

Narrativa Transmídia: Uma readaptação de culturas na área do consumo de conteúdo televisivo

Monique Vandresen¹, Renata Vivan²

Palavras-chave: *storytelling*; transmídia; televisão

O trabalho apresentado discute a questão da transmídia nas diversas áreas de Comunicação e, especialmente, no campo da Moda. Este conceito pós-moderno designa o uso de diversas plataformas para a comunicação de um produto ou serviço. Por meio do uso de histórias, constroem-se considerações que formam uma narrativa principal, a qual é a forma de comunicação desejada. Então, com a junção entre a transmídia e o *storytelling*, temos a narrativa transmídia, que nos conta uma história através das diversas mídias já existentes. Para narrar tais histórias, um dos meios mais utilizados, e que, sem dúvida alguma, leva a outros, é a televisão. Ela dissemina tal conceito com a ajuda da rede mundial de computadores, a internet. O problema encontra-se no modo como a televisão vem sendo feita, por seus produtores, e, também, como vem sendo encarada pelos telespectadores. Se as tecnologias estão sempre mudando, o jeito como os seres humanos encaram antigas tradições também se modificam, portanto os mitos passam a ser transformados e reconceituados, para que, em seguida, sejam recontados, tornando-se assim novas lendas. Por meio de documentação indireta, a pesquisa foi realizada através da análise de referenciais teóricos, tais como livros, artigos, trabalhos de conclusão de curso, teses, dissertações e monografias coletadas de acervos de bibliotecas, tanto nacionais quanto internacionais, e de sites confiáveis da internet, o que corroborou com as hipóteses levantadas pela pesquisa literária histórica.

¹Orientador, Professor do Departamento de Moda (CEART – UDESC) – mvandresen@hotmail.com

²Acadêmico(a) do Curso de Bacharelado de Moda – Habilitação em Design de Moda, bolsista de iniciação científica PROBIC/UDESC.