

**UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI, CLUJ-NAPOCA**

**FACULTATEA DE TEATRU ȘI FILM**

**ȘCOALA DOCTORALĂ DE TEATRU ȘI FILM**

*Domeniul Cinematografie și Media*

**TEZĂ DE DOCTORAT**

*The Storytelling Continuum:*

*Un Studiu Multidimensional Asupra Teoriei și Practicii Transmedia*

**(Rezumat)**

Conducător științific:

Prof. univ. dr. habil. Rodica Otilia Mocan

Doctorand:

Bulibașa Adelina-Laura

2025

# CUPRINS

<b>INTRODUCERE</b> .....	<b>7</b>
MOTIVAȚIE EXTRINSECĂ .....	7
MOTIVAȚIE INTRINSECĂ .....	10
ÎNTREBĂRI DE CERCETARE. OBIECTIVELE TEZEI .....	12
STRUCTURA TEZEI .....	17
<b>METODE DE CERCETARE</b> .....	<b>21</b>
<b>CAPITOLUL 1 – SPRE O ÎNȚELEGERE TEORETICĂ A CONCEPTULUI ‘TRANSMEDIA’</b> .....	<b>26</b>
1.1. CE ESTE ‘TRANSMEDIA’? .....	27
1.2. TRANSMEDIA TIMPURIE. CARLOS ALBERTO SCOLARI ASUPRA LUI RICHARD MAYNARD.....	29
1.3. TEORETICIENI FONDATORI.....	30
1.3.1. <i>Intertextualitatea Transmedia. Marsha Kinder</i> .....	30
1.3.2. <i>Narațiunea Transmedia. Henry Jenkins</i> .....	34
1.3.3. <i>Lumile Transmediale. Lisbeth Klastrup și Susana Tosca</i> .....	41
1.4. ABORDĂRI INOVATIVE ASUPRA TRANSMEDIA.....	44
1.4.1. <i>Teorii Transmedia emergente. Geoffrey A. Long și Christy Dena</i> .....	44
1.5. EXPANSIUNI ȘI ABORDĂRI PRACTICE.....	46
1.5.1. <i>Cele șapte principii Transmedia. Robert Pratten</i> .....	47
1.5.2. <i>Transmedia Organică. Nuno Bernardo</i> .....	52
1.6. PERSPECTIVE CONTEMPORANE ȘI NON-FICTIVE .....	56
1.6.1. <i>O perspectivă hibridă. Ioana Mischie</i> .....	56
1.6.2. <i>Transmedia Non-Fictivă. Sandra Gaudenzi și Arnau Gifreu</i> .....	65
<b>CHAPTER 2 – O PERSPECTIVĂ ISTORICĂ ASUPRA PRACTICII TRANSMEDIA</b> .....	<b>76</b>
2.1. ÎNAINTEA SECOLULUI XIX.....	77
2.2. SECOLUL XIX .....	83
2.2.1. <i>Creațiile literare care au supraviețuit secole</i> .....	84
2.2.2. <i>Transcendența personajelor din benzile desenate. Cazurile Ally Sloper și The Yellow Kid</i> .....	92
2.2.3. <i>Începutul anilor 1900: Vrăjitorul din Oz, un fenomen mondial</i> .....	99
2.3. SECOLUL XX.....	103
2.3.1. <i>Un început prudent al Noului Secol</i> .....	105
2.3.2. <i>Finalul anilor 1920, spre anii 1960: Extinderea personajelor iconice</i> .....	108
2.3.3. <i>Anii 1960: Perioada dominației Științifico-Fantastice</i> .....	112
2.3.4. <i>Cele două ere majore în cinematografie: Înainte și după Star Wars</i> .....	118
2.3.5. <i>Un reper al expansiunii media japoneze. Pokémon</i> .....	124
2.3.6. <i>Jocurile Alternate Reality (ARGs). Cum, de ce și urmările acestora</i> .....	129
2.4. SECOLUL XXI .....	146
2.4.1. <i>Transcederea sferelor artistice prin Transmedia</i> .....	149
2.4.2. <i>America latină în Transmedia contemporană</i> .....	158
2.4.3. <i>Practicile Transmedia contemporane în Asia</i> .....	163
2.4.4. <i>Contribuțiile românești la Transmedia contemporană</i> .....	166
<b>CHAPTER 3 – OBSERVAȚII CRITICE ASUPRA PRODUCȚIEI TRANSMEDIA CONTEPORANE</b> .....	<b>178</b>

3.1. RECUNOAȘTERE INSTITUȚIONALĂ: TRANSMEDIA PRODUCER CREDIT .....	180
3.2. ECOURI ALE INDUSTRIEI: URMĂRILE DECIZIEI PGA .....	183
3.3. DEZBATERILE DE LA SOUTH BY SOUTHWEST .....	186
3.3.1. <i>Transmedia Artists Guild</i> .....	188
3.4. NEMULȚUMIRILE PRACTICIENILOR: VOCILE DIN DOMENIU .....	189
3.4.1. <i>Suprapoziționarea</i> .....	195
3.5. EVALUAREA DOMENIULUI: STATUTUL DOMENIULUI TRANSMEDIA ÎN PREZENT .....	196
3.5.1. <i>Transmedia, tehnologia și cultura zilelor noastre</i> .....	200
3.6. POST-POPULARITATE: DECLINUL ‘ETICHETEI’ TRANSMEDIA.....	204
3.7. OMNI-TRANSMEDIA. SPRE POSIBILITĂȚI TRANSMEDIA EMERGENTE.....	208
3.8. ORIZONTURI SPECULATIVE: IMAGINÂND VIITORUL TRANSMEDIA .....	210
3.8.1 <i>Impactul Inteligenței Artificiale asupra Transmedia</i> .....	213
<b>CHAPTER 4 – O ABORDARE PRACTICĂ ASUPRA TRANSMEDIA .....</b>	<b>217</b>
4.1. <i>MAD4</i> – O ABORDARE TRANSMEDIATICĂ ASUPRA DIFERITELOR TIPURI DE ‘IUBIRE’ .....	219
4.2. SEQUENTIUM – O EXPLORARE NARATIVĂ A PIERDERII, AMINTIRILOR ȘI A MOȘTENIRII .....	220
4.3. CONCRETE NESTS – UN UNIVERS TRANSMEDIA DESPRE VIAȚA ÎN TIMPUL PANDEMIEI DE COVID-19 .....	229
4.4. IN-BETWEEN WORLDS – O EXPLORARE A MITURILOR, CREATURILOR ȘI TRADIȚIILOR.....	241
4.5. POST-INDUSTRIAL NOSTALGIA – RECONSTRUCȚIA UNEI COMUNITĂȚI PRIN INTERMEDIUL AMINTIRILOR ȘI ARHIVELOR ..	252
<b>CONCLUZII .....</b>	<b>258</b>
<b>ANEXE .....</b>	<b>266</b>
ANEXA 1 – UN INTERVIU CU JEFF GOMEZ (INTERVIEWAT DE ADELINA BULIBAȘA).....	266
ANEXA 2 – TRANSMEDIA NON-FICTIVĂ – UN INTERVIU CU ARNAU GIFREU (INTERVIEWAT DE ADELINA BULIBAȘA) .....	279
ANEXA 3 – UN INTERVIU CU IOANA MISCHIE (INTERVIEWATĂ DE ADELINA BULIBAȘA) .....	288
<b>BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>312</b>

# INTRODUCERE

## **Motivație extrinsecă**

De-a lungul timpului, oamenii au fost definiți de imaginație și de impulsul de a crea și a împărtăși povești, de la primele urme artistice lăsate de Homo Erectus până la miturile antice, arta rupestră și reprezentările orale care au precedat scrisul. Filosofi și teoreticieni precum Aristotel, MacIntyre, Fisher și Ranke descriu oamenii drept „animale care spun povești” sau *homo narrans*, susținând că narațiunea este esențială pentru modul în care oamenii înțeleg evenimentele, își construiesc identitatea, transmit cultura și își exprimă dorințele, temerile și valorile. De-a lungul timpului, poveștile au migrat și au fost adaptate continuu între diferite medii – de la relatările orale la teatru, romane, film și alte formate – folosind fiecare nouă tehnologie pentru a extinde și a reinterpretă narațiunile considerate valoroase. Povestirea transmedia este prezentată ca cea mai recentă expresie a acestei tendințe adânc înrădăcinate, organizând în mod formal dispersarea unui singur univers narativ asupra a multiple platforme, unde fiecare mediu adaugă ceva unic, indicând că astfel de practici nu reprezintă un moft trecător, ci un rezultat firesc al naturii umane orientate spre arta povestirii.

## **Motivație intrinsecă**

Descoperirea domeniului ‘transmedia’ mi-a transformat parcursul artistic și academic. În timpul programului de master, cursul „Creative Transmedia Project” a dezvăluit un domeniu flexibil din punctul de vedere al mediilor de expresie, care putea să unească toate interesele mele – muzică, dans, film, fotografie, scris și instalații interactive – într-o singură practică de povestire diseminată pe multiple platforme. Sub îndrumarea mentorului meu, Arnau Gifreu Castells, am ajuns să văd transmedia ca pe un pod între teorie și practică și am decis să o abordez în subiectul doctoratului, precum și ca specializare didactică. După ce am preluat cursul, am petrecut cinci ani ca lector asociat, co-creând împreună cu studenții proiecte transmedia de succes, care au ajuns în festivaluri internaționale. Pentru mine, transmedia combină în mod unic cercetarea, experimentarea creativă și pedagogia, oferind un rol coerent de cercetător, practician și cadru universitar care, în același timp, studiază și dezvoltă activ acest domeniu artistic în continuă evoluție.

## **Întrebări de cercetare. Obiectivele tezei**

Transmedia nu ar trebui privită doar ca un artificiu tehnologic recent sau ca un simplu instrument de marketing, ci ca o practică persistentă istoric, înrădăcinată în nevoia umană de a extinde și de a conserva povești semnificative în timp, spațiu și medii diferite. Pentru a susține această afirmație, teza combină patru abordări: clarificarea și sintetizarea diverselor definiții teoretice, utilizarea „arheologiei transmedia” pentru a urmări povestirea multi-platformă până la exemple antice și pre-digitale, examinarea empirică a motivelor pentru care termenul a cunoscut o ascensiune iar mai apoi un declin în industriile mainstream după anul 2010 și analizarea unor proiecte transmedia educaționale originale prin metoda cercetării bazate pe practică. Împreună, aceste direcții arată că fluiditatea aparentă a conceptului de transmedia este de fapt sprijinul care îi permite domeniului să se adapteze la numeroase contexte ficționale și non-ficționale, că practicile în sine au continuat să existe chiar și după ce termenul a scăzut în popularitate și că cea mai mare semnificație a domeniului constă în stimularea formelor participative și experimentale de narațiune, nu doar în dezvoltarea francizelor comerciale.

## **Structura tezei**

Teza este structurată în jurul a patru capitole, care pornesc de la teorie și istorie și ajung la analiza industriei și a propriilor practici. Primul capitol construiește un cadru teoretic pentru transmedia, urmărind definițiile domeniului de la primele mențiuni din 1971 până la cercetători precum Kinder, Jenkins, Klastrup și Tosca, Pratten, Bernardo, Mischie, Gifreu și Gaudenzi, dezvoltând cum termenul s-a extins de la „intertextualitate transmedia” și „povestire transmedia” spre idei mai vaste despre lumi, audiențe, interfețe și utilizări non-ficționale. Al doilea capitol propune o privire diacronică, „arheologică” asupra practicilor de tip transmedia, de la mituri antice și narațiuni religioase până la literatura secolului al XIX-lea și primele benzi desenate, apoi către francizele secolului al XX-lea, ARG-uri și studii de caz globale contemporane, argumentând că povestirea multi-platformă precede cu mult era digitală. Al treilea capitol examinează transmedia ca fenomen industrial și profesional: analizează entuziasmul și reacțiile de respingere din jurul formalizării creditului „Transmedia Producer”, confuzia conceptuală și abandonul instituțional care au urmat, precum și felul în care practica continuă în forme mai fragmentate, redenumite, sugerând totodată posibile direcții de viitor. Al patrulea capitol se concentrează asupra activității didactice și creative proprii, utilizând proiecte precum *Sequentium* și *Concrete*

*Nests* ca studii de caz bazate pe practică, pentru a arăta cum poate funcționa transmedia atât ca instrument pedagogic, cât și ca instrument artistic, și se încheie cu o reflecție personală asupra modului în care acest domeniu, întemeiat pe participare și narațiuni interconectate, a devenit un angajament profesional și personal central.

## **METODE DE CERCETARE**

Transmedia este prezentată ca un domeniu fluid, care se întinde printre numeroase medii și practici – de la film, jocuri și literatură la instalații, produse derivate, parcuri tematice și experiențe web – care lucrează împreună pentru a construi universuri narrative complete. Pentru a cerceta o asemenea complexitate, teza folosește patru abordări principale: o revizuire a literaturii care urmărește definițiile-cheie de la primele mențiuni din anii '70 până la Jenkins, Klastrup & Tosca, Pratten, Bernardo și alții; o metodă de „arheologie transmedia” care privește înapoi către exemple pre-moderne și pre-digitale pentru a arăta că extinderea poveștilor între medii este o tendință umană de lungă durată; interviuri semi-structurate cu practicieni de top precum Jeff Gomez, Ioana Mischie și Arnau Gifreu pentru a scoate la iveală provocările practice și tensiunile din industrie; și cercetarea bazată pe propria practică prin proiecte originale precum *Sequentium*, *Concrete Nests*, *In-Between Worlds* și *Post-Industrial Nostalgia*, care folosesc povestirea digitală și cercetarea artistică bazată pe acțiune pentru a trata creația însăși ca formă de investigație.

## **CAPITOLUL 1 – SPRE O ÎNȚELEGERE TEORETICĂ A CONCEPTULUI ‘TRANSMEDIA’**

Transmedia este un domeniu artistic flexibil și în continuă evoluție, termenul fiind lansat în urmă cu aproximativ cincizeci de ani, dar care a căpătat o definiție clară abia la începutul anilor 2000. Deși își are rădăcinile în cinema, acesta se extinde în literatură, benzi desenate, muzică, jocuri, teatru, animație și alte forme de artă. Scopul domeniului este de a crea lumi imersive care se desfășoară pe multiple platforme media, în care fiecare componentă poate exista individual, dar unde fiecare mediu contribuie la o poveste amplificată și interconectată. Lansată inițial ca practică creativă, nu ca un concept teoretic, transmedia a purtat de-a lungul timpului diverse forme,

fără reguli sau granițe fixe. Domeniul reflectă instinctul uman de a perpetua povești și experiențe – nu doar pentru divertisment, ci și pentru educație, conștientizare socială și reprezentarea problemelor din lumea reală. Această diversitate le-a îngreunat cercetătorilor formularea unei singure definiții, ferme și cuprinzătoare, în ciuda deceniilor de studiu și teoretizare. Datorită naturii sale adaptabile, transmedia păstrează un element de mister și continuă să evolueze odată cu noile medii și tehnologii, chiar dacă rădăcinile sale sunt anterioare dezvoltărilor digitale moderne. Deși transmedia prosperă prin inovație, ea este în fond o practică umană atemporală de povestire prin forme interconectate.

### **1.1. Ce este ‘transmedia’?**

Transmedia combină „trans-” (dincolo, peste) și „media” (platforme de comunicare) pentru a descrie povești sau teme răspândite pe mai multe canale, fiecare din acestea adăugând elemente unice. Este o modalitate creativă și participativă de a produce și de a consuma media, care evoluează odată cu tehnologia și nevoile publicului, fiind configurată în mod colaborativ de creatori, cercetători și audiențe. Transmedia se deosebește de conceptele înrudite:

- Multimedia folosește mai multe tipuri de media (precum text, video și sunet) pentru a spune o singură poveste în cadrul aceluiași produs.
- Cross-media distribuie aceeași poveste pe mai multe platforme, în scop promoțional sau pentru accesibilitate, fără extindere narativă.
- Adaptările repovestesc o poveste într-un nou mediu, modificând forma, dar păstrând conținutul, spre deosebire de transmedia, care construiește un univers mai larg, cu extensii originale și interacțiune cu publicul.

### **1.2. Transmedia timpurie. Carlos Alberto Scolari asupra lui Richard Maynard**

Carlos Alberto Scolari, profesor la Universitat Pompeu Fabra, remarcă faptul că termenul „transmedia” a apărut pentru prima dată în jurul anului 1971, în cartea lui Richard Maynard, *The Celluloid Curriculum*. Maynard a folosit termenul pentru a compara romane sau piese de teatru cu versiunile lor cinematografice – un concept mai apropiat de adaptare decât de ideea actuală de povestire transmedia. Această utilizare timpurie reflecta accentul pus pe diferențele dintre formatele media mai degrabă decât pe extinderea poveștii pe diferite platforme. Scolari subliniază, de asemenea, că unele companii de televiziune din New York, în anii 1960–1970, au folosit

„Transmedia” în denumirile lor, precum „Transmedia Educational Services”, ceea ce arată că termenul exista deja în practică înainte de a căpăta sensul său teoretic modern.

### **1.3. Teoreticieni fondatori**

#### **1.3.1. Intertextualitatea Transmedia. Marsha Kinder**

În prima parte a anilor 1990, Marsha Kinder a explorat idei relevante domeniului transmedia înainte ca termenul să fie popularizat oficial de Henry Jenkins. În cartea *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games* (1991), ea a discutat despre „relațiile intertextuale între diferite medii narrative”, folosind franciza *Teenage Mutant Ninja Turtles* ca exemplu de povestire ‘cross-platform’, care permitea interacțiunea publicului și un impact cultural de durată. Deși Kinder a identificat tipare asemănătoare transmedia, a tratat termenul mai ales ca pe o extensie a intertextualității, un concept literar care descrie modul în care textele se influențează reciproc. În consecință, transmedia nu a devenit niciodată un punct central în lucrările ei și nici nu a căpătat tracțiune în studiile media la acel moment. Kinder a încercat mai târziu să revindică termenul în volumul co-editat din 2014, *Transmedia Frictions*, dar această lucrare a adus puține clarificări suplimentare în înțelegerea teoretică a domeniului. În acel moment domeniul era deja ferm consolidat – validat în 2010, când Producers Guild of America a recunoscut „Transmedia Producer” drept titlu oficial (credit) – proclamând transmedia ca practică creativă independentă și matură, dincolo de interactivitate sau adaptare.

#### **1.3.2. Transmedia Storytelling. Henry Jenkins**

Henry Jenkins – un important cercetător american în domeniul media aparținând de University of Southern California – a adus povestirea transmedia în prim-plan la nivel global la începutul anilor 2000. Eseul său din 2003 a definit transmedia drept arta de a spune o poveste cu ajutorul multor tipuri de media, în care fiecare platformă contribuie în mod unic la narațiune, dar rămâne, în același timp, individuală. Jenkins a diferențiat povestirea transmedia de adaptare, subliniind extinderea, nu repetarea conținutului. În *Convergence Culture* (2006), el a aprofundat această idee, arătând cum transmedia stimulează participarea activă a publicului, unește comunități diverse de fani și transformă povestirea într-un proces colaborativ de „world-building” (construire de lumi). El a legat această evoluție de fenomene mai largi – convergența media, cultura participativă și inteligența colectivă – în care audiențele interacționează, creează conținut și modelează împreună experiențele media. Până în 2009, el a formalizat șapte principii-cheie ale povestirii transmedia:

„spreadability vs. drillability” – distribuire largă vs. explorare în profunzime; „continuity vs. multiplicity” – canon coerent vs. universuri alternative; „immersion vs. extractability” – imersarea în lume vs. preluarea de fragmente din lume; „worldbuilding” – construirea unor universuri ficționale detaliate; „seriality” – utilizarea structurii episodice pentru menținerea angajamentului; „subjectivity” – oferirea mai multor perspective de personaj; „performance” – integrarea participării publicului și a creațiilor produse de fani.

### **1.3.3. Lumile Transmediale (TMW). Lisbeth Klastrup și Susana Tosca**

În 2004, cercetătoarele daneze Lisbeth Klastrup și Susana Tosca au introdus conceptul de „lumi transmediale”, marcând o contribuție europeană importantă la studiile despre transmedia. Ele au definit lumile transmediale ca sisteme abstracte de conținut care generează multiple povești și personaje în diferite medii, unificate de un sentiment comun de „worldness”. Klastrup și Tosca au pus accentul pe universul ficțional comun în sine. Conceptul lor include opere care își au originea în orice tip de mediu – inclusiv în jocuri sau creații independente – și nu se bazează pe popularitate sau pe susținere corporativă. Ele au identificat trei elemente-cheie: *Mythos* – povestea de fundal și fundamentul narativ; *Topos* – cadrul spațial și temporal; *Ethos* – structura morală și etică a lumii. Cercetătorii europeni au preferat adesea termenul „transmedial” în loc de „transmedia”, considerându-l mai larg și mai abstract. În 2019, Klastrup și Tosca și-au reexaminat conceptul, argumentând că experiențele transmediale impregnează acum viața de zi cu zi prin interacțiunea constantă cu povești și medii interconectate.

## **1.4. Abordări inovative asupra Transmedia**

### **1.4.1. Teorii Transmedia Emergente. Geoffrey A. Long și Christy Dena**

După publicarea cărții *Convergence Culture* (2006), Henry Jenkins a lansat blogul său numit *Confessions of an Aca-Fan*, care a jucat un rol esențial în popularizarea povestirii transmedia. În același an, Geoffrey A. Long a finalizat o lucrare de master la MIT, în care a identificat trei principii principale ale esteticii transmedia: *negative capability* (capacitate negativă) – lăsarea unor goluri care stimulează imaginația publicului; *world as character* (lumea ca și personaj) – tratarea universului ficțional însuși ca element central; *primary and secondary elements* (elemente primare și secundare) – proiectarea tuturor componentelor media ca parte a canonului, astfel încât să se îmbogățească reciproc. Lucrările lui Long o menționează și pe Christy Dena, o altă teoreticiană și practiciană importantă în domeniu. Inițial, aceasta a preferat termeni precum „transfiction” și

„cross-media entertainment”, dar mai târziu a adoptat noțiunea de transmedia ca parte a unui discurs creativ mai larg. După 2009, studiile despre transmedia au cunoscut o dezvoltare puternică în domenii precum jurnalism, educație, semiotică și marketing. Un moment de referință a venit în 2010, când Producers Guild of America a recunoscut oficial titulatura de *Transmedia Producer*.

### **1.5. Expansiuni și abordări practice**

Nuno Bernardo și Robert Pratten sunt practicieni recunoscuți ai povestirii transmedia, care au trecut amândoi de la marketing la crearea de proiecte narrative pe platforme multiple. Amândoi au scris ghiduri practice care explică modul în care pot fi concepute, produse și valorificate proiectele transmedia de calitate, iar teoriile lor contribuie la clarificarea și extinderea modului în care este definită și înțeleasă transmedia.

#### **1.5.1. Cele șapte principii Transmedia. Robert Pratten**

Robert Pratten a trecut de la marketing în telecomunicații la regie de film, realizând lungmetraje horror premiate. A dezvoltat apoi proiecte transmedia originale precum *Lowlifes* (o poveste polițistă relatată printr-o carte, un blog, un serial web și, ulterior, un joc, fiecare din perspectiva unui personaj diferit, pentru a adânci implicarea publicului). Ca practician-teoretician, Pratten a devenit cunoscut prin conferințe, ateliere și, mai ales, prin cartea sa din 2011, *Getting Started with Transmedia Storytelling*, un ghid practic ce îi dirijează pe creatori prin etapele stabilirii obiectivelor, alcătuirii echipei, bugetării, definirii publicului, alegerii platformelor și planificării lansării. El propune șapte principii ale „viitoarelor lumi narrative”: poveștile ar trebui să fie incluzive, personalizate, pervazive, participative, conectate, bazate pe *cloud* și persistente – și subliniază trei componente de bază: Comunitatea, Personajele și Confortul.

#### **1.5.2. Transmedia Organică. Nuno Bernardo**

Nuno Bernardo este un scenarist și regizor portughez, cunoscut mai ales pentru *Sofia's Diary*. În 2011, deja recunoscut ca expert în ‘new media’, Bernardo a publicat o carte despre realizarea proiectelor transmedia, ghidând creatorii de la idee la finanțare, scriere, producție, distribuție și expansiune internațională. El distinge transmedia de alte patru practici înrudite: extensii de brand, spin-off-uri „create pentru web”, lumi transmedia cu bugete mari (precum *Star Wars*) și ceea ce numește Francize Transmedia Organice/Originale, în care o singură poveste se desfășoară în mod natural pe un set limitat de platforme și apoi crește în sincron cu narațiunea, nu ca un artificiu de marketing.

## 1.6. Perspective contemporane și non-fictione

### 1.6.1. O perspectivă hibridă. Ioana Mischie

Ioana Mischie, artistă și cercetătoare română și pionieră a povestirii transmedia, face legătura între artă și mediul academic prin activitatea ei creativă și teoretică. Contribuțiile sale se bazează pe teoriile lui Henry Jenkins despre transmedia, dar le depășesc, prin propunerea conform căreia povestirea transmedia nu este un concept închis, ci un continuum în evoluție. Cartea lui Mischie, *Cinema Infinit* (2022), dezvoltă această viziune prin patru ‘componente fundamentale’ și patru ‘elemente esențiale’ care definesc un univers transmedia durabil. Elementele-cheie – transdisciplinaritatea, multidimensionalitatea, pluriperspectivismul și configurarea pe termen lung – pun accent pe interconectare, diversitate și longevitate. Primul ei concept major, *Paradigma Narațiunilor Infinite*, pune în contrast povestirea liniară tradițională cu narațiuni deschise, non-liniare și multi-platformă, care favorizează colaborarea, participarea activă și un impact cultural de durată. A doua componentă redefiniște publicul, trecând de la *Homo Spectator* de tip pasiv la *Homo Immersionis* de tip activ și imersiv și, în cele din urmă, la *Homo Explorationis*, un public orientat spre explorare. În ceea ce privește autorii, Mischie contestă noțiunea tradițională a creatorului unic prin *Paradigma Autorului Infinit*, o rețea colaborativă de inițiatori, continuatori și evaluatori – un sistem care amintește de modelele de co-creație din știință. În cele din urmă, ea examinează interfața ca punte între poveste și public, integrând atât forme digitale, cât și analogice. Per ansamblu, cercetarea lui Mischie reconfigurează povestirea transmedia ca formă de artă în evoluție, participativă și interconectată – una care transcende mediile, disciplinele și chiar calitatea de autor pentru a reflecta natura narativă continuă a experienței umane.

### 1.6.2. Transmedia Non-Fictivă. Sandra Gaudenzi și Arnau Gifreu

Arta cinematografului timpurii a început cu scurtmetraje de ficțiune la începutul anilor 1900, în timp ce filmul documentar s-a dezvoltat mai lent și s-a consolidat ca gen recunoscut abia după succesul și consacrarea unor lucrări precum *Nanook of the North* în anii 1920. De-a lungul secolelor XX și XXI, formele non-fictione s-au extins în documentare interactive și transmedia, însă acestea s-au confruntat cu probleme structurale de finanțare, tehnologie, arhivare și modele de afaceri, care le-au limitat viabilitatea pe termen lung în comparație cu ficțiunea. Filmele de ficțiune urmăresc în primul rând să amuze, să imerseze și să emoționeze publicul prin povești inventate, lumi complexe și catharsis emoțional. Filmele de non-fictione, în schimb, caută să documenteze,

să explice sau să reflecte asupra persoanelor și evenimentelor reale, punând în prim-plan autenticitatea, relevanța și căutarea adevărului prin tehnici realiste și persuasive. În timp, documentarele au câștigat vizibilitate în cinematografe și pe platformele de streaming, dar au rămas totuși mai slabe economic decât ficțiunea, care domină box-office-ul global datorită vedetelor, efectelor speciale și narațiunilor ușor de exportat. Începând cu anii 1980, cercetătorii și practicienii au început să experimenteze non-ficțiunea interactivă, un domeniu discutat ulterior sub etichete precum „documentar interactiv”, „web-doc”, „docu-game” și „documentar de new media”. Gaudenzi și alți autori au urmărit modul în care această terminologie s-a coagulat la începutul anilor 2000, în paralel cu ascensiunea „povestirii transmedia”, semnalând o schimbare media mai amplă către convergență și participarea publicului. Arnau Gifreu definește documentarul interactiv drept aplicații offline sau online care reprezintă realitatea prin modalități de navigare și interacțiune, permițând utilizatorilor să exploreze perspective multiple și să influențeze experiența, în timp ce creatorii acționează mai degrabă ca asistenți decât ca autori tradiționali. Gaudenzi observă că lucrările care nu sunt de sine stătătoare, ci fac parte dintr-un „storyworld” non-fictiv mai amplu, pe mai multe platforme, au fost adesea numite documentare transmedia, deși ea consideră multe dintre aceste proiecte în primul rând extensii de marketing, și nu forme interactive cu adevărat noi. Siobhan O’Flynn distinge între documentarele interactive – lucrări autoconținute pe o singură platformă, care funcționează adesea ca baze de date închise – și documentarele transmedia, care distribuie o narațiune pe mai multe platforme și pot fi sau nu participative ori deschise. Gifreu evidențiază o problemă structurală persistentă: documentarele au fost mult timp tratate drept „fratele mai sărac al ficțiunii”, ceea ce face dificilă finanțarea proiectelor non-fictive complexe, pe platforme multiple, care necesită investiții susținute, echipe și mentenanță tehnică periodică. Dependența tehnologică a adâncit problema. Pe măsură ce tehnologia a evoluat, mediile imersive (de exemplu VR și practicile conexe) au apărut ca un nou concurent, mai degrabă decât ca un înlocuitor, deturnând atenția creativă și instituțională de la documentarele interactive și transmedia web. Observatori ai industriei precum Gifreu datează declinul vizibilității documentarului interactiv în jurul anului 2018, deși transmedia, ca o terminologie-umbrelă, a persistat, în special în discursul academic și în contexte cu buget redus. Transmedia non-fictivă rămâne deosebit de puternică în practicile participative, în care contribuțiile publicului și implicarea civică pot modela în mod fundamental narațiunea, spre deosebire de multe universuri ficționale care pot fi extinse fără aportul direct al audienței.

## **CAPITOLUL 2 – O PERSPECTIVĂ ISTORICA ASUPRA PRACTICII TRANSMEDIA**

În acest capitol, după examinarea teoriilor despre povestirea transmedia, atenția se îndreaptă spre originile ei practice, care sunt greu de fixat la o singură dată sau o singură lucrare, deoarece fenomenul este fluid și controversat. Pentru a aborda această problemă, cercetători precum Scolari, Bertetti și Freeman propun „arheologia transmedia”, o metodă care reconstruiește rădăcinile istorice și evoluția transmedia, contestând istoriile mediatice simpliste, centrate pe noutate. Abordarea lor privește mult dincolo de anii 2000 – cu potențialul de a cerceta peste 500 de ani de istorie a media – deși propriul lor studiu se oprește la trei exemple din anii 1930, pe care le voi extinde prin explorarea unor exemple și mai vechi care au modelat industria divertismentului, de dinainte de anii 1930 și chiar 1900.

### **2.1. Înaintea secolului XIX**

Acest subcapitol susține că ceea ce numim astăzi povestire transmedia are rădăcini istorice foarte adânci, legate de schimbări pe termen lung în comunicarea umană și tehnologie, mai degrabă decât de o invenție modernă. Teza pune apoi în discuție momentul în care începe cu adevărat povestirea transmedia, subliniind că, dacă practica este definită ca extinderea unei narațiuni prin medii diferite cu contribuția publicului, rădăcinile ei pot fi plasate plauzibil încă de la inventarea scrisului sau a tiparului și chiar în narațiuni religioase precum Biblia, trăite prin vitralii, predici, imnuri și picturi. Pe măsură ce tehnologiile de comunicare au evoluat de la analogice la digitale, poveștile – vechi și noi – au fost tot mai capabile să traverseze granițele dintre medii, să estompeze liniile de demarcație dintre texte, personaje și public și să invite oamenii nu doar să revină la lumile sau personajele îndrăgite, ci și să participe și să le ajute să se extindă.

### **2.2. Secolul XIX**

În acest subcapitol explorez modul în care secolul al XIX-lea a creat fundamentele tehnologice și culturale pentru mass-media modernă. Per ansamblu, secolul XIX este descris ca o perioadă de bază, în care noile tehnologii au transformat felul în care oamenii se informau, consumau divertisment și se raportau unii la alții, pregătind terenul pentru lumea actuală. Din perspectiva transmedia, chiar dacă termenul formal și instrumentele digitale avansate nu existau încă, cultura secolului al XIX-lea a produs totuși precedente istorice: personaje durabile precum *Frankenstein*,

*Albă-ca-Zăpada*, *Pinocchio*, *Alice în Țara Minunilor*, *Sherlock Holmes*, *Mowgli* și *Dracula* au generat ulterior universuri transmedia imense. Personajele timpurii din benzile desenate precum Ally Sloper și The Yellow Kid au devenit fenomene multimedia prin povestioare, produse derivate și cultura fanilor, în timp ce *The Wizard of Oz* s-a extins în cele din urmă prin piese de teatru, filme, televiziune, jocuri, parcuri tematice și suveniruri.

### **2.2.1. Creațiile literare care au supraviețuit secole**

Subcapitolul argumentează că secolul al XIX-lea a produs un grup extraordinar de personaje și povești literare care au generat ulterior universuri transmedia vaste și de lungă durată. Debutază cu *Albă-ca-Zăpada* a fraților Grimm, basm care a generat nenumărate adaptări în film, animație, teatru, muzică, modă, parcuri tematice și variante folclorice la nivel global. *Frankenstein* (1818) de Mary Shelley este prezentată ca o altă lucrare fundamentală, a cărei poveste despre un om de știință și creatura lui a modelat horror-ul modern și a inspirat un lung șir de filme mute, cicluri de studio, producții de televiziune, spectacole de teatru, muzică și produse derivate, noi adaptări de mare anvergură fiind încă în producție. *Alice's Adventures in Wonderland* (1865) de Lewis Carroll a devenit, în mod similar, o veritabilă industrie culturală globală. *Pinocchio* (1883) este evidențiat ca un exemplu deosebit de prolific. *Sherlock Holmes*, creat de Arthur Conan Doyle la sfârșitul anilor 1880, este descris probabil ca cel mai amplu dintre aceste universuri, zeci de povești canonice generând o gamă uriașă de adaptări, pastișe și extensii create de fani. *Mowgli*, din *The Jungle Book* scris Kipling, și *Dracula* de Bram Stoker completează această imagine a secolului al XIX-lea din prisma personajelor ale căror lumi s-au extins în literatură, benzi desenate, film, animație, muzică, jocuri, atracții și turism.

### **2.2.2. Transcendența personajelor din benzile desenate. Cazul Ally Sloper și The Yellow Kid**

Ally Sloper, un personaj de bandă desenată creat în 1867, a devenit una dintre primele figuri desenate recurente și exploatare comercial. Imaginea lui s-a răspândit într-o gamă largă de obiecte de uz cotidian, precum opritoare de ușă, ceasuri și sticle de sos, iar un fan club lansat în jurul anului 1904 le cerea cititorilor să colecționeze jetoane, ceea ce îl transformă într-un exemplu timpuriu care a generat o cultură a fanilor organizată. Odată cu ascensiunea filmului, Sloper a apărut în scurtmetraje de comedie în jurul anilor 1898–1900. Ally Sloper este considerat, probabil, cel mai timpuriu exemplu de franciză transmedia, care se întinde în presă scrisă, spectacole, produse derivate, cinema și *fandom* organizat.

The Yellow Kid, creat de Richard F. Outcault în 1895, a devenit un personaj de bandă desenată american emblematic, considerat drept primul „superstar” al benzilor desenate din Statele Unite. The Yellow Kid a declanșat un val de imitatori și a devenit rapid un personaj-cheie al produselor derivate (suveniruri). Personajul a inspirat, de asemenea, adaptări timpurii pentru scenete. The Yellow Kid și-a asigurat locul în istoria benzilor desenate prin câteva „premiere” importante: utilizarea bulinelor de dialog, pionieratul suplimentului de duminică dedicat benzilor desenate, instituirea narațiunii comice de lungă durată în serii fiind, de asemenea, considerat primul personaj american de bandă desenată care a generat merchandising (suveniruri) pe scară largă, licențiere, adaptări teatrale și costume purtate de fani.

### **2.2.3. Începutul anilor: *Wizard of Oz*, un fenomen mondial**

*The Wonderful Wizard of Oz*, publicat pentru prima dată în 1900, a evoluat rapid într-un univers narativ amplu, care s-a extins în cărți, teatru, film și produse derivate. Foarte devreme, Oz a traversat granițele dintre medii: în 1902 a fost lansat un spectacol muzical de mare succes, iar experimente hibride precum *The Fairylogue and Radio-Plays* au combinat filmul, diapozitivele și reprezentația live, urmate de mai multe adaptări cinematografice mute și de spectacolul de teatru *The Tik-Tok Man of Oz*, care la rândul lui a inspirat un nou roman, *Tik-Tok of Oz*. Filmul MGM din 1939, *The Wizard of Oz*, a transformat acest univers într-un reper cinematografic global prin spectaculozitatea tehnologiei Technicolor, muzica memorabilă și imaginile memorabile. Universul Oz a generat o gamă enormă de lucrări derivate și conexe. Dincolo de mediile narrative, franciza s-a extins în jucării, îmbrăcăminte, costume, parcuri de distracții tematice și atracții și festivaluri conexe care îi cufundă pe vizitatori în lumea poveștii. Cercetătorii descriu Oz drept o „lume cu adevărat transmedia”, în care povești noi pot lua naștere în orice mediu – carte, musical, bandă desenată sau piesă de teatru – și apoi se pot deplasa în altele, adăugând personaje, evenimente și decoruri noi, mai degrabă decât să repovestească aceeași intrigă. Deși precede cu mult conceptul formal de povestire transmedia, *The Wizard of Oz* funcționează ca un supersistem transmedia clasic, a cărui moștenire narativă și estetică, aflată într-o continuă expansiune, rămâne puternică din punct de vedere cultural de mai bine de 120 de ani.

## **2.3. Secolul XX**

Secolul al XX-lea a reprezentat o epocă accelerată în care tehnologia, media, cultura și societatea s-au schimbat mai repede ca oricând. La început de secol, tiparul domina încă, dar

radioul a făcut rapid posibilă comunicarea de masă în timp real și a contribuit la modelarea opiniei publice și a identității naționale, urmat apoi de apariția cinema-ului. La mijlocul secolului, televiziunea a transformat viața domestică, aducând știri, filme, animații și evenimente live direct în casele oamenilor. Spre finalul secolului XX, computerele personale, internetul și World Wide Web au democratizat producția media. Practica transmedia nu a înflorit imediat, dar după jumătatea anilor '20 un val de povești și personaje influente a început să construiască universuri expansive pe mai multe medii. Până la sfârșitul secolului, în special o dată cu ascensiunea internetului, media nu a mai reflectat doar societatea; a început să o modeleze, dând naștere unor francize complexe și interconectate și, în cele din urmă, conceptului articulat și domeniului de studiu al povestirii transmedia.

### **2.3.1. Un început prudent al Noului Secol**

Peter Pan a început ca o piesă de teatru montată în 1904 și a fost ulterior transformat într-un roman, *Peter and Wendy*, în 1911, care spune povestea unui băiat zburător care refuză să crească și trăiește aventuri în tărâmul fantastic Neverland. Decorul și personajele au ajuns să simbolizeze evadarea din realitate, nemurirea și copilăria eternă, inspirând un lung șir de adaptări în teatru, pantomimă, balet, benzi desenate, jocuri, spectacole pe gheață, film și televiziune.

Tarzan, publicat prima dată ca povestire într-o revistă în 1912 și apoi ca roman în 1914, spune povestea lui John Clayton al II-lea, un copil sălbătic crescut de maimuțe în jungla africană, adesea citat drept una dintre cele mai faimoase figuri ficționale ale secolului. Personajul a generat o gamă vastă de lucrări conexe, inclusiv serii de cărți de lungă durată, romane pentru tineret, francize cinematografice Disney și ale altor studiouri, filme de animație și cu actori reali, seriale de televiziune și radio, jocuri video, benzi desenate, musicaluri de scenă, producții de teatru și numeroase produse derivate, precum figurine și cărți de colorat. Impactul cultural al lui Tarzan se extinde chiar și în știință și în dezbaterile critice, întrucât poveștile au generat discuții ample despre stereotipurile rasiale și coloniale, rolurile de gen și reprezentările ierarhiilor sociale.

Winnie-the-Pooh a apărut pentru prima dată cu ocazia Crăciunului anului 1925, fiind inspirat de ursulețul de pluș al copilului autorului și de o ursoaică adevărată pe nume Winnie, aflată la Grădina Zoologică din Londra. Începând cu anii 1930, comercializarea personajului de către Stephen Slesinger, prin ilustrații colorate, licențiere și o gamă largă de produse, l-a transformat pe Pooh într-o afacere de milioane de dolari în Statele Unite. Ulterior, ursul a devenit popular pe plan

global prin filme, televiziune, jocuri, jucării și alte produse derivate și a fost chiar onorat cu o stea pe Hollywood *Walk of Fame*.

### **2.3.2. Finalul anilor 1920, spre anii 1960: Extinderea personajelor iconice**

Mickey Mouse a fost creat în 1928 de Ub Iwerks și Walt Disney și a devenit rapid mascota emblematică pentru *The Walt Disney Company*. De-a lungul timpului, el a jucat în peste 130 de filme, a fost vedeta unor benzi desenate, a apărut în seriale de televiziune și jocuri video și a devenit element central în parcurile de distracții, pentru suveniruri și aparițiile live ale personajelor. Dincolo de divertisment, Mickey a funcționat ca simbol cultural al bucuriei, rezilienței și optimismului pentru copii și adulți deopotrivă, în special în perioade dificile precum Marea Criză Economică și Al Doilea Război Mondial. Din punct de vedere economic, imaginea sa a fost unul dintre cele mai valoroase produse Disney, contribuind la generarea unor venituri uriașe din box office, televiziune, merchandising, parcuri de distracții și parteneriate de brand, timp de aproape un secol.

*Popeye the Sailor* a apărut pentru prima dată în 1929 ca personaj de bandă desenată într-un ziar și a fost apoi adaptat în scurtmetraje de animație, devenind rapid un personaj de desene animate faimos. Succesul său a alimentat un merchandising intens, imaginea lui apărând pe produse de zi cu zi precum lame de ras, săpun și, mai ales, conserve de spanac, iar personajul a devenit subiectul unor benzi desenate, seriale TV, emisiuni de radio, lungmetraje, parodii și jocuri video.

From 1930 onward, a dense wave of fictional characters appeared that later grew into vast transmedia franchises, including Betty Boop, King Kong, Superman, Batman, Wonder Woman, Bugs Bunny, Tom and Jerry, Captain America, Godzilla, The Smurfs and many others. Many originated in comics, animation, films or pulp magazines, while influential novels like *The Hobbit*, *The Lord of the Rings*, *The Little Prince*, *Casino Royale*, *The Hundred and One Dalmatians* and *Paddington Bear* likewise evolved into enduring multi-platform storyworlds. These creations often reflected their historical context, especially World War II: heroes such as Superman, Wonder Woman and Captain America promoted patriotism, while characters like Tom and Jerry or Bugs Bunny offered comic relief and escapism. Their popularity helped fuel the Golden Age of Comic Books (1938–1956), during which publishers like DC and Marvel solidified the superhero archetype as a figure with extraordinary abilities dedicated to the common good. Începând cu anii 1930, a apărut un val dens de personaje fictive care aveau să se transforme ulterior în vaste francize

transmedia, inclusiv *Betty Boop*, *King Kong*, *Superman*, *Batman*, *Wonder Woman*, *Bugs Bunny*, *Tom și Jerry*, *Captain America*, *Godzilla*, *The Smurfs* și multe altele. Multe au avut originea în benzi desenate, animație, filme sau reviste pulp, iar romane influente precum *The Hobbit*, *The Lord of the Rings*, *Micul Prinț*, *Casino Royale*, *O sută unu dalmațieni* și *Paddington Bear* au evoluat, la rândul lor, în universuri narrative pe multiple platforme. Aceste creații au reflectat adesea contextul lor istoric, în special Al Doilea Război Mondial: eroi precum *Superman*, *Wonder Woman* și *Captain America* promovau patriotismul, în timp ce personaje precum *Tom și Jerry* sau *Bugs Bunny* ofereau umor și evadare. Popularitatea lor a contribuit la alimentarea Epocii de Aur a benzilor desenate (1938–1956), perioadă în care edituri precum DC și Marvel au consolidat arhetipul supereroului ca personaj cu abilități extraordinare dedicată binelui comun.

Pe lângă extinderea universurilor media, a prins contur și o cultură organizată a fanilor. Prima Convenție Mondială de Science Fiction (Worldcon) a avut loc în 1939.

### **2.3.3. Anii 1960: Perioada dominației Științifico-Fantastice**

Acest subcapitol explică modul în care anii 1960 au marcat un punct de cotitură pentru transmedia science-fiction, strâns legat de răspândirea televiziunii color. *Doctor Who* a debutat în 1963, urmărind un „Doctor” extraterestru care călătorește prin timp și spațiu în TARDIS și a devenit rapid un fenomen internațional. În jurul serialului a crescut un vast univers transmedia cunoscut drept „Whoniverse”, care cuprinde filme, piese de teatru, escape room-uri, romane, benzi desenate, musicaluri, drame audio și podcasturi, jocuri video, web-casturi, expoziții, instalații muzeale și ample produse de merchandising.

*Star Trek: The Original Series* a avut premiera în 1966. Serialul urmărește echipajul navei USS Enterprise în timp ce explorează lumi noi și caută noi civilizații și, de-a lungul a aproape șase decenii, a crescut într-o franciză uriașă, cu doisprezece seriale TV (zeci de sezoane și sute de episoade), paisprezece filme și o gamă extinsă de romane, benzi desenate, jocuri, reviste, atracții și produse de merchandising. Moștenirea mai profundă a *Star Trek* constă în legitimarea pe ecran a science-fiction-ului axat pe idei și în influența puternică asupra seriilor de gen ulterioare, dar și în pionieratul fandom-ului modern: a fost un catalizator pentru convenții organizate, fan fiction, videoclipuri realizate de fani și o colaborare neobișnuit de strânsă între creatori și public, inclusiv campanii conduse de fani care au ajutat la menținerea serialului în viață.

Anii 1960 au fost un deceniu decisiv pentru science fiction, atât pe ecrane, cât și pe hârtie, punând bazele multora dintre cele mai durabile universuri transmedia ale genului. Deceniul este descris ca o epocă de aur pentru scriitorii de science fiction, ale căror romane au devenit începuturile francizelor transmedia ulterioare.

#### **2.3.4. Cele două ere majore în cinematografie: Înainte și după *Star Wars***

*Star Wars*, lansat în 1977, este prezentat ca o mitologie modernă care a remodelat cinema-ul și a devenit o moștenire culturală multi-generațională, nu doar o serie de filme. Filmul inițial, realizat cu un buget relativ modest, a contribuit la inaugurarea erei blockbuster-elor și la îndepărtarea Hollywood-ului de cinema-ul personal, axat pe problemele sociale ale anilor 1970, orientându-l către trilogii și francize spectaculoase, dominate de efecte speciale. În timp, saga s-a extins în tripla trilogie Skywalker, filme de sine stătătoare, numeroase seriale de animație și live-action și un număr uriaș de romane, benzi desenate, jocuri, piese audio dramatizate și atracții din parcuri tematice, devenind unul dintre cele mai extinse universuri narrative transmedia create vreodată. Din punct de vedere cultural, *Star Wars* a contribuit la popularizarea și globalizarea science-fiction-ului. Influența sa se extinde profund în zona fandom-ului: *Star Wars* a jucat un rol-cheie în evoluția fan fiction-ului, a filmelor create de fani, a muzicii realizate de fani, a vidding-ului, cosplay-ului și a construcțiilor de machete, creativitatea fanilor rivalizând uneori, ca vizibilitate, cu lansările oficiale. Succesul pe termen lung al francizei ilustrează modul în care un supersistem transmedia poate fi susținut atât de strategiile industriei, cât și de publicul pasionat, a cărui implicare și producție contribuie la menținerea universului viu și în continuă evoluție de-a lungul deceniilor.

#### **2.3.5. Un reper al expansiunii media japoneze. *Pokémon***

*Pokémon* a început ca o pereche de jocuri de tip role-playing pentru Game Boy, create de Satoshi Tajiri. Vânzările masive din Japonia au fost stimulate de produse conexe precum revista CoroCoro Comic, iar franciza s-a extins rapid într-un joc de cărți colecționabile, un serial anime lansat în 1997, filme, jucării și un program de licențiere strict controlat, dar de proporții uriașe, care a dus la producerea a sute de produse *Pokémon* pe zi. La sfârșitul anilor 1990, „Pokémania” cuprinsese deja întreaga lume: cărțile se vindeau mai repede decât puteau fi tipărite, veniturile Nintendo și vânzările de Game Boy au explodat, iar primul lungmetraj, *Pokémon: The First Movie*, a doborât recordurile de box-office pentru animația japoneză în străinătate. După aproape trei decenii, franciza funcționează ca un ecosistem transmedia global și un reper cultural împărtășit,

transmis de la publicul din prima generație către propriii lor copii, continuând să se reinventeze pe noi platforme și în noi formate.

### **2.3.6. Jocurile de tip Alternate Reality (ARGs). Cum, de ce și urmările acestora**

Între anii 1970 și 2000, schimbările tehnologice și sociale rapide au remodelat viața de zi cu zi, producția de media și comportamentul publicului, creând condițiile pentru noi forme hibride precum jocurile de tip alternate reality (ARG). ARG-urile s-au dezvoltat ca experiențe narrative care estompează în mod deliberat granițele dintre spațiile fizice și cele digitale, cerându-le jucătorilor să rezolve puzzle-uri, să urmărească indicii fragmentate prin diverse medii și să interacționeze în timp real prin telefon, e-mail, site-uri web și locații din lumea reală. Primele proto-exemple variaau de la vânători de comori bazate pe cărți, precum *Masquerade*, la ficțiuni conspiraționiste precum *Ong's Hat*, experiențe online precum *Webrunner* pentru jocul de cărți *Netrunner*, proiecte experimentale de ziar precum *Dreadnot* și mistere derulate pe web în jurul unor trupe precum Pink Floyd sau al unor filme precum *The Blair Witch Project*, a cărui campanie pe internet a devenit un reper în marketingul viral pentru filme.

Până la începutul anilor 2000 au apărut ARG-uri mai dezvoltate: experimente comerciale precum *Majestic* produs de EA, *The Beast* (pentru filmul A.I.) sau experiențe produse de fani precum *Lockjaw* au demonstrat cum comunități online de mari dimensiuni pot co-crea și susține narațiuni complexe. Mărci importante și companii media au adoptat ARG-urile pentru a extinde lumi narrative și a promova produse. Aceste experiențe folosesc de obicei timpul real, locații din lumea reală, rezolvarea colaborativă de probleme și estetica „this is not a game” (acesta nu este un joc) pentru a adânci imersiunea, în timp ce comunitățile de fani le documentează, arhivează și uneori le extind, ajutând ARG-urile să fie recunoscute ca o practică distinctă, deși parțial suprapusă cu povestirea transmedia.

## **2.4. Secolul XXI**

Acest subcapitol evidențiază faptul că începutul secolului al XXI-lea este o perioadă de schimbare intensă și continuă, în care tehnologiile digitale remodelează viața de zi cu zi mai repede decât poate societatea să se stabilizeze în jurul fiecărui nou mediu. Internetul devine un mediu interactiv omniprezent, amplificat de broadband, smartphone-uri și platforme sociale precum YouTube, Facebook, Instagram și TikTok, care estompează distincțiile dintre autori și public și normalizează practici precum livestreaming-ul, meme-urile și videoclipurile virale. În același timp,

cloud computing-ul, streaming-ul, AR/VR, inteligența artificială și instrumentele ieftine de producție le permit creatorilor independenți să rivalizeze cu marile studiouri, în timp ce crowdfunding-ul și comunitățile online conectează direct artiștii și audiențele. În acest context, transmedia în secolul XXI se bazează în mare măsură pe francize existente: filmele, seriile, jocurile și experiențele online extind lumi deja stabilite precum *Jurassic World*, *Harry Potter*, *Star Wars* sau *Game of Thrones*, mai degrabă decât să inventeze universuri complet noi. O mare parte din această producție este impulsivă de corporații mari de divertisment, care tratează cea mai mare parte a conținutului transmedia ca material promoțional sau auxiliar, axat pe profit și întreținerea brandului. Totuși, metodele transmedia sunt preluate și în moduri mai orientate social, susținând activismul, diversitatea, educația, imaginația civică și angajamentul cultural, indicând utilizări care depășesc divertismentul escapist și deschid noi perspective asupra culturii și societății.

#### **2.4.1. Transcenderea sferelor artistice prin Transmedia**

*Extrasolar* (2014–2018) a fost un proiect indie experimental care a îmbinat experiența de tip alternate reality cu un joc video lent și exploratoriu, plasând jucătorii în rolul de operatori de rover pentru o agenție spațială fictivă, prezentată printr-un site „realist”, e-mail-uri, documente și apeluri telefonice. Astăzi, *Extrasolar* supraviețuiește în principal ca descriere arhivată a unei narațiuni îndrăznețe, omni-imersive, în care ficțiunea și realitatea erau atent împletite, proiect amintit pentru designul său inovator, dar întrerupt din motive financiare.

*Turnton Town* este un proiect narativ fizic de mare amploare realizat de colectivul Time's Up din Linz, care construiește un oraș-port explozibil, plasat în 2047, unde colapsul ecologic obligă societatea să imagineze răspunsuri sociopolitice utopice, în locul unei distopii pure. Arhitectura, obiectele, documentele și scenografia atent realizate construiesc un univers narativ coerent prin care vizitatorii se plimbă fizic. Proiectul se află la intersecția dintre design speculativ și „narațiune fizică”. Deși ancorat în spațiu analogic, și nu în media bazate pe ecran, *Turnton Town* funcționează într-un mod similar cu transmedia, împletind multiple practici media într-un univers narativ unificat și imersiv, pe care publicul îl poate explora, dar nu și crea, estompând granița dintre instalație artistică, mediu narativ și gândire despre viitor trăită ca experiență.

Twenty One Pilots au folosit albumul-concept *Trench* (2018) pentru a construi un univers ficțional care se extinde prin muzică, vizualuri și experiențe online. Discul, produs în secret, abordează teme precum incertitudinea, sănătatea mintală, credința și suicidul prin povestea Demei,

un oraș distopic. Această lume este cartografiată prin simboluri, coduri ascunse, anagrame și piese interconectate, apoi extinsă prin site-uri criptice, jurnale ale personajelor, indicii trimise prin e-mail, muraluri și panouri publicitare în lumea reală, precum și o experiență video interactivă pe Spotify, care le permite utilizatorilor să navigheze trasee alternative prin Dema ca metaforă a propriilor călătorii legate de sănătatea mintală.

#### **2.4.2. America Latină în Transmedia contemporană**

*Pregoneros de Medellín* este un proiect transmedia cu buget redus, dar ambițios, despre vânzătorii ambulanti „cântăreți” din Medellín, Columbia, ale căror strigăte muzicale modelează peisajul sonor al orașului și dezvăluie problemele lor zilnice, strategiile și relațiile cu clienții. Construit ca un sistem în patru părți, combină un documentar web interactiv, un lungmetraj documentar, un set de scurte materiale TV și o expoziție fotografică care surprinde vânzătorii în imagini statice evocatoare. Proiectul arată cum un univers transmedia atent conceput poate păstra și globaliza o tradiție urbană fragilă, permițând publicurilor îndepărtate să experimenteze cântecele, poveștile și mediile vânzătorilor prin platforme multiple și diverse spații.

*El Cubo: Historias Tridimensionales* este un proiect transmedia columbian de teatru interactiv lansat în 2021, care îmbină ficțiunea teatrală, producția audio-vizuală și interactivitatea web pentru a spune povești împletite despre putere, abuz și lupte cotidiene prin intermediul a șase personaje principale, ale căror perspective se intersectează în moduri complexe. Proiectul oferă 105 clipuri video scurte pe care publicul le poate naviga prin trei moduri – cronologic, reflexiv (cu întrebări legate de convingerile privitorilor) și labirintic, în care utilizatorii sar între personaje și fire narrative – astfel încât fiecare persoană își construiește un „cub” cu sens diferit și este, în cele din urmă, invitată să se poziționeze în interiorul poveștii. Proiectul își propune să cultive empatia, toleranța și o viziune nuanțată asupra adevărului, evitând binarele simple „bun vs. rău”, și a fost premiat pe plan național și internațional.

#### **2.4.3. Practicile Transmedia contemporane în Asia**

*70mK* („70 de milioane de coreeni”) este un proiect transmedia în curs de desfășurare, de tip video-archivă, creat la Institutul de Cercetare în Transmedia al Universității Sungkyunkwan, creat pentru a colecta și expune interviuri cu oameni din ambele Corei pe teme precum unificarea, educația, mediul și femeile. Inițiat în 2011 și extins constant prin filmări pe teren, cabine fixe de interviu, camere trimise prin poștă, o aplicație dedicată și un site web, proiectul a generat peste

1.600 de mărturii filmate care imaginează o peninsulă coreeană unificată ideală, favorizând în același timp empatia și dialogul. *70mK* funcționează ca o platformă transmedia vie și participativă, cu scopul de a construi o comunitate și de a vindeca, oferind participanților și publicului o modalitate de a reflecta asupra identității, divizării și vieții cotidiene împărtășite de cele două națiuni.

#### **2.4.4. Contribuțiile românești la Transmedia contemporană**

*Planeta Petrila* a început ca un documentar realizat de cineastul român Andrei Dăscălescu despre ultimii ani ai minei Petrila, cândva cea mai adâncă și mai veche mină de cărbune din Europa, dar s-a transformat într-un fenomen cultural mai amplu, care a revitalizat comunitatea locală. Prin intervenții artistice, expoziții și evenimente comunitare, Petrila s-a transformat într-o operă de artă vie și într-un spațiu al memoriei. Astăzi, fosta mină funcționează ca muzeu și spațiu creativ, simbolizând modul în care arta și activismul pot păstra istoria și pot remodela viitorul unei comunități.

*Muzeul Abandonului*, fondat în 2021, este un muzeu digital și participativ care explorează tema abandonului, concentrându-se în principal pe copiii instituționalizați ai României după interdicția avortului din 1966, care a dus la abandonuri masive. Muzeul păstrează digital amintirile și mărturiile supraviețuitorilor sistemului de protecție a copilului din România și urmărește să încurajeze recunoașterea publică și vindecarea acestei traume colective. Premiul internațional pentru impactul său cultural și social, muzeul se impune ca model de povestire transmedia și activism social, având planuri pe termen lung de a extinde cercetarea asupra abandonului dincolo de granițele României.

*Government of Children (GoC)* este un proiect transmedia creat de Ioana Mischie. Proiectul explorează viziunile copiilor asupra viitorului și modul în care acești copii ar modela societatea dacă ar avea puterea de a guverna, folosind multiple forme media interconectate: un film documentar 3D, o experiență de realitate virtuală (*Tangible Utopias*), un web-serial și o platformă online participativă unde copiii din întreaga lume își pot împărtăși ideile. Prin GoC, Mischie promovează „futurismul transmedia” – utilizarea povestirii ca instrument de imaginație civică și transformare socială – demonstrând că narațiunea multi-platformă poate inspira empatie, colaborare și schimbări tangibile între generații și culturi.

## **CAPITOLUL 3 – OBSERVAȚII CRITICE ASUPRA PRODUCȚIEI TRANSMEDIA CONTEMPORANE**

Capitolul urmărește evoluția, instituționalizarea și provocările continue ale transmedia, atât ca domeniu creativ, cât și academic. Transmedia a câștigat vizibilitate după 2007, în mare parte datorită lui Henry Jenkins, care și-a popularizat online teoriile. În prima parte a anilor 2000, domeniul a atins un vârf experimental, odată cu lansarea ARG-urilor, francizelor hollywoodiene și creatorilor independenți care extindeau activ narațiunile între diferite medii. Totuși, domeniul nu a beneficiat de recunoaștere profesională formală până în 2010, când Producers Guild of America a introdus Transmedia Producer credit. Acest moment de referință a declanșat însă un val semnificativ de reacții negative și dezbateri. În anii următori a apărut tot mai multă confuzie, critici și fragmentare, atât în domeniul practic, cât și în cel teoretic, ceea ce a dus la scăderea prestigiului transmedia în industria media. Din punct de vedere academic, rămâne un concept contestat și în continuă transformare, fără o definiție stabilă sau un consens clar. În ciuda dificultăților, transmedia continuă să aibă o semnificație culturală și creativă importantă.

### **3.1. Recunoaștere instituțională: Transmedia Producer Credit**

Acest subcapitol detaliază contextul istoric și importanța deciziei Producers Guild of America (PGA) din 2010 de a recunoaște funcția de Transmedia Producer – un moment de referință care a legitimat în mod formal transmedia în cadrul industriei de divertisment. Crearea acestui credit a fost condusă de Jeff Gomez, care a redactat textul oficial și a coordonat campania pentru recunoașterea rolului. Gomez a explicat în interviuri ulterioare că demersul pentru recunoaștere a pornit din ani întregi de frustrare în rândul practicienilor care contribuiau semnificativ la proiecte multi-platformă, dar nu primeau nicio recunoaștere formală. Ratificarea din partea PGA a adus claritate juridică și profesională domeniului, definind responsabilități, bugete și standarde în industrie.

### **3.2. Ecuri ale industriei: Urmările deciziei PGA**

Introducerea creditului de *Transmedia Producer* de către PGA, în 2010, a divizat comunitatea creativă. Susținătorii l-au privit ca pe o recunoaștere profesională mult întârziată, care asigura roluri mai clare, remunerare corectă și legitimitate în industrie. Criticii, însă, au considerat definiția prea restrictivă, în special regula „trei linii narrative, trei platforme”, despre care au spus că exclude

numeroase abordări creative. Nume precum Christy Dena, Brooke Thompson, Brian Clark și Lance Weiler au susținut că transmedia se afla încă în plină evoluție și nu ar trebui definită rigid. În contrast, Jeff Gomez, care a condus inițiativa, a apărut măsura ca pe un pas necesar pentru a formaliza transmedia în industrie. În ciuda reacțiilor negative, demersul a adus, în cele din urmă, standardizare, legitimitate și noi oportunități pentru practicieni, chiar dacă dezbaterile despre libertatea creativă și controlul industrial au continuat.

### **3.3. Dezbaterile de la South by Southwest**

După ce PGA a introdus oficial creditul de *Transmedia Producer*, a izbucnit un val de reacții negative, în special în timpul conferinței *SXSW Interactive* din 2011, unde mulți creatori au criticat termenul „transmedia” ca fiind suprautilizat și lipsit de sens. Câțiva creatori l-au respins ca jargon fără scop clar, în timp ce alții și-au exprimat frustrarea că panelurile dedicate domeniului ofereau un conținut prea slab. În mijlocul acestei confuzii, unii creatori au subliniat că „oamenii, nu companiile, creează transmedia” și au început să caute modalități de a se sprijini reciproc la nivel profesional. Acest lucru a dus la ideea formării *Transmedia Artists Guild*.

#### **3.3.1. *Transmedia Artists Guild***

*Transmedia Artists Guild* își propunea să abordeze probleme precum lipsa de recunoaștere, izolarea practicienilor și absența standardelor din industrie. Gândită ca o mică organizație non-profit și rețea comunitară în Statele Unite, urma să ofere mentorat, ghiduri pentru acordarea creditelor, resurse de angajare și reprezentare profesională. Deși site-ul inițiativei este acum inactiv, aceasta a reprezentat un demers timpuriu de construire a solidarității și de protejare a creatorilor în cadrul domeniului emergent transmedia.

### **3.4. Nemulțumirile practicienilor: Vocile din domeniu**

Acest subcapitol relatează cum, după definiția lansată de *Producers Guild of America* și după dezbaterile de la SXSW 2011, termenul „transmedia” a stârnit confuzie, reacții de respingere și apeluri la clarificare, fiind acceptat treptat ca un concept util, dar în mod inerent fluid. Privind în urmă după mai bine de un deceniu, practica și cercetarea au contribuit între timp la stabilizarea noțiunii – recunoscând că transmedia nu este ceva nou și nici nu va dispărea, că narațiunea calitativă contează mai mult decât marketingul pe termen scurt și că, într-o lume în care indivizii

își construiesc multiple identități și audiențe online, fiecare trăiește într-un fel de „multivers” personal, care aduce noi responsabilități odată cu noua putere narativă.

### **3.4.1. Suprapoziționarea**

Acest subcapitol introduce conceptul de „*superpositioning*” (suprapoziționare) formulat de Jeff Gomez, prin care indivizii folosesc simultan multiple platforme digitale pentru a lansa „picături” de comunicare ce pot produce unde de impact și, uneori, se pot amplifica având proporții masive. În acest model, un singur mesaj puternic poate ajunge la audiențe exponențial de mari, permițând mișcărilor sociale să mobilizeze oameni, ajutând companiile să crească printr-un angajament intens, bazat pe narațiune, și oferind, totodată, utilizatorilor obișnuiți posibilitatea de a escalada rapid crize de PR. Într-un mediu media convergent, tehnologic avansat, cu utilizare pe scară largă a inteligenței artificiale și conectivitate permanentă, înțelegerea modului în care comunicăm și spunem povești între platforme devine esențială, deoarece aproape orice poate deja funcționa ca transmedia sau poate fi extins într-un univers transmedia.

### **3.5. Evaluarea domeniului: Statutul domeniului Transmedia în prezent**

Această parte se concentrează asupra modului în care volumul *Imagining Transmedia* (MIT Press, 2024) reunește cercetători și creatori pentru a arăta că transmedia rămâne o practică flexibilă, în evoluție, mai degrabă decât un concept fix și definitiv. Henry Jenkins prezintă „transmedia” ca adjectiv și ca logică largă ce se adaptează noilor tehnologii, lucru care explică de ce încercările de definire precisă continuă să eșueze, mai ales într-un peisaj în rapidă schimbare, unde tendințe precum NFT-urile pot apărea și dispărea între momentul scrierii și cel al publicării. Alți practicieni, precum Andrea Phillips, preferă astăzi etichete precum „immersive storytelling”, dar aceste denumiri contează mai puțin decât asigurarea continuității proiectelor și a unei strategii pe termen lung, iar transmedia a demonstrat că nu este un moft trecător. În schimb, s-a dezvoltat într-un domeniu stabil, cu rădăcini istorice profunde, un corpus teoretic solid și aplicații dincolo de divertisment, în timp ce editori precum Ed Finn sugerează că majoritatea poveștilor contemporane folosesc deja „logici transmedia”, estompând granițele dintre narațiune și realitate și cerând oamenilor să învețe să navigheze critic aceste sisteme narrative omniprezente.

### **3.5.1. Transmedia, tehnologia și cultura zilelor noastre**

Deși transmedia poate lua numeroase forme artistice și mediatice, ea se bazează în continuare pe un set de caracteristici comune. Maureen McHugh Yeager definește transmedia drept narațiuni compuse din multiple piese media auto-conținute, care sunt complete în sine, dar aparțin clar aceluiași univers sau aceleiași linii narrative. Ea mai observă că o singură poveste poate fi distribuită pe mai multe platforme, folosind campania pentru *A.I. Artificial Intelligence* ca exemplu timpuriu, recunoscut pe plan larg. *The Beast* merită în continuare discutat deoarece arată de ce un proiect de acum două decenii poate fi încă relevant pentru dezbaterile contemporane despre povestirea transmedia. *The Beast* a devenit un reper în povestirea interactivă, fiind ulterior recunoscut cu un Premiu Peabody în 2022 pentru pionierat în narațiunea de mari dimensiuni pe internet. Această recunoaștere întârziată arată că transmedia și practicile adiacente sunt încă vii, în recalibrare și în căutarea unor modele mai sustenabile, orientate spre creație, dincolo de abordările anterioare excesiv de comerciale.

### **3.6. Post-popularitate: Declinul ‘etichetei’ Transmedia**

Deși Henry Jenkins a contribuit la popularizarea termenului „transmedia” la începutul anilor 2000 și i-a evidențiat potențialul creativ, el a avertizat încă de la început asupra presiunilor economice, a colaborării slabe din industrie și a dezechilibrelor de putere dintre corporații și audiențe. În timp, aceste neajunsuri s-au intensificat: marile companii media, în special de la Hollywood, au tratat adesea transmedia ca pe un vehicul de maximizare a profitului, limitând participarea fanilor prin control strict și amenințări legale și transformând ceea ce ar putea fi o practică co-creativă și participativă într-un sistem de sus în jos, axat pe consum. Această abordare corporatistă i-a descurajat pe creatorii independenți și pe fani, riscând să îi reducă pe co-creatorii activi la simpli consumatori pasivi, iar teoreticienii, practicienii și publicurile se confruntă acum cu sarcina urgentă de a revendica transmedia ca practică narativă mai democratică, colaborativă și deschisă, dacă domeniul dorește să supraviețuiască și se dezvolte.

### **3.7. Omni-Transmedia. Spre posibilități Transmedia emergente**

Micile „defecte” inițiale din transmedia au crescut între timp în probleme serioase: controlul corporatist și strategiile orientate spre profit au transformat multe lumi transmedia în spații ostile, în care co-crearea este descurajată, iar fanii sunt tratați mai degrabă ca simpli consumatori pasivi

decât ca și colaboratori. Ca răspuns, Ioana Mischie propune „omni-transmedia”, un model mai ambițios și orientat civic, care leagă sistemele transmedia de schimbarea socială prin tehnologii, arte, științe, comunități și instituții, ghidat de principii precum: transmedia este infinită (adaptabilă continuu), transdisciplinară (îmbină multiple domenii), transgenerațională (implică mai multe grupe de vârstă), transreală (combină realități digitale și fizice), transspațială (scalabilă geografic), transtemporală (derulată în timp) și transmeaning (evaluează în mod constant impactul). Deși încă strict teoretică și într-o anumită măsură utopică, omni-transmedia este prezentată ca un set flexibil de instrumente, nu ca o listă rigidă de verificare, și ca o alternativă dezirabilă la dominația corporatistă, sugerând că viitorul domeniului depinde de recuperarea accesului deschis, a colaborării și a unei povestiri orientate pe termen lung spre societate, în loc să fie lăsată în mâinile companiilor axate prioritar pe profit, care fragmentează lumile narrative populare în spatele paywall-urilor și al platformelor restrictive.

### **3.8. Orizonturi speculative: Imaginând viitorul Transmedia**

For transmedia to do more than merely survive, it must confront cultural, technological, and ethical challenges, especially around audience engagement, equity, media overload, ownership, and the blurring of fiction and reality. Creators need to treat audiences as active participants rather than metrics, design accessible and non-exploitative experiences, and balance immersive digital worlds with analogue touchpoints to avoid addiction, isolation, and financial fatigue from paywalls and subscriptions. A central emerging challenge is epistemological: in an era of AI-generated content and deepfakes, transmedia must shift from making fiction feel real to clearly distinguishing fiction from an increasingly “fake” reality, integrating media literacy and source verification into its narratives so stories can be immersive without deceiving. Both creators and audiences share responsibility: creators must prioritize ethical, inclusive, changemaking storytelling instead of profit-first strategies, while audiences must actively build critical media skills to verify information, resist disinformation, and help preserve a shared, trustworthy narrative space in the digital age. Pentru ca transmedia să facă mai mult decât să supraviețuiască, trebuie să înfrunte provocări culturale, tehnologice și etice, mai ales legate de implicarea publicului, echitate, supraîncărcare mediatică, proprietate și estomparea graniței dintre ficțiune și realitate. Creatorii trebuie să trateze publicurile ca participanți activi, nu ca simpli metrici, să proiecteze experiențe accesibile și non-exploatatoare și să echilibreze lumile digitale imersive cu puncte de contact analogice, pentru

a evita dependența, izolarea și oboseala financiară provocată de paywall-uri și abonamente. O provocare emergentă centrală este una epistemologică: într-o epocă a conținutului generat de inteligența artificială și a deepfake-urilor, transmedia trebuie să treacă de la a face ficțiunea să pară reală la a distinge clar ficțiunea de o realitate tot mai „falsificată”, integrând alfabetizarea media și verificarea surselor în narațiunile sale, astfel încât poveștile să poată fi imersive fără a înșela. Atât creatorii, cât și publicurile împart responsabilitatea: creatorii trebuie să acorde prioritate unei povestiri etice, inclusive și orientate spre schimbare, în locul strategiilor care au profitul pe primul loc, iar publicurile trebuie să își dezvolte activ competențe critice de media pentru a verifica informațiile, a rezista dezinformării și a contribui la păstrarea unui spațiu narativ comun și credibil în era digitală.

### ***3.8.1. Impactul Inteligenței Artificiale asupra Transmedia***

Mai mult, transmedia, la fel ca alte domenii creative, este remodelată rapid de inteligența artificială, care, pe de o parte, destabilizează încrederea în media și, pe de altă parte, oferă instrumente noi pentru crearea de conținut. Pe partea de risc, imaginile, videoclipurile și textele generate de AI devin din ce în ce mai dificil, chiar și pentru specialiști, de distins între conținutul real și cel fals, erodând valoarea probatorie a media și permițând dezinformarea și manipularea la scară largă. În același timp, AI îi poate ajuta pe creatori să analizeze emoțiile și comportamentul publicului, să genereze dialog și idei de poveste, să susțină narațiuni adaptabile și interactive și să mențină coerența unor universuri narrative complexe, mai ales în combinație cu tehnologii precum producția virtuală. Creatorii trebuie să echilibreze aceste instrumente cu creativitatea umană și să abordeze întrebările legale și etice nerezolvate legate de autorat, proprietate intelectuală, dependență, „silozuri culturale” hiper-personalizate și standardizarea poveștilor pe măsură ce AI se antrenează tot mai mult pe date generate de AI. În cele din urmă, responsabilitatea este împărțită: artiștii transmedia ar trebui să folosească AI ca accelerator al ideilor umane pentru a construi universuri bogate și participative, în timp ce publicurile trebuie să își cultive o alfabetizare media solidă, astfel încât, într-un mediu emergent post-adevăr, să poată evalua critic media sintetice și să contribuie la modelarea următoarei faze a povestirii, în loc să fie modelate pasiv de aceasta.

## CAPITOLUL 4 – O ABORDARE PRACTICĂ ASUPRA TRANSMEDIA

Ultimul capitol al tezei reconstituie parcursul meu practic în transmedia, de la primul contact cu acest concept în timpul studiilor de master până la activitatea ulterioară ca și coordonator de proiecte și educator. Voi dezvălui cum implicarea directă în crearea și coordonarea unor proiecte precum *Mad4*, *Sequentium* și a mai multor „universuri” construite de studenți (*Concrete Nests*, *In-Between Worlds*, *Post-Industrial Nostalgia*) a descoperit atât potențialul creativ, cât și provocările conceptuale și practice ale povestirii pe mai multe platforme. Predarea cursurilor în acest domeniu este prezentată ca un act creativ care îmbină teoria cu practica, iar trecerea către cercetarea doctorală nu este văzută ca o ruptură față de practică, ci ca o extindere a perspectivei, transformând experiența trăită în cunoaștere structurată menită să sprijine viitori cercetători, creatori și educatori.

### 4.1. *Mad4* – O abordare transmediatică asupra diferitelor tipuri de ‘iubire’

Acest subcapitol povestește despre prima mea întâlnire cu „transmedia” în timpul unui program de master în multimedia interactivă (2017–2019), în cadrul unui curs predat de Melissa Lee Price, a cărei experiență în industrie și utilizare a ideilor lui Henry Jenkins au încadrat transmedia în termeni de convergență media, media difuzabilă și cultură participativă. Împreună cu colegii mei, am realizat un proiect colaborativ, *MAD4*, o explorare multi-format a „iubirii” (în sfera familială, culturală, de viață, spirituală, obsesivă) prin povești, fotografii, eseuri video și interviuri, toate reunite pe un singur site web care nu mai este activ. Privind în urmă, deși *MAD4* a fost bogat creativ, nu a reușit să îndeplinească criteriile transmedia esențiale: povestea trăia pe o singură platformă, oferea oportunități limitate de co-creare pentru public, iar încadrarea sa jurnalistică restrângea construirea lumii, devenind totuși o experiență de învățare crucială și o treaptă necesară spre o practică transmedia mai matură.

### 4.2. *Sequentium* – O explorare narativă a pierderii, amintirilor și a moștenirii

După obținerea unui master în Multimedia Interactivă în 2019, am început studiile doctorale sub coordonarea profesoarei Rodica Otilia Mocan și am colaborat cu cercetătorul Arnau Gifreu Castells, expert în transmedia. Împreună cu studenți din programe înrudite, am dezvoltat *Sequentium*, un proiect transmedia complex care explorează moartea, memoria, pierderea și

moștenirea prin experiențe media interconectate. *Sequentium* a fost alcătuit din trei componente principale:

1. Un scurt-metraj documentar cu șase intervievați de vârste diferite, care reflectă asupra morții și asupra obiectelor comemorative sau moștenite
2. O platformă online interactivă care oferea două experiențe: un documentar interactiv despre tradițiile Zilei Morților în România, Suedia și Mexic și un scurtmetraj interactiv în care alegerile spectatorilor modelau narațiunea.
3. O expoziție fizică lansată în ianuarie 2020 la Cluj-Napoca, România, care integra celelalte forme media menționate, expunea artefacte fizice și încuraja interacțiunea directă a publicului cu tematica.

Proiectul și-a propus să aprofundeze înțelegerea culturală a mortalității, să promoveze empatia și reflecția și să estompeze granițele dintre public și participanți. În ciuda dificultăților provocate de pandemia de COVID-19, *Sequentium* a fost ulterior prezentat internațional la *Sehsüchte International Student Film Festival* din Germania și la *Intermedia Festival* în Portugalia. Echipa noastră a primit feedback pozitiv, deși unele aspecte tehnice ale platformelor interactive ar fi putut fi mai rafinate, din cauza limitărilor de timp și experiență. Per ansamblu, *Sequentium* a reprezentat un exemplu ambițios și colaborativ al modului în care storytelling-ul transmedia poate implica audiența din punct de vedere emoțional și intelectual prin formate multiple.

#### **4.3. Concrete Nests – Un univers Transmedia despre viața în timpul pandemiei de COVID-19**

În 2020, după ce am devenit lector asociat cu normă întreagă la Universitatea Babeș-Bolyai, am coordonat *Concrete Nests*, un proiect transmedia realizat împreună cu 13 studenți, care documentează modul în care pandemia a afectat oamenii ce locuiesc în blocuri de apartamente din întreaga lume prin povești filmate de ei înșiși. Printr-un apel deschis online și prin ghiduri detaliate, am adunat peste 50 de clipuri video din 17 înscrieri, provenind din 10 țări, concentrându-ne pe emoții, viața de zi cu zi și impactul psihologic al izolării. Materialul a fost transformat într-un univers transmedia bogat: un film interactiv plasat într-un bloc virtual de apartamente, o hartă interactivă a lumii cu contributorii proiectului, o cronologie contextuală a pandemiei, precum și instalații și expoziții de fotografie suplimentare (de îndată ce evenimentele culturale limitate au redevenit posibile). Expus în locuri precum Casa TIFF, TIFF, *Sehsüchte* din Germania și

Intermedia Festival în Portugalia și primit cu aprecieri critice, *Concrete Nests* a fost lăudat pentru modul în care a transformat experiențele private ale izolării într-o conversație colectivă și participativă. Prin integrarea filmului, interacțiunii, fotografiei și a implicării online, proiectul a invitat la empatie, reflecție și o regândire a conexiunii umane în timpul crizei. Ca experiment atât artistic, cât și pedagogic, a demonstrat potențialul storytelling-ului transmedia ca mediu pentru conștientizare socială, educație emoțională și construirea comunităților.

#### **4.4. In-Between Worlds – O explorare a miturilor, creaturilor și tradițiilor**

În timpul semestrului de iarnă 2022/2023, un grup mixt de studenți proveniți din programele *Digital Interactive Arts*, *Documentary Filmmaking*, precum și studenți Erasmus au colaborat în cadrul cursului *Creative Transmedia Project* pentru a construi un univers transmedia comun, *In-Between Worlds*, centrat pe creaturi mitologice românești, după ce inițial fusese luată în considerare o abordare globală, dar focalizată ulterior din motive de timp. Am documentat miturile cu ajutorul experților muzeografi și antropologi și am realizat mai multe elemente interconectate: un documentar de mediu-metraj bazat pe deplasări pe teren și interviuri în mediul rural românesc, un joc de cărți original de tip ‘deducere socială’ cu 12 ființe mitice grupate în categorii precum Iubire, Binecuvântare, Șiretlic și Diabolic, patru instalații interactive/imersive (inclusiv VR și vizualuri procesate cu AI) și o expoziție de fotografie realizată cu imagini trimise de comunitate, selectate din peste 100 de înscrieri printr-un apel deschis. Componenta cea mai durabilă a reprezentat un site bilingv (inactiv momentan) care găzduia filmul, documenta instalațiile, organiza cele 12 creaturi ilustrate în grupuri tematice cu texte explicative scurte și referințe și prezenta echipa și informațiile despre proiect, transformând mitologia românească într-o experiență participativă și educațională ce leagă folclorul de media contemporană, joc și storytelling digital.

#### **4.5. Post-Industrial Nostalgia – Reconstrucția unei comunități prin intermediul amintirilor și arhivelor**

Post-Industrial Nostalgia este un proiect transmedia (2024–2025) realizat de studenții de la programele de master *Documentary Filmmaking* și *Digital Interactive Arts* de la Universitatea Babeș-Bolyai, care explorează moștenirea emoțională și socială a fostelor fabrici din România. Conceptul îmbină două idei lansate de studenți: documentarea siturilor post-industriale în care natura recucerește fabricile abandonate și examinarea nostalgiei prin interviuri și obiecte încărcate

de amintiri. Echipa a documentat peste douăzeci de foste fabrici din zona Cluj-Napoca și din afara orașului, realizând fotografii analogice „înainte și după”, peisaje sonore în locație, cercetări de arhivă și interviuri cu foști muncitori din situri precum fabrica de cărămidă Refractara, pe care aceștia au descris-o mai degrabă ca pe o comunitate strânsă decât ca pe un simplu loc de muncă. Deși un eveniment pop-up planificat în interiorul Refractara, menit să reunească foștii angajați, a fost anulat din cauza unei furtuni de zăpadă, grupul a refolosit materialele și a continuat dezvoltarea unor instalații interactive și a unei experiențe audiovizuale. Expoziția finală, din februarie 2025, a inclus o expoziție de fotografie cu resturi actuale ale fabricilor, o „arhivă efemeră” pe un computer vechi, care conținea fotografii, videoclipuri și documente, mai multe instalații interactive bazate pe obiecte și o reprezentație muzicală live pe tema nostalgiei, cu proiecții cartate generate în timp real. Per ansamblu, proiectul folosește storytelling-ul transmedia ca pe o formă de arheologie culturală, transformând memoriile colective ale muncii industriale în experiențe vizuale și sonore participative, care pun sub semnul întrebării modul în care dezindustrializarea reconfigurează identitatea, comunitatea și patrimoniul imaterial.

## CONCLUZII

Această teză de doctorat examinează transmedia atât ca teorie, cât și ca practică, argumentând că nu este un simplu cuvânt la modă sau un instrument de marketing, ci un mod flexibil, cu rădăcini istorice, de a extinde povești prin medii de diseminare, timp și spațiu. Mai întâi, lucrarea clarifică conceptul prin sintetizarea mai multor definiții și arată că, mai degrabă decât o formulă rigidă, transmedia este cel mai bine înțeleasă ca o metodologie fluidă, care combină multiple platforme, discipline, perspective și un *world-building* pe termen lung, atât în contexte fictive, cât și non-fictive. A doua parte folosește „arheologia transmedia” pentru a urmări practici proto-transmedia, de la mit și literatură serializată până la francize precum *Star Wars* și *Pokémon*, concluzionând că formele digitale de astăzi diferă în principal prin dimensiune, viteză și coordonare, servind însă aceiași nevoie umană profundă de a extinde narațiunile valoroase. A treia parte analizează modul în care termenul a dobândit pentru scurt timp un statut instituțional în industria de film și televiziune, apoi a intrat în declin ca terminologie oficială din cauza confuziilor conceptuale, presiunilor economice și dificultăților practice, chiar dacă practicile adiacente au fost normalizate și re-brand-uite drept „immersive storytelling”, „franchise storyworlds” sau alte

concepte similare. Ultima parte prezintă proiecte bazate pe practică (precum *Sequentium*, *Concrete Nests*, *In-Between Worlds* și *Post-Industrial Nostalgia*) dezvoltate împreună cu studenți, arătând cum mediile educaționale pot funcționa ca laboratoare pentru transmedia colaborativă și participativă, care cultivă empatia, gândirea critică și alfabetizarea media, expunând în același timp provocări legate de coerență, sustenabilitate și resurse. Per ansamblu, teza susține că valoarea durabilă a domeniului transmedia se află în capacitatea sa de a susține colaborarea transdisciplinară și storytelling-ul asumat, pe multiple platforme, într-un moment în care media sintetică și atmosfera „post-adevăr” erodează încrederea în narațiune și lansează un apel pentru viitoarele cercetări care să dezvolte noi instrumente conceptuale și etice pentru menținerea credibilității, noțiunii de *authorship* și a unui storytelling responsabil, atunci când creatorii umani și cei AI împart același spațiu narativ.

## BIBLIOGRAFIE

- \*\*\*. (2006, August 21). *U.S. National Film Registry -- Titles*. Retrieved from Carnegie Mellon University: <https://www.cs.cmu.edu/afs/cs.cmu.edu/Web/Unofficial/Movies/NFR-Titles.html>
- \*\*\*. (2007, February 8). *£100,000 prize for digital hunter*. Retrieved from BBC News: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6344375.stm>
- \*\*\*. (2007). *Most popular alternate reality game (ARG)*. Retrieved from Guinness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/98707-most-popular-alternate-reality-game-arg>
- \*\*\*. (2008, April 17). *Producers Guild of America*. Retrieved February 12, 2022, from Wikipedia: [https://en.wikipedia.org/wiki/Producers\\_Guild\\_of\\_America](https://en.wikipedia.org/wiki/Producers_Guild_of_America)
- \*\*\*. (2008). *Indigenous festivity dedicated to the dead*. Retrieved from UNESCO - Intangible Cultural Heritage: <https://ich.unesco.org/en/RL/indigenous-festivity-dedicated-to-the-dead-00054>
- \*\*\*. (2010). *The Complete History of Guitar World: 30 Years of Music, Magic, and Six-String Mayhem*. London: Backbeat Books.
- \*\*\*. (2010). *The Thousand and One Nights – Map & Timeline*. Retrieved from Annenberg Learner: <https://www.learner.org/series/invitation-to-world-literature/the-thousand-and-one-nights/the-thousand-and-one-nights-map-timeline/>
- \*\*\*. (2011, March 16). *SXSW 2011: Transmedia Content Marketing*. Retrieved from Social Media Today: <https://www.socialmediatoday.com/content/sxsw-2011-transmedia-content-marketing>
- \*\*\*. (2011). *Welcome to XRI*. Retrieved from The eXoplanetary Research Institute: <https://www.exoresearch.com/about/>
- \*\*\*. (2012, April). *Most portrayed human literary character in film & TV*. Retrieved from Guinness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/103061-most-portrayed-human-literary-character-in-film-tv>
- \*\*\*. (2012, February 1). *Most successful film merchandising franchise*. Retrieved from Guinness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/102445-most-successful-film-merchandising-franchise>
- \*\*\*. (2013). *PARN: Physical and Alternate Reality Narratives*. Linz: Time's Up.
- \*\*\*. (2014, April 25). *The Legendary Star Wars Expanded Universe Turns a New Page*. Retrieved from Star Wars: <https://www.starwars.com/news/the-legendary-star-wars-expanded-universe-turns-a-new-page>

- \*\*\*. (2016, April). *TURNTON anno 2047*. Retrieved from Time's Up: <https://timesup.org/productions/experiential-future/turnton-anno-2047>
- \*\*\*. (2021, June 17). *Sungkyunkwan University Trans Media Institute*, <70mK: 365, The Smile of Sungkyun> Film Interview Exhibition. Retrieved from Sungkyunkwan University - School of Art: [https://design.skku.edu/eng\\_art/news.do?mode=view&articleNo=116700&article.offset=0&articleLimit=10](https://design.skku.edu/eng_art/news.do?mode=view&articleNo=116700&article.offset=0&articleLimit=10)
- \*\*\*. (2021, June 9). *'The Cube: Three-Dimensional Stories': theatrical and audiovisual language in a single interactive project*. Retrieved from Vanguardia: <https://www.vanguardia.com/entretenimiento/cultura/2021/06/09/el-cubo-historias-tridimensionales-lenguaje-teatral-y-audiovisual-en-un-mismo-proyecto-interactivo/>
- \*\*\*. (2021). *Archetype:Superhero*. Retrieved from Superpower Wiki: <https://powerlisting.fandom.com/wiki/Archetype:Superhero>
- \*\*\*. (2021). *Muzeul Abandonului - About*. Retrieved from Muzeul Abandonului: <https://muzeulabandonului.ro/?lang=en>
- \*\*\*. (2022, March 24). *Transmedia Storytelling - Peabody Awards*. Retrieved from Peabody Awards: <https://peabodyawards.com/interactive-legacy-winner/transmedia-storytelling/>
- \*\*\*. (2022, October). *Expoziție VR Muzeul Abandonului la fostul Leagăn de copii Sf. Ecaterina*. Retrieved from ARCUB: <https://arcub.ro/proiect/expozitie-vr-muzeul-abandonului-la-fostul-leagan-de-copii-sf-ecaterina>
- \*\*\*. (2023). *Autumn at Oz*. Retrieved from Land of Oz - North Carolina: <https://landofoznc.com/autumn-at-oz/>
- \*\*\*. (2024, August 20). *Wizard of OZ: 85th Anniversary Theater Edition 4K Blu-ray*. Retrieved from Blu-ray.com: <https://www.blu-ray.com/news/?id=35041>
- \*\*\*. (2024). *About Worldcon*. Retrieved from Glasgow 2024: <https://glasgow2024.org/about/about-worldcon/>
- \*\*\*. (2024). *Coda: Last Words*. In E. Finn, B. Beard, J. Eschrich, & R. Wylie, *Imagining Transmedia* (pp. 421-433). Massachusetts: The MIT Press.
- \*\*\*. (2025, July 25). *ENTERTAINMENT PROJECTS*. Retrieved from Starlight Runner Entertainment: <https://starlightrunner.com/projects/entertainment/>
- \*\*\*. (2025). *100 Years of Storytelling*. Retrieved from Walt Disney Animation Studios: <https://disneyanimation.com/films/#:~:text=100%20Years%20of%20Storytelling,new%20form%20of%20family%20entertainment.>

- \*\*\*. (n.d.). *Great Britain population mid-year estimate*. Retrieved from Office for National Statistics:  
<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/populationestimates/timeseries/gbpop/pop>
- \*\*\*. (n.d.). *Henry Jenkins*. Retrieved from Wikipedia, the free encyclopedia:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Henry\\_Jenkins](https://en.wikipedia.org/wiki/Henry_Jenkins)
- Abrantes, A. M. (2009). *Narrative: A Key Concept for Cognition and Culture*. SSRN, 1-15.
- Allen, N. (2009, October 17). *Nasa: world will not end in 2012*. Retrieved from The Telegraph:  
[https://www.telegraph.co.uk/culture/film/film-news/6356140/Nasa-world-will-not-end-in-2012.html?ICID=continue\\_without\\_subscribing\\_reg\\_first](https://www.telegraph.co.uk/culture/film/film-news/6356140/Nasa-world-will-not-end-in-2012.html?ICID=continue_without_subscribing_reg_first)
- Anders, C. J. (2016, September 8). *What if Star Trek Had Never Existed?* Retrieved from Wired:  
<https://www.wired.com/2016/09/imagining-a-world-without-star-trek>
- Arango-López, J., Gallardo, J., Gutiérrez, F. L., Cerezo, E., Amengual, E., & Valera, R. (2017). *Pervasive games: giving a meaning based on the player experience*. Interacción '17: Proceedings of the XVIII International Conference on Human Computer Interaction (pp. 1-4). New York: Association for Computing Machinery.
- Aristotelis. (1987). *De Anima (Libri III)*. London: Penguin Books Ltd.
- Ascott, R. (2008). *PIXELS AND PARTICLES: THE PATH TO SYNCRETISM*. In M. Alexenberg, *EDUCATING ARTISTS FOR THE FUTURE Learning at the Intersections of Art, Science, Technology and Culture* (pp. 47-61). Chicago: Intellect Books.
- Barbu, I. (2017, November 25). *INTERVIU Ion Barbu, caricaturist: „Caricatura, la fel ca biserica, trebuie să aducă omul pe calea cea bună“*. (A. Vancu, Interviewer)
- Barnes, J. (1983). *Pioneers of the British Film*. London: Bishopsgate Press Limited .
- Barnes, J. (2024, November 18). *There Are Way More Wizard Of Oz Movies Than You Probably Think*. Retrieved from Screen Rant: <https://screenrant.com/wizard-of-oz-movies-surprising-amount/>
- Barthes, R. (1977). *The Death of the Author*. Image, Music, Text, 142-148.
- Baylis, J. (1999, August 29). *Invasion of Pokemon*. Retrieved from The Washington Post:  
<https://www.washingtonpost.com/archive/business/1999/08/29/invasion-of-pokemon/6362bbf5-c6ab-4bc1-a9e1-6b99e982e737/>
- Berceanu, A. (2023). *CERCETAREA ARTISTICĂ. Practici și metode*. Cluj-Napoca: PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ.
- Bernardo, N. (2010). *About*. Retrieved from #NunoBernardo: <https://nunobernardo.com/about/>

- Bernardo, N. (2011). *The Producer's Guide to Transmedia: How to Develop, Fund, Produce and Distribute Compelling Stories Across Multiple Platforms*. London: beActive Books.
- Bertetti, P. (2019). *Transmedia Archaeology. Narrative Expansions across Media Before the Age of Convergence*. In M. Freeman, & R. Rampazzo Gambarato, *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 369-380). New York & London: Routledge.
- Biskind, P. (1999). *Easy Riders, Raging Bulls: How the Sex-Drugs-and-Rock 'N' Roll Generation Saved Hollywood*. New York: Simon & Schuster.
- Booker, C. (2006). *The Seven Basic Plots - Why We Tell Stories*. New York: Continuum.
- Bowles, S. (2014, July 13). 'Blair Witch Project': Still a legend 15 years later. Retrieved from USA Today: <https://eu.usatoday.com/story/life/movies/2014/07/13/blair-witch-project-15th-anniversary-classic-legend/10707409/>
- Brahic, C. (2014, December 3). *Shell 'art' made 300,000 years before humans evolved*. Retrieved from New Scientist: <https://www.newscientist.com/article/mg22429983-200-shell-art-made-300000-years-before-humans-evolved/>
- brown, a. m. (2017). *Emergent Strategy: Shaping Change, Changing Worlds*. Chico: AK Press.
- Browning, J. E., & Picart, C. J. (2011). *Dracula in visual media : film, television, comic book and electronic game appearances, 1921-2010*. Jefferson: McFarland & Co.
- Burton, P. (2023, August 16). 'Pubulis Enigma': Pink Floyd's greatest marketing ploy. Retrieved from Far Out Magazine: <https://faroutmagazine.co.uk/pubulis-enigma-pink-floyd-greatest-marketing-ploy/>
- Clark, B. (2011, May 1). *Reclaiming Transmedia Storyteller*. Retrieved from Facebook: [https://www.facebook.com/notes/2147949295337977/?notif\\_t=like](https://www.facebook.com/notes/2147949295337977/?notif_t=like)
- Cloud, J. (2002, January 25). *Star Trek Inc*. Retrieved from Time: <https://time.com/archive/6956419/star-trek-inc-2/>
- Clute, J., & Nicholls, P. (1995). *The Encyclopedia of Science Fiction*. New York: St Martins Pr.
- Coghlan, D., & Brydon-Miller, M. (2014). *The SAGE Encyclopedia of Action Research*. London: SAGE Publications.
- Consensus, C. (n.d.). *The Wizard of Oz*. Retrieved from Rotten Tomatoes: [https://www.rottentomatoes.com/m/the\\_wizard\\_of\\_oz\\_1939](https://www.rottentomatoes.com/m/the_wizard_of_oz_1939)
- Cook, D. (2011, March 06). *SXSW: What ARG Makers Can Learn from UI Designers*. Retrieved from DEE COOK | INTERACTIVE WRITER: <https://deecook.com/2011/03/06/co-host-and-contributor-workbook-project/>
- Cook, W. W. (1928). *Plotto: The Master Book of All Plots*. Berkeley: Ellis Publishing Company.

- Cooke, A. (2011, December 16). From the archive, 16 December 1966: *The death of Walt Disney - folk hero*. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/theguardian/2011/dec/16/from-the-archive-walt-disney-dies-1966>
- Couch, C. N. (2001). *The Yellow Kid and the Comic Page*. In R. Varnum, & C. T. Gibbons, *The Language of Comics. Word and Image* (pp. 60-74). Mississippi: University Press of Mississippi.
- Coudiere, B. (n.d.). *A short history of transmedia*. Retrieved from Point'n Think: <https://www.pointnthink.fr/en/a-short-history-of-transmedia/>
- Danciu, M., & Gaiță, L. (2018). *Cum a devenit Petrila o Planetă. De la activism la program de regenerare a patrimoniului prin inițiative culturale*. Arhitectura.
- De Waal, R. B. (1994). *The Universal Sherlock Holmes*. Ontario: George a Vanderburgh.
- Deja, A. (2022). *Walt Disney's The Jungle Book: Making a Masterpiece*. \*\*\*: Weldon Owen.
- Dena, C. (2004, May 2). *About*. Retrieved from Christy Dena's Field Notes From Earth: <https://www.christydena.com>
- Dena, C. (2006, January 6). *Writing Predictions for the Next Decade*. Retrieved from Cross-Media + Transmedia Entertainment: <http://www.cross-mediaentertainment.com/index.php/2006/01/06/writing-predictions-for-the-next-decade/>
- Dena, C. (2006, March 4). *Top ARGs, with stats*. Retrieved from Cross-Media Entertainment: <https://web.archive.org/web/20060420094207/http://www.cross-mediaentertainment.com/index.php/2006/03/04/top-args-with-stats/>
- Dena, C. (2007). *Patterns in Cross-Media Interaction Design: It's much more than a URL...* Proceedings of 1st International Conference on Crossmedia Interaction Design (pp. 4-10). Hemavan: \*\*\*.
- Dena, C. (2010, April 5). *PGA's Transmedia Producer!* Retrieved from Christy Dena's Field Notes From Earth: <https://www.christydena.com/2010/04/pgas-transmedia-producer/>
- Devidas, A. (2004, October 18). *Halo 2: Remember the Bees*. Retrieved from IGN: <https://web.archive.org/web/20041021003835/http://xbox.ign.com/articles/558/558097p1.html>
- Diaconu, M. (2018, October 14). *Gheorghe Marinescu realizează în 1898 primul film științific din lume. Are recunoașterea lui Lumière*. Retrieved from Cunoaște Lumea: <https://www.cunoastelumea.ro/gheorghe-marinescu-realizeaza-in-1898-primul-film-stiintific-din-lume-are-recunosaterea-lui-lumiere-video/>

- Douglas-Fairhurst, R. (2015, March 20). *Alice in Wonderland: the never-ending adventures*. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/books/2015/mar/20/lewis-carroll-alice-in-wonderland-adventures-150-years>
- Drăgulinescu, O., Călinescu-Hodoiu, I., Șerban, I., Ciobanu, A. M., & Niță, A. (2024, May 27). *De vorbă cu femeile care țin în viață Muzeul Abandonului, un proiect de vindecare socială*. (A. Mihăescu, Interviewer)
- Durand, T. (n.d.). *Sinopsis (longer)*. Retrieved from Pregoneros De Medellin: <https://pregonerosdemedellin.com/#page/presskit/en>
- Ebert, R. (1999, June 28). *Star Wars (Episode IV: A New Hope)*. Retrieved from RogerEbert.com: <https://www.rogerebert.com/reviews/great-movie-star-wars-episode-iv-a-new-hope-1977>
- Eder, D., & Holyan, R. (2010). *Life Lessons through Storytelling*. Bloomington: Indiana University Press.
- Emerson, J. (2008, June 3). *How 'Star Wars' Shook the World (As We Know It)*. Retrieved from MSN Movies: [https://web.archive.org/web/20080603125329/http://entertainment.msn.com/movies/starwars\\_2](https://web.archive.org/web/20080603125329/http://entertainment.msn.com/movies/starwars_2)
- Emrich, L. (2024). *Transmedia Shakespeare*. In E. Finn, B. Beard, J. Eschrich, & R. Wylie, *Imagining Transmedia* (pp. 221-252). Massachusetts: The MIT Press.
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television. Audiences, New Media, and Daily Life*. New York: Routledge.
- Eyles, A. (1986). *Sherlock Holmes: A Centenary Celebration*. London: John Murray Publishers.
- Falkner, D. (2018, November 30). *The Wizard of Oz most 'influential' film of all time according to network science*. Retrieved from BMC, research in progress : <https://www.biomedcentral.com/about/press-centre/science-press-releases/30-11-18#:~:text=Who%20we%20are-,The%20Wizard%20of%20Oz%20most%20'influential'%20film%20of%20all%20time,access%20journal%20Applied%20Network%20Science>.
- Finkle, N. (2010, April 5). *Producers Guild Of America Agrees On New Credit: "Transmedia Producer"* Retrieved from Deadline: <https://deadline.com/2010/04/producers-guild-of-america-vote-on-creation-of-new-credit-transmedia-producer-30751/>
- Finn, E. (2024, April 22). *It's All Transmedia Now*. Retrieved from Pop Junctions: <https://henryjenkins.org/blog/2024/4/17/its-all-transmedia-now>
- Finn, E., Beard, B., Joey, E., & Wylie, R. (2024). *Introduction to Imagining Transmedia*. In E. Finn, B. Beard, J. Eschrich, & R. Wylie, *Imagining Transmedia* (pp. 1-15). Massachusetts: MIT Press.

- Fisher, W. (1984). *Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument*. Communications Monographs, 1-22.
- Gasque, T. (2024). *Emergent Transmedia*. In E. Finn, B. Beard, J. Eschrich, & R. Wylie, *Imagining Transmedia* (pp. 367-391). Massachusetts: MIT Press.
- Gaudenzi, S. (2013). *The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*. London: Goldsmiths.
- Gifreu, A. (2011). *The Interactive Documentary. Definition Proposal and Basic Features of the New Emerging Genre*. McLuhan Galaxy Conference (pp. 378-388). Barcelona: Editorial Universidad Oberta de Catalunya.
- Gifreu, A. (2024, October 23). *Transmedia Non-Fiction - An Interview with Arnau Gifreu*. (A.-L. Bulibasa, Interviewer)
- Goldstein, H. (2004, November 4). *Countdown to Halo 2: Entering the Beehive*. Retrieved from IGN:  
<https://web.archive.org/web/20041107040035/http://xbox.ign.com/articles/563/563635p1.html>
- Gomez, J. (2017, May 22). *Superpositioning*. Retrieved from Collective Journey:  
<https://blog.collectivejourney.com/superpositioning-fef1e10ff24c>
- Gomez, J. (2024, August 19). *An Interview with Jeff Gomez*. (A. Bulibasa, Interviewer)
- Gorey, C. (2014, January 6). *It came from CERN: Collider to hit screens 10 January*. Retrieved from Silicon Republic: <https://www.siliconrepublic.com/trending/it-came-from-cern-collider-to-hit-screens-10-january>
- Greene, D., & Martin, D. (1977). *The Oz Scrapbook*. New York: Random House.
- Griggs, B. (2011, May 9). *The Commodore 64, that '80s computer icon, lives again*. Retrieved from CNN Tech:  
<http://www.cnn.com/2011/TECH/gaming.gadgets/05/09/commodore.64.reborn/>
- Gurfinkel, J. (2010, May 25). *Your Life Is A Transmedia Experience*. Retrieved from Social-Creature.com: <http://social-creature.com/your-life-is-a-transmedia-experience>
- Hawkes, R. (2016, July 25). *Why did the world think The Blair Witch Project really happened?*. Retrieved from The Telegraph: <https://www.telegraph.co.uk/films/2016/07/25/why-did-the-world-think-the-blair-witch-project-really-happened/>
- Hewitt, K. (2012, August 23). *How to win the kid v. veggies battle*. Retrieved from The Globe and Mail:  
<http://m.theglobeandmail.com/life/parenting/how-to-win-the-kid-v-veggies-battle/article4267723/>

- Hilbert, M., & López, P. (2011). *The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information*. *Science*, 60-65.
- Howdle, C. (2013, May 7). *A whole new story world*. Retrieved from Stranger Collective: <https://stranger-collective.com/a-whole-new-story-world/>
- Huhtamo, E., & Parikka, J. (2011). *Media Archaeology. Approaches, Applications, and Implications*. Los Angeles: University of California Press.
- Hutcheon, L. (2006). *A Theory of Adaptation*. New York: Routledge.
- Ishihara, T. (2023, March 28). *The King Of Portable Toys*. (S. Iwata, Interviewer)
- Jagnow, R. (2014, February 24). *Rovers Return: reinventing the ARG with Extrasolar*. (D. Whitehead, Interviewer)
- Jaspers, K. (2021). *The Origin and Goal of History*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2001, June 1). *Convergence? I Diverge*. Retrieved from MIT Technology Review: <https://www.technologyreview.com/2001/06/01/235791/convergence-i-diverge/>
- Jenkins, H. (2002). *Interactive Audiences?* In D. Harries, *The New Media Book* (pp. 157-171). London: The British Film Institute.
- Jenkins, H. (2003, January 15). *Humans and Technology*. Retrieved from MIT Technology Review: <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009, December 12). *Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling*. Retrieved from Pop Junctions: Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More: [https://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html?rq=principles](https://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html?rq=principles)
- Jenkins, H. (2009, December 12). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling*. Retrieved from Pop Junctions: Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More: [https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html?rq=principles](https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html?rq=principles)
- Jenkins, H. (2010, June 21). *Transmedia Education: the 7 Principles Revisited*. Retrieved from Pop Junctions: Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More: [https://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia\\_education\\_the\\_7\\_pri.html?rq=principles](https://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html?rq=principles)
- Jenkins, H. (2010, May 20). *He-Man and the Masters of Transmedia*. Retrieved from POP JUNCTIONS REFLECTIONS ON ENTERTAINMENT, POP CULTURE, ACTIVISM,

MEDIA LITERACY, FANDOM AND MORE: [https://henryjenkins.org/blog/2010/05/he-man\\_and\\_the\\_masters\\_of\\_tran.html](https://henryjenkins.org/blog/2010/05/he-man_and_the_masters_of_tran.html)

Jenkins, H. (2011, July 31). *Transmedia 202: Further Reflections*. Retrieved from Pop Junctions: [https://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](https://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html)

Jenkins, H. (2013, October). *An Interview with Henry Jenkins by Ioana Mischie*. (I. Mischie, Interviewer)

Jenkins, H. (2015, December 22). *What We Talk About When We Talk about Star Wars*. Retrieved from Pop Junctions: <https://henryjenkins.org/blog/2015/12/what-we-talk-about-when-we-talk-about-star-wars.html?rq=star%20wars>

Jenkins, H. (2016, September 8). *In a World Without Star Trek...?* Retrieved from Pop Junctions: <https://henryjenkins.org/blog/2016/09/in-a-world-without-star-trek.html>

Jenkins, H. (2024). *Foreword: What We Mean by "Transmedia"*. In E. Finn, B. Beard, E. Joey, & R. Wylie, *Imagining Transmedia* (pp. ix-xx). Massachusetts: MIT Press.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York: NY: New York University Press.

Johnson, H. (2011, March 16). *The Risks and Rewards of Transmedia Fiction and Alternate Reality Games*. Retrieved from Publishing Perspectives: <https://publishingperspectives.com/2011/03/transmedia-and-alternate-reality-game-marketing/>

Johnson, L. (n.d.). *8 things I learned making Extrasolar*. Retrieved from Memory Insufficient: <https://meminsf.silverstringmedia.com/ownership/8-things-i-learned-making-extrasolar/>

Kennedy, M. (2017, September 3). *Winnie-the-Pooh heads to V&A for big winter exhibition*. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/books/2017/sep/03/winnie-the-pooh-heads-to-va-for-big-winter-exhibition>

Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games*. Los Angeles: UNIVERSITY OF CALIFORNIA PRESS .

Kinder, M. (2015, March 09). *Wandering Through the Labyrinth: An Interview with USC's Marsha Kinder* (Part Two). (H. Jenkins, Interviewer)

Kinder, M., & McPherson, T. (2014). *PREFACE Origins, Agents, and Alternative Archaeologies*. In M. Kinder, & T. McPherson, *Transmedia Frictions: The Digital, the Arts, and the Humanities* (pp. xiii-xvii). California: University of California Press.

Klastrup, L., & Tosca, S. (2004). *Transmedial Worlds - Rethinking Cyberworld Design*. 2004 International Conference on Cyberworlds (pp. 409-416). Tokyo: IEEE.

- Klastrup, L., & Tosca, S. (2019). *Transmedial Worlds in Everyday Life: Networked Reception, Social Media, and Fictional Worlds*. New York: Routledge.
- Knight, S. (2023, November 18). *The Iconic Mickey Mouse Celebrates his 95th Birthday: A Look at his Cultural Impact and Enduring Legacy*. Retrieved from Medium: <https://medium.com/@ShamarieKnight/the-iconic-mickey-mouse-celebrates-his-95th-birthday-a-look-at-his-cultural-impact-and-enduring-8d66495450e3>
- Kohler, C. (2004). *Power-Up: How Japanese Video Games Gave the World an Extra Life*. BradyGames.
- Kung, M. (2011, January 20). *Sundance 2011: Lance Weiler Brings A 'Pandemic' to Park City*. Retrieved from The Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/BL-SEB-60078>
- Lammle, R. (2015, June 27). *The Complete History of Teenage Mutant Ninja Turtles*. Retrieved from Mental Floss: <https://www.mentalfloss.com/article/30862/complete-history-teenage-mutant-ninja-turtles>
- LaSalle, M. (2009, October 30). *Thoughts on 'The Wizard of Oz' at 70*. Retrieved from SFGATE: <https://www.sfgate.com/movies/article/Thoughts-on-The-Wizard-of-Oz-at-70-3213164.php>
- Lintelman, R. (2010, June 7). *The Technicolor world of Oz*. Retrieved from National Museum of American History: <https://americanhistory.si.edu/blog/2010/06/the-technicolor-world-of-oz.html>
- Long, G. (2007). *Transmedia Storytelling Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. [MASTER THESIS IN COMPARATIVE MEDIA STUDIES]. Massachusetts.
- Long, G. (2018). *About*. Retrieved from Geoffrey Long: <http://www.geoffreylong.com/about/index.php>
- Long, T. (2012, December 26). *Dec. 26, 1982: Time's Top Man? The Personal Computer*. Retrieved from Wired: <https://www.wired.com/2012/12/dec-26-1982-times-top-man-the-personal-computer/#:~:text=1982%3A%20The%20personal%20computer%20is,has%20bestowed%20annually%20since%201927>.
- Lott, T. (2008). *The Internet is Proving that 200 Heads are Better than One*. Sunday Telegraph, 42.
- Macaulay, S. (2010, April 6). *PGA: TRANSMEDIA PRODUCERS HAVE ARRIVED*. Retrieved from Filmmaking: <https://filmmakermagazine.com/6673-pga-transmedia-producers-have-arrived/>

- MacFall, R. (1956, May 13). *He Created 'THE WIZARD'*. Chicago: Chicago Tribune. Retrieved from: <https://webcitation.org/5uZYJbv6d?url=http://image2.newsbank.com/img-ctha/clip/1956/05/13/19560513C007270011100013.pdf>
- Macgregor, J. (2021, August 22). *What 'dead' genre deserves a comeback?* Retrieved from PC Gamer: <https://www.pcgamer.com/what-dead-genre-deserves-a-comeback/>
- MacIntyre, A. (1981). *After Virtue. A Study in Moral Theory*. London: Gerald Duckworth & Co. Ltd.
- Manovich, L. (2015). *CINEMA AS A CULTURAL INTERFACE*. International Journal of Transmedia Literacy, 221-251.
- Markstein, D. (2000). *The Yellow Kid*. Retrieved from Toonopedia. A Vast Repository of Toonological Knowledge : <https://toonopedia.com/yellow.htm>
- Markstein, D. (2001). *Ally Sloper*. Retrieved from Toonopedia - A Vast Repository of Toonological Knowledge: <https://toonopedia.com/sloper.htm>
- MasterClass. (2021, August 23). *What Is Intertextuality? How to Apply Literary Inspiration to Your Writing*. Retrieved from MasterClass: <https://www.masterclass.com/articles/how-to-apply-literary-inspiration-to-your-writing>
- Matheny, J. (2013, September 14). *The rise of the ARG*. (C. McMahon, Interviewer)
- May, G. (2011, March 21). *Your mom is Transmedia (updated)*. Retrieved from 4D Fiction: <https://4dfiction.com/2011/03/your-mom-is-transmedia/>
- Maynard, R. (1971). *The Celluloid Curriculum: How to Use Movies in the Classroom*. Michigan: Hayden Book Co.
- McHugh Yeager, M. (2024). *Transmedia, Tech, and Culture*. In E. Finn, B. Beard, J. Eschrich, & R. Wylie, *Imagining Transmedia* (pp. 15-41). Massachusetts: MIT Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McMahon, C. (2013, September 14). *The Rise of the ARG*. Retrieved from GamesTM: <https://josephmatheny.com/wp-content/uploads/2013/05/games-arg1.pdf>
- McNary, D. (2002, June 18). *PGA uploads New Media Council*. Retrieved from Variety: <https://variety.com/2002/biz/news/pga-uploads-new-media-council-1117868691/>
- Miller, D. (2024, April 25). *10 Years Ago Today, Star Wars Made The Biggest Continuity Change In Its 47-Year History: Canon, Expanded Universe, & Legends Explained*. Retrieved from Screen Rant: <https://screenrant.com/star-wars-canon-legends-expanded-universe-explained/>
- Mir, A. (2024). *Digital Future in the Rearview Mirror: Jaspers' Axial Age and Logan's Alphabet Effect*. Toronto: Popular Media Ecology.

- Mischie, I. (2025, September 19). An Interview with Ioana Mischie. (A. Bulibaşa, Interviewer)
- Mischie, I. (2019). *IMPACTUL TRANSMEDIA ASUPRA CINEMATOGRAFULUI: O NOUĂ AVANGARDĂ IMERSIVĂ CONTEMPORANĂ*. UNATC Bucureşti. Bucharest, Romania.
- Mischie, I. (2022). *Cinema Infinit*. Bucharest: UNATC Press.
- Mischie, I. (2023, June 25). *Tangible Utopias: An Interview with Ioana Mischie*. (E. Salvaggio, Interviewer)
- Mischie, I. (2024, April 23). *Transmedia Crosstalk: Terra Gasque and Ioana Mischie*. (B. Beard, Interviewer)
- Mischie, I. (2024). *Tangible Utopias: Omni-Transmedia and Civic Imagination*. In E. Finn, B. Beard, J. Eschrich, & R. Wylie, *Imagining Transmedia* (pp. 391-417). Massachusetts: MIT Press.
- Mocan, R. (2017). *Paradigme critice în performance-ul digital interactiv*. Cluj-Napoca: PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ.
- Molina, B. (2016, July 12). *'Pokémon Go' beating Facebook, Tinder and Snapchat*. Retrieved from USA Today: <https://eu.usatoday.com/story/tech/gaming/2016/07/12/chart-more-time-spent-pokmon-go-than-instagram-snapchat/86982096/>
- Moore, D. (n.d.). *ALLY SLOPER - FRIEND OF MAN*. Retrieved from The Magic Lantern: <https://www.magiclantern.org.uk/the-magic-lantern/pdfs/4010557a.pdf>
- Morris, C. (2001, December 19). *Innovation at risk?* Retrieved from CNNmoney: [https://web.archive.org/web/20040215192152/http://money.cnn.com/2001/12/19/technology/column\\_gaming/](https://web.archive.org/web/20040215192152/http://money.cnn.com/2001/12/19/technology/column_gaming/)
- Murrian, S. R. (2024, November 14). *We Ranked the 52 Best Animated Movies of All Time, From 'Snow White' to 'Soul'*. Retrieved from Parade: <https://parade.com/554753/samuelmurrian/the-20-greatest-animated-films-of-all-time/>
- News, G. W. (2012, May 14). *Sherlock Holmes awarded title for most portrayed literary human character in film & TV*. Retrieved from Guinness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2012/5/sherlock-holmes-awarded-title-for-most-portrayed-literary-human-character-in-film-tv-41743>
- Nieuwdorp, E. (2007). *The pervasive discourse: an analysis*. Computers in Entertainment (CIE).
- O'Flynn, S. (2012). *Documentary's metamorphic form: Webdoc, interactive, transmedia, participatory and beyond*. *Studies in Documentary Film*, 141-157.
- Paul, C. (2008). *Digital Art*. London: Thames & Hudson.

- Phillips, A. (2009, January 13). *WTF is an ARG? 2009 Edition*. Retrieved from Deus Ex Machinatio: <https://deusexmachinatio.com/blog/2009/1/13/wtf-is-an-arg-2009-edition.html>
- Phillips, A. (2010, August 4). *Transmedia Artists Guild*. Retrieved from Deus Ex Machinatio: <https://deusexmachinatio.com/blog/2010/8/4/transmedia-artists-guild.html>
- Phillips, A. (2013, May 6). *WTF is Transmedia? (2013)*. Retrieved from Deus Ex Machinatio: <https://deusexmachinatio.com/blog/2013/5/6/wtf-is-transmedia-2013.html>
- Phillips, A. (2022, December 7). *WTF is Transmedia? 2022 Edition*. Retrieved from Deus Ex Machinatio: <https://deusexmachinatio.com/blog/5w1ght502ga9pbrsqimlql5ndfmqje>
- Powers, A. (2007, April 17). *Nine Inch Nails creates a world from 'Year Zero'*. Retrieved from Los Angeles Times: <https://web.archive.org/web/20070625205704/http://www.calendarlive.com/music/reviews/la-et-nails17apr17,0,817496.story?coll=cl-albumreviews>
- Pratten, R. (2011). *Getting Started with Transmedia Storytelling*. \*\*\*: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Prescott, P. (2010). *Shakespeare and popular culture*. In M. De Grazia, & S. Wells, *The New Cambridge Companion to Shakespeare* (pp. 269-284). Cambridge: Cambridge University Press.
- Price, L. M. (2010). *Previous Experience*. Retrieved from Melissa Lee Price: [http://www.mystery-productions.com/mvita\\_previous\\_experience.html](http://www.mystery-productions.com/mvita_previous_experience.html)
- Proctor, W. (2019). *Transmedia Comics. Seriality, Sequentiality, and the Shifting Economies of Franchise Licensing*. In M. Freeman, & R. Gambarato Rampazzo, *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 101-114). New York: Routledge.
- Provost, R. (2023, March 5). *Star Wars Special Effects — How Lucas & ILM Changed the Game*. Retrieved from Studio Binder: <https://www.studiobinder.com/blog/star-wars-special-effects/>
- Radyk. (2019, July). *Narratives of Actuality in Early Twentieth Century Film and Literature*. Retrieved from Hyperborea: <https://www.hyperborea-labtis.org/es/paper/narratives-actuality-early-twentieth-century-film-and-literature-140>
- Ranke, K. (1967). *Kategorienprobleme der Volksprosa*. *Fabula*, 4-12.
- Reimer, J. (2005, December 15). *Total share: 30 years of personal computer market share figures*. Retrieved from Ars Technica: <https://arstechnica.com/features/2005/12/total-share/>
- Rogers, J. (2008, May 14). *Sofia's Diary given peakttime slot*. Retrieved from Broadcast: <https://www.broadcastnow.co.uk/sofias-diary-given-peakttime-slot/1335541.article>

- Rossis, N. C. (2023, August 17). *The 1960s: A Golden Age for Science Fiction*. Retrieved from Nicholas C. Rossis ~ Award-winning, dream-protecting author: <https://nicholasrossis.wordpress.com/2023/08/17/the-1960s-a-golden-age-for-science-fiction/>
- Rothstein, E. (1996, February 19). *Netrunner: Hacking With a Shuffled Deck*. Retrieved from The New York Times: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/library/cyber/techcol/0219techcol.html>
- Sabin, R. (2003). *Ally Sloper: The First Comics Superstar? History and Theory of the Graphic Novel special section IAWIS conference, Hamburg 2002*. Hamburg: Image & Narrative.
- Schneider, J., & Kortuem, G. (2001). *How to Host a Pervasive Game: Supporting Face-to-Face Interactions in Live-Action Roleplaying. Designing Ubiquitous Computing Games Workshop at UbiComp*, (pp. 1-6). Atlanta, Georgia.
- Scolari, A. C. (2025, March 3). *From Transmedia to Immersive Worlds: An Interview with Dr. Carlos A. Scolari on the Evolution of Media and the Future of Storytelling*. (R. Frade, Interviewer)
- Scolari, C. (2019). *Transmedia Is Dead. Long Live Transmedia! (Or Life, Passion and the Decline of a Concept)*. LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada, 69-92.
- Scolari, C. A. (2014). *Don Quixote of La Mancha: Transmedia Storytelling in the Grey Zone*. *International Journal of Communication* 8, 2382–2405.
- Scolari, C., Bertetti, P., & Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. New York: Palgrave Macmillan.
- Scott, S. (2013, December 16). Cicada 3301: *The most elaborate and mysterious puzzle of the internet age*. Retrieved from Metro: <https://metro.co.uk/2013/12/16/cicada-3301-the-most-elaborate-and-mysterious-puzzle-of-the-internet-age-4229892/>
- Stacey, S. (2006, November 10). *Undefining ARG*. Retrieved from Unifiction: <https://www.unifiction.com/compendium/2006/11/10/undefining-arg/>
- Staffans, S. (2024, April 10). *The AI Precipice*. Retrieved from Evolving Media: <https://simonstaffans.com/2024/04/10/the-ai-precipice/>
- Staffans, S. (2023, April 15). *Revolutionising transmedia through AI*. Retrieved from Evolving Media: <https://simonstaffans.com/2023/04/15/revolutionising-transmedia-through-ai/>
- Stamp, J. (2012, July 18). *The Mystery of 221B Baker Street*. Retrieved from Smithsonian Magazine: <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/the-mystery-of-221b-baker-street-3608784/>
- Stanley, I. (2023, December 31). *The business of Mickey Mouse: How Disney's original creation has helped company reach its \$171 billion worth over 95 years as character's copyright expires*

- in January. Retrieved from DailyMail.com: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-12877237/Mickey-Mouse-worth-Disney-creation-century-business.html>
- Sutherland, J. (n.d.). *Sherlock Holmes, the world's most famous literary detective*. Retrieved from British Library: <https://web.archive.org/web/20170628192901/http://www.bl.uk/romantics-and-victorians/articles/arthur-conan-doyle-the-creator-of-sherlock-holmes-the-worlds-most-famous-literary-detective>
- Swartz, M. E. (2000). *Oz Before the Rainbow*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Thompson, B. (2010). Retrieved from X.com: <https://x.com/imbri/status/11695252798>
- Thompson, K., & Bordwell, D. (2009, August 19). *Observations on film art*. Retrieved from David Bordwell's website on cinema: <https://www.davidbordwell.net/blog/2009/08/19/now-leaving-from-platform-1/>
- Tobias, R. B. (1993). *20 Master Plots (And How to Build Them)*. Cincinnati: Writer's Digest Books.
- Townsend, J. R. (1996). *Written for Children: An Outline of English-Language Children's Literature*. London: Scarecrow Press.
- Țuțui, M. (2011). *O scurta istorie a filmului românesc. A Short History of Romanian Cinema*. Bucharest: Noi Media Print.
- Up, T. (2019, February 22). *Interview: Time's Up – Laboratory for the Construction of Experimental Situations*. (\*\*\*, Interviewer)
- Uri, J. (2019, June 3). *50 Years of NASA and Star Trek Connections*. Retrieved from NASA: <https://www.nasa.gov/history/50-years-of-nasa-and-star-trek-connections/>
- Van der Heijden, A. (2020). *Trench Trilogy - A Case Study*. Tilburg: 25TDTTPO.
- Vos, J. (2019, January 17). *Banditø immersive experience*. Retrieved from Medium: <https://medium.com/resn/bandit%C3%B8-immersive-experience-f258361dead3>
- Waite, J. (2006, November 26). *Project MU Archives Book Released*. Retrieved from ARGNet: <https://www.argn.com/tag/metacortechs/>
- Walker, L. (2024, April 9). *Reaching for the stars? How merchandising became the film industry's golden ticket*. Retrieved from CITMA - The Chartered Institute of Trade Mark Attorneys: <https://www.citma.org.uk/resources/reaching-for-the-stars-how-merchandising-became-the-film-industry-s-golden-ticket-blog.html#:~:text=Star%20Wars%20was%20set%20to,all%20merchandising%20and%20sequel%20rights.>

- Whitehead, D. (2014, February 24). *Rovers Return: reinventing the ARG with Extrasolar*. Retrieved from EuroGamer: <https://www.eurogamer.net/rovers-return-reinventing-the-arg-with-extrasolar>
- Wolf, M. (2000, June 13). *Pokemon Movie Frenzy*. Retrieved from Daily Radar: [https://web.archive.org/web/20000613055906/http://www.dailyradar.com/features/game\\_feature\\_page\\_31\\_1.html](https://web.archive.org/web/20000613055906/http://www.dailyradar.com/features/game_feature_page_31_1.html)
- Wolf, M. J. (2012). *Building Imaginary Worlds: The Theory and History of Subcreation*. New York: Routledge.
- Wolf, M. J. (2019). *Transmedia World-Building. History, Conception, and Construction*. In M. Freeman, & R. Rampazzo Gambarato, *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 214-222). New York & London: Routledge.
- Yambar, C. (2020, February 23). *Cartoonist, writer bring back iconic comic 'The Yellow Kid'*. (M. Pickles, Interviewer)
- Zamfirache, C. (2024, September 20). *România, țara copiilor abandonati. Motivele pentru care mamele își părăsesc copiii încă de la naștere*. Retrieved from Adevărul: <https://adevarul.ro/stiri-interne/societate/romania-tara-copiilor-abandonati-motivele-pentru-2389159.html>
- Ziolkowski, T. (2011). *Gilgamesh among Us: Modern Encounters with the Ancient Epic*. New York: Cornell University Press.