inserem os consumidores de forma a obterem mais informação sobre as personagens e desenvolverem uma relação com estes. As histórias são cativantes e seguem todas o espírito maléfico, que é o tema mais apelativo do</p>	<p>O livro apresenta a relação entre uma personagem que desapareceu da série e um dos protagonistas. A audiência demonstrou interesse em perceber o contexto da relação e como chegaram ao ponto que se vê na série.</p>

	projeto segundo a audiência.	
<i>E-books</i>		As narrativas neste meio são muito apreciadas pelos leitores. Estes comentam que as histórias permitiram conhecer melhor personagens, perceber os incentivos para a forma de tal forma.
Banda-desenhada	A arte das bandas-desenhadas acompanha a mesma estética que o filme original e aprofunda a lenda da bruxa. A audiência afirma que se sentiu emergida no universo na leitura por também já ter sentido como é o mundo através dos filmes.	Estes conteúdos são muito apreciados pois preenchem lacunas na história da série e apresentam mais informação sobre o universo e os acontecimentos. Aqui também são detalhados momentos ambiciosos para a audiência perceber como estes realmente funcionaram, integrando a audiência nas regras do mundo.

Apêndice F - Guião para a discussão dos grupos de foco

Perguntas gerais sobre o projeto apresentado:

- Qual foi a apreciação geral do projeto?
- O que vos chamou mais a atenção?
- O projeto gerou-vos alguma emoção?
- Digam-me o que acharam sobre a originalidade do projeto?

Perguntas sobre o mundo do universo:

- Acharam o mundo deste projeto interessante?
- Gostaram de aprender sobre ele através das histórias?
- Acharam complexo ou difícil aprender sobre este mundo?

Perguntas sobre as personagens principais:

- O que acharam das personagens?
- Gostam destas personagens como protagonistas ou preferiam ter outros pontos de vista para a histórias?
- Qual a vossa opinião sobre algumas destas personagens terem redes sociais?

Perguntas para cada produto do projeto:

- O que acharam do tema deste conteúdo?
- É uma história que vos apela?
- É um média ou plataforma que se veem a usar?
- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?
- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?
- Acharam que a história é fácil ou difícil de acompanhar?
- Neste produto, o que gostaram mais?
- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?
- Este produto parece-vos relevante para a totalidade do projeto?

Apêndice G - Transcrição dos elementos visuais do 1º grupo de foco

	Participante A.	Participante A.C.
Universo	<p>- Concordou, com um aceno de cabeça, com a afirmação de que ter joias com magia incorporado é uma forma eficiente de demonstrar status.</p> <p>- Demonstrou uma expressão de entusiasmo ao associar um elemento do projeto a um conteúdo já existente e muito conhecido.</p>	
Personagens	Demonstrou uma expressão de felicidade ao ver as personagens.	
Webcomic - Lunaris Treasure		
Redes Sociais dos protagonistas	Demonstrou uma expressão duvidosa e/ou questionável ao ouvir os diferentes tipos de conteúdos que os protagonistas poderiam partilhar nas suas redes sociais.	
Jogo Mobile - Hunters Moon	Demonstrou uma expressão de felicidade ao reconhecer a inspiração estética para o jogo mobile.	
Livro - Moonscape	Bocejou durante a apresentação da história do livro.	
Aplicação Episode - Selenophile	Franziu as sobrancelhas durante a explicação da aplicação.	
Websérie - Lana's Astri		
Jornal do universo - The Moonry Papers		

	Participante B.	Participante J.
Universo		Demonstrou uma expressão de entusiasmo ao associar um elemento do projeto a um conteúdo já existente e muito conhecido.
Personagens	Demonstrou uma expressão de felicidade ao ver as personagens. Acenou positivamente durante a apresentação da personagem de Damiar.	
Webcomic - Lunaris Treasure		
Redes Sociais dos protagonistas	Acenou positivamente durante a descrição das atividades que as personagens poderiam fazer nas suas redes sociais.	
Jogo Mobile - Hunters Moon		Demonstrou uma expressão de felicidade ao reconhecer a inspiração estética para o jogo mobile.
Livro - Moonscape	Demonstrou uma expressão de satisfação na explicação final da história do livro e a associação entre o livro e o webcomic.	
Aplicação Episode - Selenophile		
Websérie - Lana's Astri		
Jornal do universo - The Moonry Papers		

	Participante G.
Universo	
Personagens	
Webcomic - Lunar Treasure	
Redes Sociais dos protagonistas	
Jogo Mobile - Hunters Moon	
Livro - Moonscape	Demonstrou uma expressão de satisfação na explicação da associação entre o livro e o webcomic.
Aplicação Episode - Selenophile	
Websérie - Lana's Astri	
Jornal do universo - The Moonry Papers	

Apêndice H - Transcrição dos elementos visuais do 2º grupo de foco

	Participante C.F.	Participante R.
Universo	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrou uma expressão de alegria quando é dito que os animais também passaram a ser criaturas mágicas. - Demonstrou uma expressão de concentração enquanto era apresentado a possibilidade de se realizar um desejo feito no mar. - Demonstrou uma expressão entusiasmado quando foi mencionado o rumor de existirem pessoas mutantes. - Concordou, com um aceno de cabeça, quando foi dito que existia trabalho para todos neste mundo. - Demonstrou uma expressão de curiosidade quando foi mencionado a existência de uma máfia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Concordou, com um aceno de cabeça, com a afirmação de que a religião era dedicada à Lua. - Demonstrou uma expressão de surpresa quando é apresentada a máfia do universo.
Personagens	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrou uma expressão de concentração enquanto era apresentada a personagem de Damiar. - Demonstrou mais interesse na personagem de Dennis. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrou uma expressão alegre quando foi dito que os pais de Lana e Caspian são bons reis, mas maus pais. - Demonstrou uma expressão de empatia pela personagens de Damiar quando é dito que é uma personagem com muito peso psicológico. - Demonstrou uma expressão de empatia pela personagem Ben quando foi dito que este é ignorado pelos pais por ser o único rapaz.
Webcomic - Lunaris Treasure	Demonstrou uma expressão divertida quando foram	

	apresentados os nomes dos conteúdos.	
Redes Sociais dos protagonistas	<p>- Demonstrou um expressão de divertimento quando foi dito que as personagens masculinas tinha páginas no Twitter pois os homens não são de tirar fotografias.</p> <p>- Concordou, com um aceno de cabeça, com a afirmação de que a partilha de conteúdos pelas personagens nas redes sociais permitem demonstrar melhor as suas personalidades.</p>	Demonstrou um expressão de divertimento quando foi dito que as personagens masculinas tinha páginas no Twitter pois os homens não são de tirar fotografias.
Jogo Mobile - Hunters Moon		
Livro - Moonscape	<p>- Demonstrou uma expressão de pena quando foi dito que uma das personagens principais morre.</p> <p>- Demonstrou uma expressão de satisfação quando foi apresentado a relação entre a história do livro e a história do webcomic.</p>	
Aplicação Episode - Selenophile		Acenou durante a explicação da história.
Websérie - Lana's Astri	Demonstrou uma expressão de divertimento quando é apresentado a possibilidade de existir um triângulo amoroso entre as personagens.	Demonstrou uma expressão de divertimento quando é apresentado a possibilidade de existir um triângulo amoroso entre as personagens.
Jornal do universo - The Moonry Papers		

	Participante C.	Participante V.
Universo	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrou uma expressão de atenção enquanto o mundo era geograficamente apresentado. - Concordou, com um aceno de cabeça, com a afirmação de que a possessão de joias com magia é uma forma de demonstrar status. - Volta a acenar quando é dito que o uso de magia tem a consequência de encurtar o tempo de vida de uma pessoa. - Demonstrou uma expressão de alegria durante a explicação do desejo que se pode pedir ao mar. - Demonstrou um conjunto de emoções durante a apresentação das lendas, mitos e rumores do mundo, todas à volta de satisfação, alegria e interesse. - Demonstrou uma expressão de surpresa quando é dito que Lunarís é governado por três reis por ser tão grande. - Demonstrou uma expressão de concordância quando é dito que neste mundo há trabalho para todos. 	
Personagens	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrou uma expressão de divertimento quando é dito que os pais de Lana e Caspian são bons reis, mas maus pais. - Demonstrou uma expressão de carinho quando a personagem de Damiar é apresentada e se menciona a morte da mãe. - Demonstrou uma emoção divertida durante a apresentação de Ben e este ser o único rapaz entre três irmãs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrou uma expressão de alegria durante a apresentação de Ben e a sua situação ao ser o único rapaz entre três irmãs. - Demonstrou de novo uma expressão de alegria durante a apresentação de Dennis quando é dito que este é o melhor bandido do mundo de Namir.
Webcomic - Lunarís	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrou uma expressão de 	

Treasure	alegria ao ser apresentado os nomes dos conteúdos e estes estarem relacionados com a Lua. - Concordou, com um aceno de cabeça, com a afirmação de a audiência ao ter mais informação do que as personagens é mais interessante.	
Redes Sociais dos protagonistas	- Demonstrou um expressão de divertimento quando foi dito que as personagens masculinas tinha páginas no Twitter pois os homens não são de tirar fotografias. - Concordou, com um aceno de cabeça, com a afirmação que as personagens terem redes sociais é uma forma da audiência conhecer e relacionar-se mais facilmente com as personagens.	Demonstrou um expressão de divertimento quando foi dito que as personagens masculinas tinha páginas no Twitter pois os homens não são de tirar fotografias.
Jogo Mobile - Hunters Moon		
Livro - Moonscape	- Demonstrou uma reação de surpresa quando é dito que uma das personagens principais do livro morre. - Demonstrou uma expressão de satisfação quando é apresentado a relação entre a história do livro e a história do webcomic.	Demonstrou uma expressão de agrado quando foi explicado a relação entre a história do livro e a história do webcomic.
Aplicação Episode - Selenophile	Demonstrou uma expressão animada durante a apresentação da história.	
Websérie - Lana's Astri	Demonstrou uma expressão de divertimento quando é apresentado a possibilidade de existir um triângulo amoroso entre as personagens.	
Jornal do universo - The Moonry Papers		

Apêndice I - Transcrição do 1º grupo de foco

- Qual foi a apreciação geral do projeto?

J: Eu gostei do projeto.

G: Eu também.

Moderadora: Peça que justifiquem as respostas, se faz favor.

AC: Tem muita coisa que se pode explorar, muitos aspetos da história, ainda por cima a parte da *prequel*, acho que tem muitos aspetos que podem envolver bastante a audiência e pode ter muitos rumos.

A: Acho que haver *content* em várias partes da história, em vários séculos é bastante interessante, não se vê isso muito a acontecer honestamente. A parte de estar espalhada entre vários media, várias plataformas é interessante.

J: Eu gostei muito, é parecido com muitas séries e filmes que já vi, faz-me pensar no *Avatar the Legend of Aang* por exemplo. E gosto de não ser obrigado a ver uma coisa de media, posso ver várias, ver uma série ou uns comics e não ter de ser obrigado a ler o livro para perceber as outras histórias.

A: Eu gosto principalmente dessa parte porque, principalmente com Marvel ou outros conteúdos, tens de ver o filme e depois a série, e tens de ler os comics que saíram não quando para perceber a coisa toda

B: Acaba por ser confuso.

A: E ser capaz de conseguires ler o livro ou webcomics e perceberes à mesma o que está a acontecer.

J: E haver uma ordem, na Marvel não tens ordem, é como for. Agora eles podem decidir por uma história dos anos oitenta no presente e passar essa história para a frente de outras.

B: E tu próprio podes participar na evolução desta história.

A: Não sei até que ponto isso é boa ideia honestamente

B: Não és tu que estás a definir tudo. pelo que eu percebi é, se a maioria votar nisto, é o que vai acontecer.

A: Não escolhe do zero?

B: Basicamente tu tens: ela quer ter uma relação romântica com alguém ou não quer? Se a maioria votar para esse caminho, a história provavelmente vai ter um rumo para aí, é um rumo geral do que o público quer, e a história vai ser desenvolver a partir daí, ou seja, vai abranger a maioria das pessoas.

G: Dava para fazer muito bem uma campanha de D&D (*Dungeons and Dragons*) com estas cinco personagens.

A: Podes expandir muito bem, se for bem feito, pode-se expandir bem este projeto. o único problema aqui é conseguires os fãs iniciais do projeto. outras coisas, como por exemplo o *Harry Potter*, ou universo mais pequenos, começa com um pessoal mais novo e crescer com a coisa. *Game of Thrones* é uma exceção, mas se se conseguir que uma certa age range cresça com o projeto, e depois vai se lançado mais coisas para as pessoas continuarem a consumir, acho que é boa ideia.

- O que vos chamou mais a atenção?

J: Para mim foi a websérie, pelo menos é o que seria mais fixe. Mas uma coisa é certa, uma pessoa tem de dar um commitment gigante para poder ver tudo, porque se eu quiser ver tudo, vai exigir muito tempo, não só pq as coisas não são lançadas todas ao mesmo tempo e o problema é, será que eu, enquanto adulto, tenho tempo para ver tudo?

A: Eu acho que tens porque, como o projeto não sai todo ao mesmo tempo, vais acompanhando um bocado todas as semanas, então tens tempo.

J: Não só, é como nos animes, às vezes não vejo durante umas semanas e de repente vejo três ou quatro.

A: Acho que em relação a tempo, acho que funciona como qualquer outra série.

J: Também gostei muito do jogo, acho que tem bom potencial.

AC: O jogo, é que eu gostei da parte que a história tem muito por onde se pegar e ao mesmo tempo, quando eu gosto de uma historia, eu sou aquele fanatico que vai procurar tudo o que existe sobre o conteúdo. mesmo que não goste do jogo, vou instalar e jogar em momentos mortos, como na casa de banho.

A: Eu leio uma quantidade enorme de webtoons por isso o webcomic é que achei mais interessante, mas depois eu também fico super investido na história e não me estou a ver nada a ir ver as outras coisas para ir buscar a história. Se calhar vou ver um youtuber qualquer que agrupa tudo e apresenta num só vídeo. honestamente não me vejo à procura da história, não sei sobre as outras pessoas, mas eu não faria isso.

B: Eu gostei bastante daquele livro do Dennis.

G: Eu também.

B: Primeiro pela história em si, acho que a história estava muito engraçada com o assaltado castelo e depois fazer a ligação à outra história principal, aliás durante a apresentação fiquei “ahh é o tesouro da outra história”, consegui fazer a ligação. Fiquei super excitada porque quero ler o livro agora. Para além de que está a acompanhar uma personagem muito diferente das personagens da história principal.

A: Ter histórias diferentes, ter personagens diferentes, acaba por apelar a várias pessoas.

B: Nas redes sociais acho que é giro porque está a acontecer outras coisas, mas dá um ar mais real aos personagens, e a sua vida. mesmo que estejas mais focado noutras personagens ou eventos, há outras coisas a acontecer.

A: Não gosto nada.

B: Imagina, não é uma coisa que se calhar seja fácil de acompanhar a longo prazo.

A: Não é isso, vou dar um exemplo. A raid, há dois ou três anos, criou uma conta twitter para uma das personagens de League of Legends e imagina, era uma personagem que faz parte de uma banda de kpop e a raid lançava música com elas apesar de ser uma personagem fictícia. e eu acho que onde aquilo correu mal foi quando começaram a partilhar que a personagem tinha depressão e como os efeitos depressivos a afetam na vida, e eu acho aquilo *predatorial*, estás a apelar à população que tem depressão.

G: Está a tentar dar relate às pessoas.

A: Sim, relate, apelar a um grupo vulnerável. e acho muito mau e estranho.

B: Sim porque as pessoas também podem se reconhecer ali e usar a conta para falar com a pessoa, como ajuda. se houvessem especialistas da doença por trás da personagem para ajudar essas pessoas talvez.

G: Sim, mas isso não faz parte do âmbito da empresa ou o objetivo da página da personagem. As personagens devem ser sempre leves.

A: Pois, foi para atrair pessoas ao relacionar-se com a doença.

G: Eu gostei muito do webcomic e do livro, o jogo não me vejo muito a jogar. Mas ao contrário do meu colega, sou pessoa de ir à procura de mais coisas sobre o projeto.

J: Também gostei muito do mapa.

B: Estava muito giro.

AC: Aquilo que estavas a dizer sobre a prequela se relacionar com a história principal. é como no senhor dos anéis, tens a trilogia original, depois tens o hobbit que vai um bocado mais atrás, e agora há a série e quem goste do projeto, está a adorar ver as pequenas referências até chegar ao respetivo ponto, e eu acho isso muito fixe.

B: Gostei também da história ser contada pelos filhos dos reis e não pelos reis, é uma coisa que chama mais a atenção do que os reis que estão a reinar, então contado pelos filhos tem uma personalidade mais perto da nossa e são outras perspectivas.

G: Não sou nada fã de cooldowns na magia, prefiro um sistema como o de Eragon onde tens a peça mágica e tens de pôr energia para funcionar e depois usas. Há sempre a parte da fadiga, porque ele tem de ir buscar energia às plantas ou outra fonte para guardar.

J: Mas não pode ser limitado, porque se for então há sempre um que é mais forte do que os outros.

G: Sim sim, mas não gosto de a personagem usar magia e ficar meio podre.

J: Não tem de ser podre, mas tem de haver algum tipo de consequência. Por exemplo, o Deku, de *My Hero Academia*, que parte os dedos ou os braços quando usa os seus poderes por serem tão fortes.

G: Eu percebo, mas não gosto muito.

- O projeto gerou-vos alguma emoção?

B: Excitação, entusiasmo. Eu gosto muito de livros e histórias, e ouvir a totalidade da história, apesar de não ser o que tipicamente consumo, tudo o que envolve a própria história, o desenvolvimento da história, haver histórias colaterais, gera muito mais entusiasmo no sentido “wow, tanta coisa, vai haver muito por onde se pegar”.

G: Eu concordo.

J: Eu sinto que se for algo que eu gosto mesmo, vou passar a semana à espera do dia que saia um novo capítulo para poder continuar.

AC: É muito aquele sentimento de ir à descoberta, vem com a carga toda. Vês um novo universo, uma nova perspetiva de uma história criada e depois estás a ver como se relacionam, as personagens, a própria magia, cria um bocado o sentimento de ir à descoberta.

A: Eu não tenho nenhuma emoção específica, precisava de consumir os conteúdos para perceber como me sinto sobre eles.

J: Pois, eu se tivesse de destacar uma emoção seria curiosidade porque há coisas que achei interessantes.

A: A história do mundo é interessante, o background do mundo acho interessante, não senti nada em relação às personagens.

J: Mas também ainda não sabemos muito sobre as personagens.

A: O mundo em si, fiquei entusiasmado com isso, quero saber mais sobre a relação com a Lua, e isso.

- O que me podem dizer sobre a originalidade do projeto?

J: Para mim, foram 10 filmes, séries ou livros misturados e criaram uma história original.

B: Eu acho que é bastante original. A história em si está gira e bem escrita, acaba por ser mais uma história, apesar de estar bem escrita, qualquer um conseguia escrever uma história, mas ao ter pegado em tantas coisas e criar um mega mundo, acho isso bastante diferente e original.

A: Acho que coisas com magia e isso não há muito no nosso mundo ocidental, é mais comum no mundo oriental, Coreia ou Japão, mas do nosso lado não existe muito por isso acho que está muito bem em trazer-se isso para aqui. Concordo que em alguns aspetos é uma aglomeração de projetos conhecidos, mas se for bem feito, em conjunto pode correr muito bem. Porque não existe aqui simplesmente esse tipo de coisas, um sistema mágico com estas histórias e jogos, várias coisas a acontecer não existe por acho que pode correr muito bem.

- Acharam o mundo que vos foi apresentado neste projeto interessante?

J: Sim.

AC: Gosto que esteja dividido em três partes.

A: Acho que é original, acho que haver essa parte de um pedaço de algo que caiu no mar que ficou entranhado no mundo e haver agora magia no mundo acho muito interessante, nunca vi a ser feito assim. Acho que ter logo a premissa dos humanos não serem amados pela magia é algo que não existe. Não me lembro de alguma vez ter visto.

G: Normalmente são os utilizadores.

A: Normalmente é o contrário. Ou então há outras espécies que usam magia, mas neste caso, não havendo, acho bastante interessante. Não vimos muitos dos países.

G: Eu gosto dos nomes, são originais.

A: No geral achei interessante.

J: Eu gosto do facto que podes poder magia em objetos, porque assim é ilimitado, tem potencial ilimitado. A tua criatividade faz com que consigas fazer uma arma incrível.

B: As lendas, rumores e mitos que foram adicionados são bastantes interessantes e dão mais suspense e entusiasmo para continuar a história.

G: Eu acho que os três reinos que vimos são bons. Acho sempre que haver mais do que um reino há mais diversidade.

A: E serem três. Às vezes há cinco ou seis reinos, mas só se vê a história de um então fica se um bocado...

J: Ou é tudo apresentado super rápido.

A: Só se vêem resumos do que está a acontecer.

J: Assim não tem interesse nenhum.

B: E haverem três reis no mesmo reino, com função diferentes, é inovador.

AC: O pedaço da Lua ter caído na terra, e houve guerras e paz, definir as cidades e o que cada um faz. É giro como na realidade isso também acontece. Ao longo da história houve muitas pessoas ambiciosas para querer mais território e mais recursos e ao mesmo tempo também transpor isso para uma história fictícia como esta.

- Gostaram de aprender sobre o mundo através das histórias que vos foram apresentadas?

A: Eu gosto muito na maior parte destas coisas de saber o que se passa no mundo, no geral. Para mim é muito importante.

AC: Senão fica-se no meio do nada.

G: Fica solto.

A: Fica vazio se a história for só sobre as personagens e não haver contexto sobre o mundo.

- Acharam complexo ou difícil aprender sobre este mundo?

J: Não.

B: Por acaso, achei uma narrativa relativamente fácil de acompanhar.

AC: Acho que a maior dificuldade seria de seguir vários pontos de vista, perceber quem é quem, mas com o diálogo vai se aprendendo.

J: Nós gostamos porque nós gostamos desses tipos de mundo. Se calhar uma pessoa que nunca viu uma coisa assim.

A: Mesmo em qualquer livro, não se sabe nada e vai se aprendendo. O único problema seria se sair tudo ao mesmo tempo e tivermos de acompanhar diferentes histórias ao mesmo tempo.

B: A história em si e a narrativa é relativamente fácil de perceber.

A: Várias histórias e vários plot-lines, em vários espaços temporais pode ser complicado.

B: Exato, quem acompanha desde o início é fácil porque está a aprender ao mesmo tempo que o projeto evolui, mas quem aparece depois de já haver muito conteúdo pode ter alguma dificuldade, a não ser que esteja tudo bem explícito onde começa.

AC: Eu acho que em termos de timings o projeto está bem. Está tudo bem explícito.

B: E as histórias são um bocadinho individuais, ou seja, não é obrigatório conheceres uma para veres a outra.

- O que acharam das personagens?

J: Gostei mas ouvimos pouco delas. Acho que precisava de as ver em plots para perceber como me sinto sobre elas, porque assim são só nomes e imagens.

G: Eu acho que já têm algum backstory.

B: Sim, eu fiquei um bocado curiosa por uma ou outra personagem. Sabes o background dela e podes prever algo que pode vir a acontecer.

A: Acho que a Lana foi a que explicaste menos, por isso se calhar foi quem eu preferi menos.

B: Eu acho que foi dito o suficiente para me mostrar como ela irá agir nas histórias.

J: Eu quero vê-las em plots para vê-las em ação. Assim tenho alguma dificuldade em imaginá-las.

B: Inicialmente não gostei muito do design do Dennis, mas depois de contares a história dele e o seu background, fiquei com muito mais curiosidade por ele.

- Gostam destas personagens como protagonistas ou preferiam ter outros pontos de vista para a histórias?

J: Eu gostei.

B: Eu também gostei, como já tínhamos dito, é interessante termos pontos de vista similares à nossa idade e serem personagens que ainda se estão a conhecer.

- Qual a vossa opinião sobre algumas destas personagens terem redes sociais?

A: Horrível, não gosto nada.

AC: Eu acho que é uma boa ideia, mas não iria seguir porque não sou esse tipo de pessoa que segue personagens, embora eu saber que existem. Não sou muito ligado a isso.

A: O conceito de eles, por exemplo, o Ben que partilha imagens de animais e bestas que encontra, acho interessante. Depois as personagens falarem sobre os sentimentos delas é longe demais.

J: Eu gostei, mas eu próprio não sou muito de redes sociais. Se calhar miúdos com 13 ou 14 anos iriam gostar mais e acompanhar.

B: Nesse aspeto, eu iria seguir, mas depois de algum tempo eu iria deixar de seguir. É como nos filmes onde vamos seguir os atores, mas depois de uma ou duas semanas vou deixar de seguir. Há pessoas que vão seguir por curiosidade, para saber mais sobre a história.

A: Partilhar história é interessante, só não gosto que sejam fixados em sentimentos e temas profundos.

B: Acho que não devia deixar falar diretamente com personagens.

G: Eu percebo a ideia de ter duas redes, mas prefiro que houvesse uma só página grande onde cada dia é dedicado a uma personagem e só nesse dia é que eles podiam partilhar as suas histórias.

J: Eu percebeu, mas se só gostar de uma das personagens e ter de levar com os conteúdos das outras só me vai fazer com que deixe de ver a página.

Lunaris Treasure:

- O que acharam do tema deste conteúdo?

B: Acho que é giro.

A: É interessante.

AC: Eu gosto, ainda por cima porque tem a característica de estarmos a ver do ponto de vista dos filhos, que é diferente.

- É um medium ou plataforma que se veem a usar?

A: Sim.

G: Não sei, mas acho que sim. Não conheço.

B: Pois, eu também não conheço, mas se for algo que gostasse realmente, sim usava.

A: Eu sigo muitas histórias no webtoon atualmente por isso sou um grande fã.

- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?

AC: Adorei.

J: Acho que é bastante boa.

AC: Sempre que há alguma envolvimento com a audiência, eu adoro.

B: Acho que é giro, para quem realmente gosta, acho que ter tarefas e jogos acaba te ligar muito mais a história do que se tivesses só a ler.

A: Para mim, eu não me vejo a fazer. Não sou grande fã de contacto com audiências.

J: Por exemplo, nos anos 90, havia um comic do Batman e os fãs não gostavam da personagem que fazia de Robin, e a audiência votou se a personagem devia morrer ou não, e morreu. E assim os criadores perceberam se a audiência gosta ou não do que está a acontecer.

A: Sim, mas não gosto quando a audiência a meter-se na história. Neste caso, não acontece tanto.

B: Neste caso, não afeta a história, fazes se quiseres e se não quiseres não fazes.

A: Eu não me vejo a fazer, mas percebo que outros gostem.

AC: A audiência às vezes ajuda, no caso do Sonic. Quando foi lançado o design da personagem no filme, os fãs revoltaram-se porque era péssimo e a produtora refez o design para satisfazer os fãs. Por isso é que o envolvimento da audiência também é importante nessas coisas.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

J: Webcomic é fixe.

G: Sim.

AC: Eu não conheço bem, mas acho que sim.

B: Não sei como funciona.

A: É um formato para telemóvel, por isso quando entras no capítulo, só tens de mexer para cima e lêes tudo de seguida.

B: Ah ok. Pessoalmente, prefiro muito mais livros, mas não acho má ideia começar assim. Há mais gente que prefere ler banda-desenhada do que um livro extenso.

G: Eu acho que para começar é fixe para mostrar quem são as personagens, como elas são. É uma coisa específica e só ler pode criar várias versões e não ser como é pretendido.

J: Eu não consigo imaginar por exemplo.

G: Eu acho que não iria imaginar isto que nos foi mostrado.

B: Mas isso podes mostrar na capa ou ter algumas páginas com desenhos.

J: Mas para isso faz-se só um comic.

B: Sim, mas imagina, é muito mais fácil ler um livro e depois ir ler a banda-desenhada.

J: Pois, eu não conseguia imaginar.

- Neste produto, o que gostaram mais?

J: As regras do mundo. Haver um cooldown na magia.

G: Eu não tenho, acho que o universo chamava-me para ler o webcomic.

B: Acho que o título também, sabes como é o mundo, sabes que vai haver uma caça ao tesouro e vai ser feita pelos filhos dos reis. Neste caso ainda não se saberia o que é o tesouro mas eles estariam à procura de uma coisa que poderá ser importante e valiosa, mas nós ainda não sabemos o que é e não sabemos quem vai lá chegar.

A: A única coisa que se calhar falta é um *underdog*. Aqui há vários filhos de reis, todos têm poder, vêm de boas famílias, e estás a limitar as ações que eles podem fazer. Acho interessante haver uma caça ao tesouro com vários pontos de vista dentro da mesma caça ao tesouro, mas falta um *underdog*.

G: Discordo.

A: Eu não acho muito giro teres vários filhos de vários reis a fazer o mesmo.

B: Eu acho que faz sentido porque são os reis que querem aquilo.

A: Não só, se aparecer no jornal então vai haver mais pessoas atrás do tesouro.

B: Sim, mas os filhos têm personalidades diferentes. Eles querem fortalecer o reino deles.

G: Ou não.

A: Mas também não sei como vão agir as personagens.

G: Eu acho que tem muito potencial.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

J: Eu gostei de tudo. Também ainda não sei o suficiente para saber o que não iria gostar, teria de ler.

G: Do que foi apresentado, acho que funciona tudo muito bem.

Hunters Moon:

- O que acharam do tema deste conteúdo?

AC: Gostei, se existisse ia já instalar. Mal posso esperar.

G: Não gosto do estilo, já tentei com outro jogos, mas não é para mim. Com o *paywall* depois estou só a esforçar-me sem retorno.

A: A maioria desses jogos é suportada pelo 1% que paga.

G: Eu prefiro um jogo mais role-playing, como nos jogos de PC, por exemplo Skyrim.

A: Pois, são jogos diferentes.

B: Eu acho bem que o projeto tenha um jogo porque realmente muitas das grandes histórias têm jogos associados e chama a atenção de muita gente. Eu pessoalmente não gosto de jogos.

A: Eu não sei até que ponto é que as pessoas que vão jogar este jogo vão querer saber da histórias.

B: Não, mas quem ler o webcomic vai querer jogar o jogo.

A: Talvez pois.

B: Talvez não ao contrário.

A: Mas isto para dizer que quem vai jogar o jogo se calhar não vai querer ler a história e se o objetivo era relatar mais história então não sei até que ponto o jogo vai ser eficiente para esse objetivo.

- É um medium ou plataforma que se veem a usar?

A: Sim

AC: Sim

J: Sim

B: Não

G: Não

- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?

AC: Eu apoio sempre a interação com a audiência.

A: Haver competições entre reinos é giro.

J: Sim, isso é giro.

A: Haver competição entre jogadores é sempre giro.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

A: Eu acho que faz sentido.

B: Se é para contar uma parte da história importante, não faz sentido. Se for uma história menos importante, se mais pela interação entre a história e o público então sim, faz sentido.

- Acharam que a história é fácil ou difícil de acompanhar?

TODOS: Foi fácil de acompanhar.

B: Não sei, eu não costumo jogar este tipo de jogos. Eu percebi a ideia da história, do jogo e mais ou menos as interações, mas como jogar especificamente não.

- Neste produto, o que gostaram mais?

B: A interação.

A: A guerra entre os reinos e os jogadores.

J: Ser PvP (*person vs person*) é muito giro, estarmos a jogar com pessoas, do que com o computador.

G: Está a ser usado um estilo que as pessoas gostam e por isso vão jogar. Por exemplo o *Pokémon Go*, onde as pessoas tinham de escolher uma equipa e defendiam a equipa com imensa vontade e prazer.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

J: Se for pay-to-win então não gosto muito porque há uma desvantagem para quem não paga. Mas se não for, então parece muito giro.

B: Eu gostei do que foi apresentado, mesmo que não jogue muito.

- Este produto parece-vos relevante para a totalidade do projeto?

B: Eu acho que não.

AC: Acho que é um plus.

B: Como não tem uma parte importante para a história, é focado na competição entre audiência.

A: Pois, se for para contar história, então este não é o melhor tipo de jogo, mas se for para a audiência se relacionar com o projeto então funciona bem. Talvez não sejam muito relevantes.

AC: É do tipo, gosto desta história e vou a procura ver se há algum jogo.

A: É melhor ter do que não ter.

AC: Para os curiosos.

A: Mas se for para continuar a história, tem de ser open world por exemplo.

Moonscape:

- O que acharam do tema deste conteúdo?

AC: Eu não sei se não vou gostar mais deste do que da história principal, do webcomic.

G: Dava para uma boa série.

J: O facto de ser um livro tira-me completamente o interesse. Podia ser o mais interessante do mundo, mas em livro não.

G: E se fosse uma série?

J: Se fosse uma série eu via.

B: Acho que é bastante importante para a história, lá está. O tesouro que aqui eles estão a roubar é depois o tesouro que os protagonistas estão à procura no webcomic. Ou seja, como se interligam é uma parte bastante importante para a história e faz todo o sentido.

AC: Concordo.

- O que é que vos apelou mais neste produto?

AC: Fazer o elo de ligação com a história original.

B: Exato.

AC: A coroa ser o tesouro e como chegamos até ao ponto em que ele desaparece e a história por trás do tesouro. para não ser simplesmente um tesouro desaparecido.

B: Outra coisa interessante é que uma das personagens principais desta história vai morrer. Hoje em dia não aparece muito. Eu acho que é bastante interessante porque não é comum acontecer nos livros ou nos filmes onde uma das personagens principais morre. É triste e é doloroso, mas ao mesmo tempo é diferente e vai fazer com que as outras personagens mudem o rumo de vida.

- É um medium ou plataforma que se veem a usar?

B: Sim.

G: Sim.

AC: Sim.

J: Pronto, eu já me pronunciei sobre esse tema.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

J: Eu gostaria que fosse num outro formato, uma série como foi mencionado. Mas isso não quer dizer que não funcione desta forma.

B: Sim, para mim, ser um livro faz todo o sentido.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

J: Gostei bastante da história no geral.

B: A história funciona muito bem.

- Este produto parece-vos relevante para a totalidade do projeto?

G: Sim.

AC: Claro, bastante.

B: Sim.

Selenophile

- O que acharam do tema deste conteúdo?

A: Não é interessante para mim.

J: É assim, eu nunca gostei muito do *Episode* e acho que mesmo que gostasse muito do projeto, eu não usaria.

B: É interessante, se calhar tão interessante como o outro jogo. Ou seja, é uma maneira de estares muito mais dentro da história do que as outras histórias, mas não convém ser uma parte da história importante porque não vai atingir uma grande parte da audiência.

- É um medium ou plataforma que se veem a usar?

G: Não.

A: Não.

B: Sim. Só não gosto se implicar ter de pagar para seguir com a história.

J: Não.

- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?

J: Esse é o ponto alto da história.

A: Se as escolhas não influenciarem as outras histórias, então eu gosto da ideia.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

A: Sendo que requer ser interativa, tem de ser nesta plataforma.

B: Pois, sim.

- Neste produto, o que gostaram mais?

B: Teres de escolher, ser a tua história, apesar de estar predefinida, é uma história que cada um está a personalizar. Mas é para um certo público.

A: É isso.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

A: Eu não só o público-alvo, por isso não tenho nada a dizer.

J: Exato.

Lana's Astri

- O que acharam do tema deste conteúdo?

B: Interessante, no sentido em que, é aquela personagem que já sabemos background dela e a história dela e sabemos o que vai acontecer no futuro e como ela se vai desenvolver.

G: Eu não sei se é pouco, entre 60 e 80 minutos, como é que ela vai se descobrir. Parece-me pouco.

B: Mas ela não tem de se auto-descobrir totalmente, pode é começar o seu percurso.

A: É importante.

- É um medium ou plataforma que se veem a usar?

J: Sim sim.

A: Sim, é como ver um vídeo do Youtube.

B: Sim, é fácil.

- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?

J: Aqui acho que não faz sentido. Eu não sou uma pessoa que reage, não gosto da ideia de escolher.

A: É uma websérie que eu suponho saia todas as semanas, e a audiência diz todas as semanas o que quer que aconteça?

G: Não, eu percebi que antes de sair, a audiência faz um questionário sobre acontecimentos que podem acontecer na websérie, mas é tudo feito antes.

A: Então como fã, já sabemos o que vai acontecer porque já se sabe quais eram as opções. Só saber o que pode acontecer, é um turn-off para mim.

J: Não sabemos bem, depende das perguntas.

B: Saberes que 50% pode acontecer uma coisa ou outra. Pode haver mais opções, mas já sabemos que opções há.

AC: É cativante, mas pode ser complicado.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

TODOS: Sim.

G: Acho que é preferível sendo que já há um livro, um webcomic, jogos, assim apela a outras pessoas.

B: Sim, pode-se cativar mais pessoas.

- Neste produto, o que gostaram mais?

J: O conflito em si, eu gostava de ver as interações entre personagens.

B: Ela perceber que precisa de se afastar, e descobrir-se ela mesma. Perceber que o sítio onde ela está pode ser confortável, mas ela tem de sair de lá para se conhecer.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

B: As pessoas escolherem o rumo da história.

J: A interação é desnecessária.

B: Sim, acho que aqui mais valia haver uma ideia pré definida do que as pessoas estarem a escolher.

A: Pode ser incluído no webcomic algumas pistas do que vai acontecer, mas não é preciso perguntar às pessoas.

AC: Eu adoro a interação, e acho giro incluir a audiência na construção da história, mas percebo que se calhar depois não será tão cativante ir ver porque já se tem uma ideia do que vai acontecer.

- Este produto parece-vos relevante para a totalidade do projeto?

TODOS: Sim.

B: Ser a história dela, é uma personagem que, tal como as outras, precisa de desenvolvimento, e aqui está o crescimento dela.

AC: Quando há várias personagens principais, há algumas que podem ficar presas ali.

A: Aqui parece que a Lana é a personagem mesmo principal.

B: Não porque no webcomic, focaste em todas e todas têm o seu problema. E tu queres vê-las a desenvolverem-se e solucionar esse problema. Esta série é o início da solução para o problema da personagem.

AC: É como no outro se vê o Dennis.

A: Pois, até pode-se levar para mais webséries para as outras personagens.

B: Pois se calhar falta o desenvolvimento das outras personagens.

J: Se essa não for a personagem favorita, depois as pessoas ficam desiludidas por não ser a sua preferida.

A: Há pessoas que preferem outras personagens.

B: Depois também seria necessário juntar histórias para resolver os problemas das outras personagens.

Apêndice J - Transição do 2º grupo de foco

- Qual foi a apreciação geral do projeto?

R: Fiquei muito interessada.

CF: Igualmente. Achei interessante ser transmediático, não sigo. Se calhar Marvel, há coisas que são transmediáticas, mas é mais no grande ecrã do que distribuído por jogos, webcomics, etc. Há muito conteúdo, um bocado *overwhelming*. Não tenho conhecimento de outras franquias que façam o mesmo.

R: Eu achei particularmente interessante a coisa toda de existirem personagens nas redes sociais, acho que é didático. Estamos tão habituados a seguir algo e estar nas redes sociais, acaba por ser um entretenimento extra para uma história que tem uma diversa continuidade.

C: Concordo com os colegas. Adoro fantasia, mas isto foi um bocado *overwhelming* por ser tanta coisa. Eu era mais capaz de me focar no webcomics e no livro. Já não sou muito de jogos.

R: Por acaso também, se fosse romance, também iria apostar mais no livro.

C: Tem de ter romance.

R: Ainda por cima inimigos e amantes, é perfeito.

V: Semelhante ao que já foi dito, achei interessante a ideia das redes sociais, acho que é uma forma de conseguir aprofundar mais as personagens. Apesar de ser muito conteúdo, ao haver tanto conteúdo, é possível aprofundar todas as personagens sem limites.

CF: Em cima do que disseste, não sei se iria gostar porque as histórias e as personagens não são personagens com que eu não...

R: Identificas?

CF: Sim, lá está, o processo de identificação. Por exemplo, se houvesse um jogo ou uma série e que podem fazer como fazem nos comics em que há várias mini-séries diferentes

em que uma é da máfia, mas não gosta de lá estar, outra acompanhamos um mutante, é mais a minha cena. Seguir os reis não é muito a minha coisa.

C: És mais de *underdogs*?

CF: As personagens que são de reinos ou altas, ficam na porcaria. É mais interesse ver personagens que estão alienadas. A caça ao tesouro, ser só os reis e não o povo.

R: Eu fiquei interessada noutra aspeto que é o desejo da água com a Lua. Para já, não sei se terá algum tipo de conexão com as outras histórias, mas fiquei interessada em saber como é que a população lida com isto, dadas as várias situações complicadas que estas pessoas já passaram. Qual seria a probabilidade que algumas pessoas estivessem constantemente dentro de água a pedir um desejo para se salvarem. A corrida até a sobrevivência.

CF: E também, fiquei na dúvida quais são os limites do desejo. Pode se pedir o que seja, há consequências?

R: E qual é a probabilidade de haver uma catástrofe natural com as pessoas a viver à beira do mar para se pedir o desejo.

CF: Em relação à magia, é um mundo complicado de gerir por causa da lógica, o que é possível. Essa cena do desejo é a única exceção de haver um custo de usar a magia?

C: Se calhar, se houver consequências, as pessoas já pensam melhor sobre a vontade de querer pedir o desejo.

R: Ela morre ou alguém morre com cada desejo.

C: Assim pedir o desejo já não é tão espontâneo.

- O que vos chamou mais a atenção?

C: O webtoon e o livro.

R: O livro e as redes sociais, só por curiosidade em termos de animação e tudo mais. E para perceber melhor as personalidades das personagens.

CF: Sempre que há um mundo novo, algo que não estamos habituados, é interessante porque não há limites. Haver inúmeros reinos e pessoas e por lá magia, abre alguns problemas de lógica, mas também está-se numa posição em que se pode popular este mundo de maneira diferente e interessante. Para mim é uma grande tarefa, mas muito fixe. Há o *Game of Thrones* ou o *Lord of the Rings*, e é muito interessante.

V: A mim foi o que já tinha dito antes, foram as redes sociais e também a webcomic. As redes sociais podem funcionar como um complemento ao webcomic.

- O projeto gerou-vos alguma emoção?

R: Para além de interesse e curiosidade, precisava de me envolver mais nas histórias e nas personagens para desenvolver outro tipo de emoção.

C: Sim, envolver-me mais nas personagens.

V: É um bocado complicado desenvolver um sentimento apenas com uma apresentação.

CF: Para mim é o mesmo. Se calhar empatia.

R: Por exemplo, aquele cuja mãe morreu quando tinha 4 anos, talvez se soubéssemos mais sobre ele, tiramos empatia por ele.

CF: Faz me lembrar a série *The End of the F*cking World*, porque a mãe do protagonista se suicida à frente dele. Com filmes e séries, não me emociono muito. Tenho de estar no *mood*, e preciso de me identificar. Se passarem por um tópico que me é mais próximo, se calhar até posso verter uma lágrima. Pode ser uma série de drama ou de futebol e comédia, lá está. Para além do Dennis, as personagens estão todas ligadas a uma monarquia e não me apela muito. Mesmo que os filhos não queiram ser reis e destruir, como já foi feito, não fico muito pegado. Mas sim, para além de interesse e curiosidade, fiquei entusiasmado com a ideia da guerra. Foi longa, 22 anos. Como aconteceu, que tipo de armas, a magia, que consequências em termos de magia houve.

R: Fez-me pensar na história da Marie Antoinette, o que é que o povo, se pudesse, o que faria. Em que estado está a população para existir uma revolta.

CF: Mas pelo que eu percebi, o povo ficou tão perturbado com a guerra, quando há conflitos, eles só querem que tu se resolva. Eu acho que eles teriam uma reação. Como na revolução dos Bolcheviques, onde houve uma intervenção do povo na situação em que estava infeliz. Aqui ser um povo mais passivo, não sei. Se houvesse uma personagem do povo e tivéssemos o seu ponto de vista.

R: Uma personagem revoltada.

C: Um líder.

CF: E que fosse jovem, porque são todos jovens. E haver uma reação dos jovens da monarquia ao verem que há um que não esteve na posição deles e tentar perceber como ele se sente.

C: Haver empatia entre as várias personagens.

CF: E os jovens todos juntos a perceber que têm de mudar a monarquia e tradição.

- O que me podem dizer sobre a originalidade do projeto?

R: Eu acredito que há muita originalidade nos reinos, a monarquia, os reis, os nomes, é tudo muito diferente. É preciso haver uma boa estrutura e planeamento da ideia.

C: Na altura em que eu escrevia *fanfiction*, também criei um mundo e tive de dar nomes ao mundo e personagens, fiz um mapa, é um processo que dá muito trabalho. Eu percebo que nem tudo é sempre original, há uma base por trás, mas vê-se que todos estes pequenos projetos levaram muito tempo para criar.

V: Eu não consigo bem avaliar em termos de originalidade porque não tenho termos de comparação válidos para este caso. Tem sempre de existir alguma coisa como base, viu-se no jogo a questão de haver um exemplo, um jogo já existente de onde foi montado o jogo deste projeto. Como já foi dito, para se criar seis tipos de conteúdos, personagens, mundos,

tem bastante originalidade. E apesar de não me lembrar de nenhum exemplo para comparar, não acredito que exista estes reinos, estes nomes, não existe em mais lado nenhum.

CF: É difícil dizer o que é original e o que não é, vê-se as bases de algumas coisas: *Game of Thrones*, *Lord of the Rings*, tudo o que tem haver com fantasia tem umas bases em comum. Em termos das histórias específicas, é como o colega, não consigo pensar em nenhum exemplo concreto de comparação. Obviamente, os nomes, o mundo, os mitos, a máfia que não se costuma ouvir na mesma frase que fantasia, é original. Mas é difícil criar-se coisas de fantasia originais porque fantasia é um género que tem muitas bases, muitas coisas essenciais que se tem de introduzir. Por isso, é original e não é, mas também o que é a originalidade.

- Acharam o mundo deste projeto interessante?

CF: Para mim se calhar não, não é a meu gosto. Quando estava a ouvir, não pensei que queria ler ou ver os conteúdos. Entretanto, para pessoas que gostam disto, é interessante.

R: Como envolve a Lua e eu acho a Lua bastante misteriosa, eu fiquei bastante interessada. Principalmente, no mar, onde caiu a dita pedra. Sim, achei interessante.

C: Eu iria para a parte do livro, para mim um universo de fantasia é a literatura. A história acabou por me chamar mais a atenção.

V: Eu não sei o que consumiria, provavelmente o webcomic. Achei interessante a questão do desejo ser uma vez e ser muito ocasionalmente, acho que se isso fosse o tema focal num dos projetos, iria me dar mais interesse em consumir porque foi o que gostei mais. Saber se alguma vez alguém ia ter o seu desejo concretizado. É um ponto que pode cativar o público em manter-se atento.

CF: A cena do desejo como não era o foco dos conteúdos, porque realmente é uma coisa interessante, não me cativa assim tanto. Porque se a história do tesouro não fosse sobre o tesouro e fosse antes todos a querer descobrir maneiras de descobrir as regras para este desejo, ou investigar como este pedaço de Lua caiu. Um bocado com no *Black Panther*,

onde um pedaço de *vibranium* caiu e fez Wakanda. Se cada história ajuda as personagens, perceber quem são e o que querem, e perceber o mundo, dar uma recompensa a quem consome tudo, haver uma personagem a falar sobre o desejo e depois haver uma história sobre a queda da Lua. Se calhar não é espontâneo e há mesmo um ciclo para este desejo, e haver quem investiga-se isso era mais giro. Eu gosto disso, eu ler um comic e depois ver uma série sobre a personagem X que menciona um tópico que explica o que está a acontecer no comic, não diretamente, mas como um *easter egg* onde eu faço a ligação e dá sentido ao tema e mundo. O projeto está tão focado no presente e nos reis e não tanto no mundo, que é novo para mim e complexo, sobrenatural, não me apela. Estou mais interessado em descobrir o mundo do que as personagens. Se calhar, não me iria interessar tanto os conteúdos porque estão mais focados nas personagens e não na *lore* do mundo.

- Acharam complexo ou difícil aprender sobre este mundo?

R: Creio que não. Mais os nomes.

C: Sim, também como foi muita informação despejada em pouco tempo, foi *overwhelming*, mas se tivéssemos mais umas horas a falar sobre o tema, se calhar quando fôssemos embora, já estaríamos familiarizados com o projeto.

CF: Sim, foi mais os nomes. Já não me lembro de muitos.

V: A mim é a relação entre personagens, rapidamente me esqueço de quem é família e como se relacionam.

CF: Para mim, a parte mais confusa das relações é quando uma personagem era apresentada como irmão ou irmã de alguém, mas essa personagens depois não era apresentada por não ser um protagonista.

C: Pois, acho que foi o Caspian, irmão da Lana, depois não foi apresentado.

CF: Acho que foi mais isso que era difícil de acompanhar. Em relação à história, acho que foi facilmente captado.

- O que acharam das personagens?

R: O design é muito interessante, visualmente é bonito.

C: Sim.

R: Mas não posso dizer muito mais, preciso de ter mais sobre elas. Fico curiosa pelo Dennis.

V: Sim, eu também. Um bocado o *outcast*.

C: É isso.

CF: Eu gosto de renegados.

R: E Damiar também.

CF: Eu fiquei confuso porque ele é frio, mas quer a aprovação do pai.

R: Porque ele não tem que lhe dê afeto ou atenção, também é necessário.

CF: Há outras pessoas, mas ele só quer a atenção do pai ou...

R: Eu acho que ele tornou-se frio de uma forma geral, ele foi acusado de uma coisa muito pesada.

CF: Aos 4 anos. O Ben parece um jock.

V: Inicialmente, este ia ser o vilão deste mundo.

R: Parece um *player*.

V: Mas achei interessante o facto de ele ser ignorado por toda a gente. Mas se calhar, ele tem uma vida satisfeita.

CF: A Lana foi mais aquela protagonista formulaica, familiar. Os traços dela e a relação com a família são coisas que eu já vi, por isso acaba por não me interessar tanto. Dennis, para mim, é o mais interessante, até porque ele não está no mesmo espaço temporal que os outros. A Ruby já me esqueci, a não ser o facto de ser irmã de Ben e ela ser a mais nova

dos quatro. Não entendi porque é que há foco neles os dois e não nas outras irmãs, tal como o Caspian também não ter sido apresentado.

R: Sinto que o Caspian e o Ben não me iriam interessar, iam passar de sombra.

V: Eu fiquei curioso pelo Ben. Até acho que seria interessante uma interação entre o Ben e o Dennis por serem opostos, mas não é possível por estarem em tempos diferentes. Acho as duas personagens interessantes.

CF: O contraste entre a Ruby e as irmãs querem a aprovação dos pais e o Ben não querer saber disso, daí ser muito feliz, isso torna-o mais interessante.

- Gostam destas personagens como protagonistas ou preferiam ter outros pontos de vista para a histórias?

R: De todos, aquele que realmente me interessou foi o Dennis, achei o mais forte, em termos de personagem para ser um protagonista. As outras não falam comigo, não achei nada de especial, principalmente o Ben. A Ruby tem algum potencial para ser engraçada e tornar as coisas mais leves.

C: Subverter aquele cliché de menina mimada mais jovem, isso seria interessante, se ela fosse por esse caminho.

R: Se fosse uma fachada exterior e ela fosse diferente em privado, precisávamos de saber mais sobre ela.

CF: É isso.

C: A Lana, acho que, como foi dito, ela é formulaica, eu acho que também seria uma forma de chamar a atenção dos jovens por ser similar aos conteúdos que já existem e funcionam.

R: É clássica, uma pessoa sente-se familiarizada com ela.

V: É um processo de identificação que está assegurado.

CF: É assim, todos os reis parecem ser assim um bocado chatos. O Dennis sim, eu gosto, não faz parte do núcleo da monarquia. Como eu tinha dito, ter alguém da máfia ou do povo que viu a família destruída pela guerra. Fazer a guerra mais perto do presente seria melhor, para o povo ainda estar marcado, porque 200 anos depois, já não devia haver tanto medo ou já não impacta. Se fosse mais recente, seria mais interessante ver o povo. Eu gosto de ver personagens que estão ligados a algo, mas não querem. Por exemplo, a personagem do Daredevil, ele é religioso mas veste-se como o diabo, essa dicotomia é o que torna-a uma das minhas personagens favoritas. Enquanto que aqui nenhuma das quatro personagens odeiam a monarquia e não querem ser futuros monarcas. E haver esses contrastes, como é que eles se relacionam com os irmãos ou os reis ou o povo da mesma idade, isso é mais interessante para mim, são momentos de tensão. Por exemplo, se um dos reis é muito tirano, há uma oportunidade de um dos filhos perceber isso e procurar mudar, tanto ao juntar-se ao povo ou tirar os pais da liderança e torna-se melhor. Aqui é muito à volta da caça ao tesouro, e a jornada dos heróis. Por isso é que não me conectei tanto com as personagens, a exceção de Dennis.

V: Eu também gostava que houvesse uma personagem com esse contraste de estar numa situação que não queria estar. É interessante explorar.

- Qual a vossa opinião sobre algumas destas personagens terem redes sociais?

R: Eu acho que já respondi na primeira pergunta, mas eu acho interessante pois permite às pessoas conhecer um bocado estas personagens melhor e passar pelo processo de identificação. E como estamos tão habituados a estar diante do ecrã, seria fácil de conseguir que as pessoas fossem consumir esses conteúdos.

C: A mim não me aquece nem me arrefece, ter redes sociais ou não, não me interessa.

CF: A mim choca-me, em Namir também há redes sociais.

C: É a magia, ajudou a evoluir a tecnologia.

CF: É interessante porque tens a oportunidade de conhecer melhor as personagens. Por outro, não me interessa.

V: A mim, vou me repetir, acho que é algo que permite desenvolver mais as personagens, mas pode ser confuso depois acompanhar o projeto algum tempo depois de ele ter começado. Vai haver conteúdo que já não existe. Se estiver a ver muito tempo depois de ter saído, acompanhar as redes sociais já não é igual.

CF: Não tem *rewatchability*. E também, cada um deles tem, se eu gostar mais de uma personagem, só vou seguir essa personagem. Se eles publicarem um conteúdo juntos, não me vai interessar. E o Dennis não tem rede social, infelizmente. E os outros irmãos, porque é que eles não têm. O jornal também será outra conta, e permite mostrar o que está a acontecer no resto do reino.

R: Se calhar seguir o jornal é mais interessante do que as personagens.

CF: Sim. Não sei se é o intuito, mas o jornal pode dar spoiler dos conteúdos de forma a dar o conhecimento de todos os conteúdos a quem não está a acompanhar tudo.

R: Tipo um sumário.

CF: Sim, mas de forma mais discreta do que um sumário. E faz sentido, para mim, faz sentido haver um jornal. Essa cena de para eles ser uma coisa e para nós ser outra, é muito interessante, eu fazer parte deste mundo ao ler o mesmo jornal que eles leem.

Lunaris Treasure:

- O que acharam do tema deste conteúdo?

R: Acho que a participação dos leitores no webcomic o torna mais didático. Eu não sou grande fã de caças ao tesouro, por isso essa componente é o que me atrai mais.

CF: É o que eu ia dizer, não me interessa a caça ao tesouro. Ser entre os três reis também não é tão interessante, seria mais giro haver a participação de mais pessoas. Os puzzles

iriam ajudar. Não sei até que ponto estes puzzles seriam muito semelhantes ou redundantes com o jogo.

C: Eu percebi que o jogo era diferente, fomos ser espiões e ir buscar artefactos enquanto aqui são puzzles simples com os protagonistas.

CF: Sendo assim não há semelhança. Os puzzles são interessantes, e nunca pensaria ter esta participação a acompanhar um webcomic. Torna tudo mais interessante.

V: Normalmente, uma caça ao tesouro sozinho não é um tema muito interessante, mas se houverem motivações interessantes para as personagens querem o tesouro, acho que isso pode ajudar a aumentar o interesse e como é algo interativo. É interessante, com as motivações das personagens.

CF: Também estava a pensar, há muito foco nos filhos e pouco nos pais. Seria interessante ter o ponto de vista de pelo menos um dos reis. Era mais engraçado se eu fizesse do que ver outro a fazer. Era interessante ser muito mais interativo, se um dos jogos fosse do estilo *Pokemon Go* e nós tivéssemos de nos mexer para chegar às pistas. Estar a ler personagens à procura de um tesouro, enquanto nós ainda nem sabemos o que é o tesouro, perde algum interesse.

C: A forma como os capítulos são feitos também afeta porque se cada capítulo for de um ponto de vista de um dos protagonistas ou for com o desenvolvimento da história e de personagens que se prolonga ao longo do webcomic. Se fosse várias histórias a acontecer ao mesmo tempo ou histórias em paralelo seria muito mais interessante. As personagens também têm que se desenvolver.

- É um media ou plataforma que se veem a usar?

R: Dada a modalidade de ser interativo, eu acho que sim.

CF: Sim, eu leio comics, que é um formato ligeiramente diferente, mas usaria facilmente.

C: Sim, eu também.

V: Eu acho que não só pela questão de não ler muito comics, mas ser interativo é interessante e poderia convencer-me a ler.

- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?

CF: Giro.

R: Acho que torna tudo muito melhor.

C: Torna isto num jogo ou uma história muito mais dinâmica.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

R: Faz-me sentido, mas porque não sei sugerir um outro formato onde fosse possível realizá-lo de outra forma.

CF: É uma boa questão porque durante a apresentação, eu estive a pensar e isto podia ser só livros ou ser só séries. Ser algo transmediático é interessante, mas há pessoas que não leem comics, não jogam, por isso ser em vários formatos é mais fácil chegar a pessoas. Ser um projeto transmediático, faz-me sentido ser um comic do que um livro porque como é tudo novo e ser uma caça ao tesouro, ter o elemento visual ajuda a acompanhar. É mais visual, faz mais sentido, em vez de ser um livro por exemplo.

Hunters Moon

- O que acharam do tema deste conteúdo?

R: Acaba por se tornar num complemento.

CF: Exato, é mais complementar do que uma cena única.

R: Eu iria passar este conteúdo ao lado.

C: Igualmente.

V: Eu acho que até é interessante. O jogo é um dos únicos conteúdos onde a audiência esteja sempre ligada ao mundo. Acho que isso é giro, assim a pessoa nunca perde a ligação com o mundo.

CF: Acho que em comparação com o outro jogo, prefiro o outro, por ser narrativo. Aqui, ser missões e tal, acaba por ser aborrecido por ser repetitivo. Não vejo um ganho ou uma recompensa, por isso não iria estar muito interessado em jogar.

R: Se calhar o público-alvo para este jogo é diferente.

CF: É para um público-alvo muito específico.

C: Se este jogo fosse do estilo *Frozen Free Fall*, onde os jogos são mais simples, se calhar era mais fácil apelar-me.

CF: Estes jogos podem ser *overwhelming* por haver muito para fazer a haver certas restrições. O outro jogo, como é só narrativa, é mais fácil e apelativo. Eu não jogaria, apesar de haver quem goste.

- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?

R: Acho que está disponibilizado bastantes formas para as pessoas interagirem e descobrirem mais sobre as personagens, principalmente haver um livro com uma descrição da história das personagens.

CF: Eu diria, que este jogo, é a única história que dá para desenvolver as personagens povo. É o único que dá essa opção. Nesse sentido, dá para conhecer mais sobre a população, mas não sei se as pessoas vêm para este tipo de jogos para isso. Haver o livro para ler sobre a personagem não me interessa porque não me ajuda no jogo em si.

R: Pois, é mais por curiosidade.

CF: Sim, mas não interessa porque não influencia o jogo.

- Acharam que a história é fácil ou difícil de acompanhar?

R: Honestamente, difícil. Não estou habituada a este tipo de jogos com este estilo de gráficos.

C: Concordo.

R: É muito coisa a acontecer.

CF: A explicação percebeu-se, mas o jogo em si parece complicado.

V: Pois. Sim, concordo também com o que foi dito.

- Neste produto, o que gostaram mais?

R: Talvez o facto de que há pessoas do povo.

CF: Sim, há a possibilidade de conhecer partes que não são apresentadas nas outras histórias, mas não tenho capacidade de aguentar muito tempo porque fica repetitivo e eu farto-me.

V: Eu não conheço bem o tipo de jogos que este se assemelha, mas acho que haver o perfil das personagens é interessante. Se calhar até tinha o jogo só para ler os perfis.

CF: Mas terias de jogar para os desbloquear. É giro porque é uma visão diferente, mas acabo por não saber se essa personagem vai ser importante ou não. Se calhar pode mudar a forma como olho para a história, mas se calhar não tem impacto e estive a perder tempo para obter a personagem.

- Este produto parece-vos relevante para a totalidade do projeto?

CF: Para mim é menos relevante.

C: Sim, para mim também é o menos relevante.

R: Para mim é o menos relevante, mas eu acredito que existe um público-alvo que iria achar imensa graça a isto.

V: Sim, exato.

Moonscape:

- O que acharam do tema deste conteúdo?

R: Fico muito entusiasmada para já porque o Dennis faz parte de uma época completamente diferente e eu gostaria de ver como um arrogante iria ter um romance, acho interessante. Para mim, isto parece ser um estilo inimigo a amantes e é um conteúdo que eu gosto de consumir.

C: Para mim , o que me interessa mesmo do projeto é a história do livro, e como foi mencionado, as inspirações são peças que gosto. É o tipo de fantasia que eu gosto, com assaltos e romances. Esta para mim é a minha parte preferida.

CF: Concordo, este é o que está mais fora da parte de fantasia. O Dennis é uma das personagens que parece mais interessante. Como é um conjunto de pessoas, acho que vai haver muito *backstabbing*, e outros objetivos, segundas agendas, é fixe. Tenho mais curiosidade para conhecer. Não me lembro das outras personagens, só que uma delas morre.

C: É a Nina. A única rapariga do grupo.

R: Fiquei bastante interessada nesse tipo de relação, com três rapazes.

V: Para mim, também é interessante. Também acho que a personagens do Dennis é das mais interessantes e o livro é a única oportunidade de o conhecer.

CF: Até porque, sendo este o projeto mais antigo, acabo por ter aquela curiosidade de qual é a relevância para a história do presente. E se a relevância é porque o que eles roubaram é o tal segredo, e ele é um ascendente do melhor amigo do outro rei, acaba por interessar mais. O jogo é o menos relevante, e este deve ser o mais relevante para perceber a história do presente. Está tão separado do presente, são quase 200 anos. É o que gosto mais.

- É um media ou plataforma que se veem a usar/consumir?

R: Sim.

C: Claro que sim.

CF: Sim, mas não pode ter muitas páginas.

R: Há uma coisa que ajuda é ter capítulos pequenos.

V: Eu acho que iria ler, não sei se até ao fim, depende do número de páginas, mas se me atraísse então sim, iria ler.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

C: Sim.

R: Sim, faz-me sentido.

CF: Podia ser uma série.

R: Eu gosto que seja um livro.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

C: Não. Gostei de tudo.

R: Adorei tudo e gostava que tivesse pronto já amanhã.

CF: Haver *spoilers* da morte da outra, assim que ela aparecer vou pensar logo que ela vai morrer.

R: Mas tu queres saber quem ela é e como eles vão todos se relacionar.

CF: Para além desse spoiler, está tudo fixe.

Selenophile:

- O que acharam do tema deste conteúdo?

C: Eu fiquei um bocado confusa porquê café. Mas depois pensei ok, apesar de isto ser um bocado antigo, em termos de ano, será que há um café.

V: Há redes sociais.

C: Pois, a história é interessante. Foca-se numa personagem que não é da elite, por isso as pessoas podem aderir mais a isso. Eu nunca joguei *Episode*, mas acho que neste caso, não jogaria.

R: Eu, hoje em dia, já não aderiria porque já tenho uma certa idade, mas se fosse mais nova então iria jogar. É mais simples e descontraído, a comparar com o outro jogo. E estás relaxado a jogar, até chegar uma opção com diamantes e ter de esperar até ao dia seguinte para os ter.

CF: Eu até aderiria hoje porque é um jogo narrativo, com mistério, que provavelmente vai conectar-se a outras histórias. Neste caso, há uma história específica a ser contada, e sim há opções mas provavelmente não são opções que vão dramaticamente mudar, é mais a conexão entre personagens. Eu jogaria, o outro era muito complexo e chato. Aqui é só ler e clicar.

V: Eu gosto do tema, não jogava pelo tipo de jogo, mas a história é interessante. Tem a máfia à mistura.

- O que acharam da envolvência disponibilizada à audiência?

R: Aumenta só a audiência, é só favorável.

C: Sim.

CF: Concordo.

V: Até porque para este, o público-alvo é diferente e pode até abranger mais pessoas.

R: Há provavelmente, pessoas mais velhas que ainda jogam, para além dos mais novos.

CF: O conteúdo da história em si, é muito cativante e fácil de jogar. Até uma pessoa de 50 anos conseguia jogar.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

R: Eu gosto pela forma de escolher, haver as opções.

C: Não consigo pensar noutro formato para este tipo de história.

R: Sim, desconheço outra plataforma que permitisse fazer a mesma coisa com as opções de escolha, e isso é o fundamental para esta história.

CF: Não sei se esta história não podia estar num dos outros formatos, tal como as outras histórias também podiam estar neste.

V: Ser uma personagem criada por nós, não estou a ver outro sítio onde isto possa acontecer.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

C: Não tenho nada a apontar.

R: Talvez o facto de ter os diamantes, mas dada a opção de se ver vídeos para recebê-los e seguir o caminho que se quer, então acho que gosto de tudo.

CF: Eu só diria, se houvesse uma conexão com as outras histórias. Se houvesse um *hint*, esta história vai conectar-se de tal forma a outra, podia me interessar mais, enquanto produto transmediático. Como produto sozinho, acho que é interessante.

- Este produto parece-vos relevante para a totalidade do projeto?

CF: Tinha de saber a história, mas acho que sim. Quero acreditar que é relevante.

R: Eu diria que sim pelo fator máfia.

C: Sim, até mesmo o utilizador criar uma personagem que é inserido neste mundo. Acho relevante.

CF: Vai de certeza conectar-se à totalidade da história de alguma maneira. Vai complementar de forma indireta.

V: Também acho relevante pela questão da máfia, não há outro projeto que aborde a questão da máfia.

Lana's Astri:

- O que acharam do tema deste conteúdo?

R: Eu acho giro, e eu gosto do tema. Agora, até que ponto é que essa coisa da audiência escolher não gera uma revolta por parte daqueles que escolheram os caminhos que não ganharam nos votos.

C: Sim.

R: De resto, eu adoraria ver esta websérie.

CF: Giro, gosto sempre de pessoas que fogem de casa.

V: Haver disputa entre família.

- É uma história que vos apela?

R: Para mim seria, se ela fosse para outro continente, saber como é que é. A cultura, como se diferencia do outro reino que já se conhece.

C: Exato.

R: Eu iria votar para a Lana ir para o outro continente.

C: Acho que se descobrir um novo mundo e isso ajudá-la a descobrir quem ela é. Haver um *love triangle* no meio também é muito bom.

CF: Com as redes sociais, ela deve saber como é a vida no outro reino, mas neste caso ela estaria no povo e não no castelo. Para mim, o interessante é isso, a fuga dela da família para um posição de povo. Descobrir quem ela é para além do estatuto e da família. A história com os irmãos, o romance, não me interessa tanto.

V: Sinceramente, com o que foi apresentado, não há nada que me salte à vista. É tudo interessante no geral, mas depois não encontro nada em particular que me interesse.

- É um media ou plataforma que se veem a usar?

R: Sim, sim.

CF: Acho que é o mais fácil de consumir.

C: Sim.

- O que acharam da envolvimento disponibilizada à audiência?

R: Acho que vai gerar revolta.

C: Pois, sim.

CF: Pois, eu pensava que cada pessoa ia ter a sua própria versão, porque aí posso escolher uma coisa que ninguém vai escolher e depois não ter a história que gostava de ver. Acho que, de todas as partes interativas dos outros projetos, acho que esta é a menos interessante ou relevante.

V: E acho que pode fragmentar o público.

- A história nesta plataforma faz-vos sentido ou preferiam que fosse num outro formato?

C: Sim, faz.

R: Sim

CF: Sim, mas volto a dizer que todas poderiam ser no mesmo formato, só não o são por ser um projeto transmediático.

- Neste produto, há algum aspeto que não gostaram?

C: A parte de o público escolher tem os seus prós e os seus contras.

R: Eu acho que tem mais contras, mas tirando isso é bastante interessante.

CF: Mas sobre os irmãos, se ambos estiverem interessados nela, é muito chato para eles.

C: Mas isso é que é interessante.

- Este produto parece-vos relevante para a totalidade do projeto?

R: Sim.

C: Sim, acho.

CF: Sim, mas se se passar a seguir à caça do tesouro. Porque as pessoas ficam a pensar que a caça ao tesouro é o principal, mas depois vemos a fuga dela, ficamos curiosos para o que aconteceu.