

A força está com elas: as mulheres no universo narrativo transmidiático de *Star Wars* e o empoderamento feminino

Sheila RODRIGUES

Centro de Comunicação e Letras, Universidade Presbiteriana Mackenzie
São Paulo, São Paulo, 01241-001, Brasil

RESUMO

Alguns projetos narrativos da contemporaneidade podem ser denominados, de acordo com o proposto pelo pesquisador Henry Jenkins, de narrativas transmidiáticas (*transmedia storytelling*) e eles são aqueles nos quais se busca expandir a forma de se contar uma história para a utilização dos mais distintos tipos de mídias existentes. Um dos casos de sucesso desse tipo de narrativa transmidiática, que pode, até mesmo, ser considerado um paradigma para a própria criação do referencial teórico dela, é o da saga *Star Wars*. O livro *Star Wars: from the adventures of Luke Skywalker*, lançado em 1976 foi o primeiro produto midiático lançado da saga, que contempla ainda filmes, desenhos animados, histórias em quadrinhos, jogos e inúmeros livros, produzidos por distintos autores, que ajudam a narrar as mais diversas aventuras da galáxia. A saga iniciou-se sob a criação e a produção de George Lucas, que, inclusive, criou para esse fim uma empresa, a Lucasfilm, a qual sempre foi gerida e controlada por ele, até a sua venda em 2012, para a Disney, quando passou a ser presidida por uma mulher Kathleen Kennedy. Assim, se torna interessante a observação de como maior participação feminina contribui para a expansão da narrativa transmidiática de *Star Wars* e ajuda a responder a anseios e fortalecer a relação com as inúmeras fãs da saga, que inicialmente não se viam atendidas em suas demandas, bem como a observação de como as mulheres em *Star Wars* podem ajudar no empoderamento feminino.

Palavras-chave: Transmedia storytelling, *Star Wars*, Narrativas transmidiáticas, Mulheres, Indústria do entretenimento, Empoderamento feminino.

1. INTRODUÇÃO

Considerada a maior franquia da indústria do entretenimento de todos os tempos: *Star Wars*, até o momento, conta em sua composição com livros, filmes, histórias em quadrinhos, jogos, desenhos animados, brinquedos, roupas, artigos para casa, atrações em parques de diversões e mais uma infinidade de produtos, que ajudam a contar a história de uma grande aventura épica, vivida por toda uma galáxia e principalmente pelos membros da família Skywalker.

Esse conjunto de distintos produtos de entretenimento faz com que esta franquia se encontre hoje valorada em torno de cinquenta bilhões de dólares.

O início da saga veio de uma vontade de George Lucas de criar um filme de aventura para toda a família, uma vez que,

durante muito tempo, Lucas sonhou em fazer um filme sobre o espaço, que evocaria os seriados de Flash Gordon e Buck Rogers que assistia na TV durante a infância. Ele tentou adquirir os direitos cinematográficos dos livros sobre Flash Gordon, de Alex Raymond, mas descobriu que o diretor italiano Federico Fellini já os tinha comprado. [...] Obrigado a trabalhar com sua própria história, Lucas decidiu pesquisar os contos mitológicos e de fadas para eventuais ideias. [1]

Para conseguir realizar a aventura galáctica que havia idealizado Lucas teve que criar uma empresa, a Lucasfilm, a qual sempre foi gerida e controlada por ele, até que em 2012 foi vendida para a Disney, passando a ser presidida por uma mulher Kathleen Kennedy.

A literatura vinculada a *Star Wars* sempre teve um papel de destaque na franquia, sendo inclusive um livro o primeiro produto oficial a ter sido lançado. Hoje, os livros da saga geram um valor de aproximadamente três bilhões de dólares, provenientes de suas vendas e existem mais de trezentos títulos, que já envolveram para sua criação, ao longo destes quase quarenta anos de produção, mais de setenta¹ distintos autores. Durante as décadas de 70 e 80, os autores que produziram as histórias para a saga eram todos homens, porém a partir dos anos 90 do século XX, mais de vinte mulheres já produziram livros para comporem a narrativa de *Star Wars*.

A participação feminina na criação da narrativa de *Star Wars*, reflete, de certo modo, o crescimento e a participação da mulher nos mais diversos campos profissionais que ocorreu de meados do século XX até os dias atuais. Portanto, a observação de como essa maior participação feminina contribui para a expansão da narrativa transmidiática de *Star Wars* e ajuda a responder a anseios e fortalecer a relação com as inúmeras fãs da saga, é interessante, bem como, é necessário e útil ver como todo o material produzido por criadoras pode ser usado para o empoderamento feminino ao redor de nosso mundo.

2. NARRATIVAS TRANSMIDIÁTICAS E *STAR WARS*

Antes de se adentrar ao universo das narrativas transmidiáticas são necessárias algumas observações sobre o que é uma narrativa e qual sua importância para o homem.

¹ Dados disponíveis em: <http://www.statisticbrain.com>.

Em uma breve explicação pode-se dizer que uma narrativa é a exposição de um ou mais acontecimentos, que podem ser reais ou ficcionais, de modo a permitir um certo encadeamento de histórias, para a criação de um sentido. Uma narrativa pode ser feita utilizando-se palavras ou imagens.

O estudo da narrativa sempre despertou interesse dos homens. Aristóteles já a estudava em sua obra *Poética*, no qual já buscava uma compreensão sobre a construção narrativa, e até hoje, cerca de vinte e cinco séculos depois, ainda se continuam os estudos sobre a narrativa e sua utilidade para o ser humano.

Sobre a importância da narrativa para o homem Nancy Huston coloca que

O universo como tal não tem Sentido. Ele é silêncio.
Ninguém pôs Sentido no mundo, ninguém além de nós.
O Sentido depende do humano, e o humano depende do Sentido. [...]
Assim como a natureza, nós não suportamos o vazio. Somos incapazes de constatar sem imediatamente buscar “entender”. E compreendemos essencialmente por intermédio das narrativas, ou seja, das ficções.
Para nós, não basta registrar, construir, deduzir o sentido dos acontecimentos que se produzem em torno de nós. Não: precisamos que esse sentido se desdobre – e o que faz com que ele se desdobre não é a linguagem, mas a narrativa. [2]

O estudioso de mídias e autor do livro *Narrativas Transmidiáticas*, Carlos A. Scolari, também apresenta uma interessante reflexão acerca da importância da narrativa

Os últimos estudos no campo da evolução hão destacado a importância da narrativa na vida do *Homo Sapiens*. Alguns investigadores não hesitam em colocar as competências narrativas entre as vantagens competitivas que permitiram a sobrevivência de nossa espécie. Uma espécie que desenvolve a capacidade de ficcionalizar pode imaginar cenários futuros, prever situações críticas, construir hipóteses e se preparar de antemão. Nós os humanos sempre contamos histórias. As contamos durante milênios de forma oral, depois por meio das imagens nas paredes de rocha, mais para frente por meio da escritura e hoje mediante a todo tipo de tela. Mas que *homo sapiens* como *homo fabulators*. Aos humanos nos encanta escutar, ver ou viver bons relatos. [3]

Assim, pode-se notar como desde sempre o homem teve a necessidade de criar narrativa, para que fosse possível a construção da sua identidade, de seu papel no mundo, no qual vive, e inclusive para que pudesse acalmar suas ansias com relação ao que passa ao seu redor e, assim, interagir com o mundo e ele mesmo, de forma estruturada e com sentido. O psicólogo e linguista Steven Pinker atesta que

As pessoas contam histórias. Em todo o mundo, e provavelmente durante toda a sua existência, as

peçoas inventaram personagens e recontam suas explorações ficcionais. Essa aparente frivolidade não é uma questão pequena para a humanidade. Se houvesse que contar o número de horas e os recursos gastos em aproveitar em todas as suas formas - contar histórias, simular, mitos e lendas, contos de fadas, romances, contos, poemas épicos, televisão, filmes, teatro, ópera, baladas, pinturas, piadas, quadrinhos, esquetes, videogames e pornografia - isso certamente representaria uma grande parte do tempo e uma grande parte da atividade econômica moderna. Considerando o custo de tempo, as possibilidades perdidas de envolvimento em atividades práticas, e os perigos de se confundir a fantasia com a realidade, nossa capacidade de nos perdermos na ficção é um grande quebra-cabeças para qualquer um que procura entender os seres humanos [...] A ficção é importante não só na vida regular das pessoas, mas também na intelectual. O conhecimento sobre principais obras de ficção tem sido considerado essencial para qualquer pessoa ser considerada educada, e é provavelmente um requisito universitário mais comum do que temas úteis como biologia ou estatística. [4]

Além do mais, pode-se dizer que as narrativas sempre foram uma grande forma de entretenimento. Pode-se imaginar desde o mais longínquo tempo, os homens reunidos, em volta do fogo, de uma comida, narrando suas experiências, contando seus causos, enfim, se divertindo enquanto o tempo passava. Cena essa que pode ser apreciada até os dias atuais quando amigos se encontram para colocar a conversa em dia.

O termo narrativa transmidiática e sua conceituação apareceram pela primeira vez no artigo *Transmedia storytelling* (2003) do estudioso de meios de comunicação, Henry Jenkins, publicado no *MIT technology review*. No texto, Jenkins afirma que “entramos em uma era de convergência midiática que faz com que a passagem do fluxo de conteúdos por diversas mídias seja inevitável.” [5].

Para ele, as crianças que cresceram acompanhando *Pokémon* e o acompanhando em jogos, desenhos animados na televisão, filmes e livros, se converteram em jovens consumidores que são “caçadores e coletores, obtendo prazer em buscar mais informações e histórias sobre seus personagens e conectá-las em distintos textos da mesma franquia.” [6].

Nesse artigo, o autor vai também mencionar que algumas produções podem ser consideradas paradigmas para a narrativa transmidiática e aponta que os produtos da LucasFilm, tanto *Indiana Jones*, quanto *Star Wars*, podem ser considerados como as mais exitosas franquias de narrativa transmidiática. Para Jenkins

Quando Indiana Jones foi para a televisão, por exemplo, ela explorou o potencial de mídia para estender a narrativa e desenvolver o personagem: As crônicas do jovem Indiana Jones nos mostraram o personagem sendo moldado em diversos cenários relacionados a distintos eventos históricos e exóticos ambientes. [...] Quando *Star*

Wars foi para os jogos, os jogos não apenas emularam os eventos dos filmes, mas nos mostraram como poderia ser a vida de um aprendiz de Jedi ou de um caçador de recompensas. [7].

Ao final, o autor conclui que uma forma ideal de narrativa transmidiática é aquela na qual cada mídia faça o seu melhor para o desenvolvimento da história. “Uma história pode ser introduzida em um filme, expandida na televisão, em livros e histórias em quadrinhos e seu mundo pode ser explorado e vivenciado em um jogo” [8], e dessa forma, introduz o que é a base do conceito de narrativa transmidiática.

Porém, vai ser em 2006, no terceiro capítulo do livro *Cultura da convergência*, intitulado *Em busca do unicórnio de origami*, que Henry Jenkins vai analisar o produto midiático *Matrix* propondo uma definição para o conceito de narrativa transmidiática, onde coloca que:

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. A redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia. Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor. A lógica econômica de uma indústria de entretenimento integrada horizontalmente – isto é, uma indústria onde uma única empresa pode ter raízes em vários diferentes setores de mídia – dita o fluxo de conteúdos pelas mídias. Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes. Filmes e televisão provavelmente têm os públicos mais diversificados; quadrinhos e games, os mais restritos. Uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia. [9]

Outro pesquisador de mídias, que tem desenvolvido pesquisas sobre narrativa transmídia, é o inglês Robert Pratten, fundador das empresas Transmedia Storyteller Ltd e Conducttr – que prestam serviços multiplataformas para as áreas de ensino, entretenimento e marketing.

Em seu livro *Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*, ele vai discutir sobre o que define como sendo a definição tradicional de narrativa transmidiática, que diz que ela é “contar uma história por múltiplas plataformas, preferencialmente permitindo a

participação da audiência, sendo que cada plataforma promova o prazer na audiência.”. [10]

Para o pesquisador o problema dessa definição é que ela se prende apenas ao como a narrativa transmidiática é feita e não ao porquê ela deva ser utilizada. Assim ele vai propor uma definição para narrativa transmídia que diz que ela é a que “leva a audiência em uma jornada emocional que vai de momento em momento.”. [11]. Dessa forma, ele afirma que essa definição está ligada a uma filosofia de criação que aponta, que a “crucial diferença entre a narrativa transmídia e uma narração em multiplataforma é a tentativa de criar sinergia entre o conteúdo e o foco em uma emocional e participativa experiência para a audiência.”. [12]

Para ilustrar sua definição, Pratten apresenta o seguinte gráfico

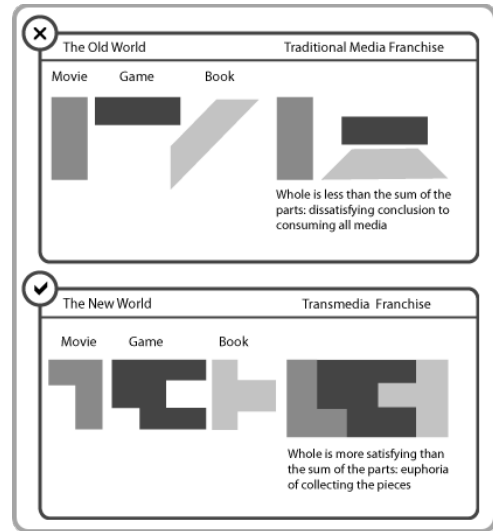


Figura 1– O que é transmídia?

Nesse gráfico, Pratten demonstra o que seria o antigo mundo, das narrativas multiplataformas, no qual cada plataforma de mídia produz um produto independente que, muitas vezes, não se relaciona com os demais, ou apenas reinterpreta o que já foi dito em outra mídia, criando assim um todo que é menor do que a soma das partes e desestimulando o consumo das diversas mídias; enquanto que, no novo mundo, o das narrativas transmidiáticas, cada plataforma executa uma parte da história, de acordo com a sua melhor função na narrativa, criando, desse modo, peças que podem ser unidas para formar um grande quebra-cabeças, que proporcionará um entendimento do todo de uma forma maior do que cada parte, gerando, assim, uma euforia para o consumo e a coleta de todas as partes da narrativa.

Portanto, após observar como esses estudiosos de mídia apresentam as características e conceitos sobre narrativa transmidiática, pode-se dizer que ela é uma história, pensada, inicialmente, por uma ou poucas pessoas, que se desenvolverá por meio de diversas plataformas midiáticas, de modo que a especificidade de cada plataforma possa ser melhor utilizada, para ser a melhor peça para formar o grande quebra-cabeças narrativo, que será montado por uma

audiência participativa, por meio de uma interação emocional com cada parte da obra.

Outro ponto interessante a ser levantado, quando se estudam as narrativas transmidiáticas, é o fato de que todos os autores se utilizam como referência para tal pesquisa da franquia transmidiática *Star Wars*. Conforme diz Jeff Gomez “a indústria do entretenimento entendeu que *Star Wars* não é uma exceção, é sim um modelo de estrutura e implementação que pode ser emulado.”.

Cabe também destacar que uma narrativa transmidiática abre espaço para que diversos tipos de temas sejam tratados em seu universo narrativo. A saga *Star Wars* apresenta diversas temáticas narrativas que podem ser destacadas, como por exemplo: a dicotomia entre ditadura e democracia, as relações familiares e seus conflitos, entre outras. Porém, para o presente artigo a temática que irá ser abordada é a da presença feminina e sua evolução na saga até o presente momento.

3. O FEMININO E STAR WARS

Para se compreender como as mulheres aparecem em *Star Wars* é necessário observar as fases de criação dos produtos da saga.

Conforme mencionado, desde seu início até 2012, o controle narrativo da saga estava nas mãos de seu criador George Lucas. Apesar, de diversos autores contribuírem para a narrativa, a maioria deles eram homens, e a palavra final era sempre de Lucas. Com relação à literatura pertencente a saga, por exemplo, vai ser apenas em 1994 que autoras femininas vão produzir livros para compô-la.

Em sua obra de 1995, *A mulher e o cinema*, Ann Kaplan coloca que

nos sistemas simbólicos simplesmente não há lugar para a mulher solteira e sexual: a cultura patriarcal ainda teme a mulher descomprometida, e os processos edípiacos ainda levam o homem a esperar a sujeição da mulher à Lei Paterna.[13]

E isso é o que ocorre com a representação feminina na narrativa de *Star Wars* produzida até 2012. Quando se observa a representação feminina na saga nesse período, o que se encontra são apenas duas personagens de destaque a princesa Leia e a rainha Amidala. Em ambos os casos são figuras femininas que apresentam um certo grau de autonomia e força, mas que ainda estão fortemente vinculadas aos papéis que a sociedade patriarcal impõe de serem esposas e mães.

Observando o aspecto estético é possível notar que quando essas personagens aparecem como fortes e independentes, sua imagem é apresentada de forma extremamente sexy, sendo que sua imagem acaba sendo mais valorada do que suas ações de luta, como por exemplo, quando, no episódio IV, *O retorno de Jedi*, Leia se torna prisioneira do vilão Jabba, The Hutt e é apresentada de modo extremamente sexualizado, vestindo um biquíni tão pequeno que gerou inclusive uma controvérsia com a própria atriz Carrie Fischer, que acabou aceitando utilizá-lo apenas depois de

diversos ajustes e porque era a própria Leia quem iria matar o vilão Jabba, se vingando, desse modo, de quem a expusera dessa forma.



Figura 2 – Princesa Leia com o biquíni dourado em cena com Jabba

A personagem Amidala também terá sua representação estética sexualizada. Quando no episódio II, *O ataque dos clones* ela é presa e levada para uma arena para ser executada é apresentada com um figurino branco, colado ao corpo que acaba sendo rasgado, fazendo com que ela passe por toda uma batalha com a barriga de fora. Apesar de lutar ao lado de Anakin Skywalker de forma igual, os figurinos dos personagens são bem distintos, apresentando ele com uma roupa discreta fechada e escura, enquanto ela está de branco e com o corpo a mostra, de forma sexy.



Figura 3 – Anakin e Amidala na cena da arena em *O ataque dos clones*

Porém, quando em 2012 a The Walt Disney Company compra a Lucasfilm, quem assume a presidência é Kathleen Kennedy.

Lucas não queria simplesmente entregar sua propriedade intelectual para a Disney - ou para qualquer outro investidor, por sinal - com apenas uma equipe mínima para manter a série em andamento. [...] Não, se Lucas fosse vender a Lucasfilm, teria de ser a Lucasfilm mais elegante, ao estilo Edição Especial, que ela conseguisse ser. [...] Primeiro passo: garantir um sucessor. [...] Kathleen Kennedy, sócia de Spielberg de longa data e uma das mais bem-sucedidas produtoras de Hollywood. Não havia outro candidato. [...] Kathleen Kennedy nunca havia comandado um estúdio. Ela já havia gerenciado uma produtora bem-sucedida com o marido, Frank Marshall: a Amblin Entertainment, que eles cofundaram com Spielberg e pela qual produziram os filmes do cineasta, *E. T.: o extraterrestre*, *Jurassic Park* e

Lincoln, [...] Kennedy aceitou na hora: o cargo "me permitiria usar minhas habilidades e fazer parte de algo maior", falou ela. Novos filmes de *Star Wars* seriam "algo maior" do que qualquer longa-metragem blockbuster que Kennedy tivesse se envolvido até agora. [14].

Portanto, a partir de 2012 e até pelo menos 2021, quem comanda a Lucasfilm, são duas mulheres a presidente Kathleen Kennedy e a vice-presidente Lynwen Brennan. A maior inovação que a nova administração implantou foi, em 2013 a implantação da divisão Lucasfilm Story Group, que é a responsável por cuidar de toda a narrativa de *Star Wars*, buscando criar uma unidade coesa para que não surgissem contradições entre as histórias e para que nenhuma delas tivesse maior importância do que as outras, independentemente de seu criador. Esse grupo está formado por seis especialistas do universo *Star Wars*, três mulheres e três homens, que, também atuam em diversas áreas da empresa. Toda a narrativa *Star Wars*, desde 2014 é conduzida por esse grupo, em busca de um maior controle narrativo e para que não ocorram discrepâncias como ocorreram anteriormente.

Desde 2014 é possível ver uma maior participação feminina relacionada a criação da saga. No universo literário, oito escritoras já produziram livros para ela. Com relação aos novos filmes, temos uma maior presença de personagens femininos a saber: Rey, Maz Kanata, Capitã Phasma e a própria Leia, agora não mais princesa, mas sim general.

Uma das personagens principais dos novos filmes é Rey, uma mulher determinada, que se resolve sozinha. Ela se enquadra perfeitamente no que diz Simone de Beauvoir que "ninguém nasce mulher: torna-se mulher" [15], ela é uma órfã de um planeta austero, que se tornou sozinha o que é. Trabalha pesado, sabe lutar e é exímia piloto. Esteticamente, até o momento seu figurino é sóbrio e em nenhum momento foi apresentado de modo sexualizado.



Figura 4 – Rey e seu figurino no episódio VII – *O despertar da força*

A partir do episódio VII, com a maior presença de mulheres fortes nos filmes da saga, a legião de fãs feminina se expandiu para as mais diversas idades e aumentou a demanda por produtos relacionados as mulheres da saga. Assim em 2017, foi anunciado o projeto Forces of destiny (Forças do destino), composto de animações, histórias em

quadrinhos, livros e brinquedos focado em aventuras de personagens femininas de diversas épocas e origens, pertencentes a galáxia de *Star Wars*.

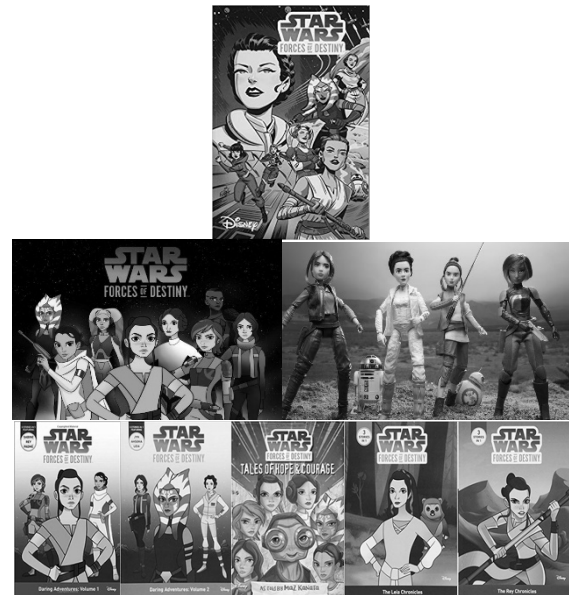


Figura 5 – Imagens dos produtos relacionados à *Forces of destiny*

Além desses produtos, as personagens femininas de *Star Wars* e suas histórias, também estão sendo utilizadas com material didático, seja por meio de livros para ensino de leitura como o *World of reading Star Wars forces of destiny: Meet the heroes*, ou como condutoras de aventuras para ensinar meninas a programar por meio de atividades do *Hour of code* do site code.org.



Figura 6 – Livro didático e atividade de programação ligados à *Forces of destiny*

Além de todos os produtos ligados a esse projeto, a narrativa das personagens femininas de *Star Wars* também se expandiu para atender a demanda do público adulto.

Em outubro de 2018 foi lançado o livro *Star Wars: Women of the Galaxy*, que conta a história de setenta e cinco personagens femininas da saga, e foi totalmente escrito e ilustrado por mulheres e contando, ainda, com um prefácio de Kathleen Kennedy.

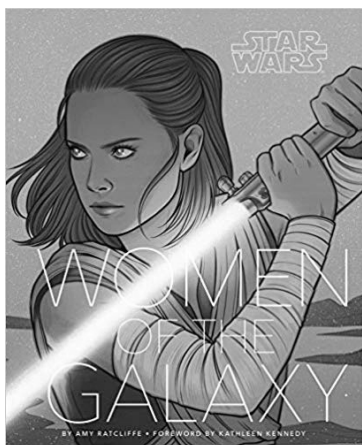


Figura 6 – Capa do livro *Star Wars: Women of the Galaxy*

Assim, é possível observar que após o comando da saga passar para uma mulher, uma maior atenção foi dada as figuras femininas da narrativa, bem como uma maior participação de mulheres na produção de material para *Star Wars* ocorreu, refletindo, de certo modo a maior participação da mulher na sociedade como um todo.

Também é possível atestar que com esse novo material produzido, as garotas podem se identificar com a saga e ela pode servir como fonte de inspiração para um grande empoderamento feminino, por meio de uma identificação com personagens fortes, independentes que podem lutar para ser o que quiserem em qualquer lugar da galáxia, independentemente de suas características físicas.

4. CONCLUSÃO

Uma das maiores franquias da história do entretenimento, *Star Wars*, passou do sonho de um homem de fazer um filme para toda a família, para uma narrativa complexa realizada nos mais diversos tipos de mídia, tornando-se assim, o maior exemplo de uma narrativa transmidiática.

Com mais de quarenta anos de histórias sendo contadas, essa narrativa reflete, muitas vezes características das épocas nas quais foram produzidas.

Assim, o presente artigo procurou olhar como a passagem do controle da saga das mãos masculinas para as mãos femininas, geraram um impacto na narrativa, expandindo a participação das mulheres tanto como personagens, como produtoras de conteúdos e também como consumidoras.

Portando, foi possível a observação de como nesse novo milênio e sob o comando de uma mulher, a saga *Star Wars* pode se expandir para além de uma forma de entretenimento, ser uma fornecedora de um rico material capaz de ser utilizado para o empoderamento feminino nos mais diversos cantos da galáxia. E que a força esteja com elas, sempre.

Referências

- [1] D. Pollock. George Lucas Skywalker. A vida e a obra do criador de Star Wars. São Paulo: Generale, 2016.
- [2] N. Huston. A espécie fabuladora. Um breve estudo sobre a humanidade. Porto Alegre: LP&M, 2008.
- [3] C. A. Scolari. Narrativas transmídia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, 2013.
- [4] S. Pinker. Toward a consistent study of literature. Disponível em: https://stevenpinker.com/files/pinker/files/literary_animal_review.pdf. Acesso em: 11/10/2018.
- [5] H. Jenkins. Transmedia Storytelling. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 06/10/2018.
- [6] H. Jenkins. Transmedia Storytelling. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 06/10/2018.
- [7] H. Jenkins. Transmedia Storytelling. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 06/10/2018.
- [8] H. Jenkins. Transmedia Storytelling. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 06/10/2018.
- [9] H. Jenkins. Cultura da Convergência. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- [10] R. Pratten. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling-2nd-edition>. Acesso em: 20/11/2018.
- [11] R. Pratten. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling-2nd-edition>. Acesso em: 20/11/2018.
- [12] R. Pratten. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling-2nd-edition>. Acesso em: 20/11/2018.
- [13] A. E. Kaplan. A mulher e o cinema: os dois lados da câmera. Rio de Janeiro; Rocco, 1995.
- [14] C. Taylor. Como Star Wars conquistou o universo. São Paulo: Aleph, 2015.
- [15] S. Beauvoir. O Segundo Sexo. 1 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.