



**Rute Micaela Ribeiro  
Martins Augusto**

**Narrativas transmedia: novas formas de contar e  
entender histórias**



**Rute Micaela Ribeiro  
Martins Augusto**

**Narrativas transmedia: novas formas de contar e  
entender histórias**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria João Lopes Antunes, Professora auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro



Aos mais pequenos da família, por me lembrarem, todos os dias, que a saudade é sinónimo de tudo o quanto nos faz felizes.

## **o júri**

presidente

**Prof<sup>o</sup>. Doutor Vania Baldi**  
professor auxiliar da Universidade de Aveiro

**Prof<sup>a</sup>. Doutora Anabela Branco de Oliveira**  
professora auxiliar da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

**Prof<sup>a</sup>. Doutora Maria João Lopes Antunes**  
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

## agradecimentos

Se há algo que aprendi ao longo dos últimos anos e que o desenvolvimento desta dissertação me permitiu recordar, é que boas histórias têm algo em comum: personagens ainda melhores. Talvez por essa razão me pareça tão estranho limitar a esta pequena secção todas as palavras de agradecimento que tenho vindo a colecionar. Estou longe de ser uma contadora de histórias exímia, mas tive o privilégio de ter ao meu lado as melhores personagens, os melhores profissionais e os melhores amigos para fazer este enredo funcionar. Por esta razão, sou e serei sempre grata.

Segue o meu reconhecimento sincero a todos os quanto tornaram possível a concretização desta investigação:

À Dra. Maria João Lopes Antunes, orientadora e mentora, pela presença constante, mestria, palavras sábias e confiança;

A todos e cada um dos alunos do 4º ano da Escola EB1 de Vila do Bispo, pela dedicação, educação, capacidade de criar e sorrir;

À Tânia e ao Nuno Silvestre, pelo carinho, motivação e ajuda incessantes a cada passo desta jornada;

Ao Jaime, à Joana, ao André, à Anita e à Nicole, por me concederem o privilégio de os ter como braço direito e companheiros de viagem;

À Gabriela Marques, pela ilustração que deu vida ao projeto;

À Carla Augusto, pelas horas infindáveis, certezas, paciência e orientação;

Ao José Pedro, por ter sido refúgio e amor;

E porque não estaria aqui se não fosse por eles e porque não seria o que sou se eles não fossem parte de mim, o meu maior agradecimento pertence à minha família: ao Papá, por ser o meu copiloto e alento; à Mamã, por ser bondade e aconchego; às manas e ao mano, que com a sua ternura e carinho imensuráveis, me ensinam como cada dia pode ser um milagre. Obrigada pelo afeto, pela sabedoria e constância.

**palavras-chave**

Narrativas transmedia, convergência, novos *media*, projeto transmedia.

**resumo**

O presente estudo tem como propósito conhecer quais as estratégias transmedia que melhor podem servir a adaptação de um conto literário, destinado ao público infantojuvenil, tendo por base a concretização e avaliação de um projeto transmedia, que enfatize as potencialidades de uma narrativa assente na convergência de meios e plataformas, para a transmissão de uma história a crianças e jovens adolescentes. Numa atualidade marcada por gerações com elevada literacia digital, e pela propagação de projetos que se expandem através de diferentes linguagens e múltiplos meios, as narrativas transmedia surgem como ferramentas singulares para a transmissão criativa de conteúdos, a um público que encontra nas tecnologias um meio apelativo e familiar de acesso à informação e ao conhecimento.

A metodologia adotada para a investigação é de natureza qualitativa e materializou-se numa análise de projetos transmedia na área da ficção e no planeamento, desenvolvimento e avaliação de uma narrativa transmedia baseada na obra de Sophia de Mello Breyner Andresen - "A Menina do Mar". O estudo tornou evidente o potencial das narrativas transmedia no contexto pedagógico e concluiu que as estratégias transmedia que melhor podem servir a adaptação de um conto literário destinado ao público infantojuvenil, são aquelas que melhor se adequam à história e aos recursos disponíveis, para alcançar uma experiência inovadora e inteiramente adaptada ao público-alvo.

**keywords**

Transmedia storytelling, convergence, new media, transmedia project.

**abstract**

The purpose of this study is to know which transmedia strategies can best serve the adaptation of a literary tale aimed at children and adolescents, supporting it through the elaboration and evaluation of a transmedia project that emphasizes the qualities of a narrative based on the convergence of means and platforms for storytelling. Nowadays, we feature the growth of generations with high digital literacy and the dissemination of projects that expand throughout different languages and multiple means. Transmedia storytelling appears as a unique tool for the creative transmission of contents to an audience that discovers in technology an appealing and familiar way to access information and knowledge.

The adopted research methodology for this study is of qualitative nature, materialized in an analysis of fictional transmedia projects as well as in the planning, development and evaluation of a transmedia storytelling based on the work of Sophia de Mello Breyner Andresen - "A Menina do Mar".

The study has been made evident the potential of transmedia narratives in the educational context and concluded that the transmedia strategies that can best serve the adaptation of a literary tale aimed at children and adolescents are those that best fit the story and the available resources in order to achieve an innovative transmedia experience that is fully adapted to the target audience.

# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| Introdução .....   | 11 |
| Capítulo I.....  | 15 |
| 1. Os novos <i>media</i> : da compreensão à aplicação.....                       | 15 |
| 1.1. Os <i>media</i> e o paradigma da revolução digital .....                    | 15 |
| 1.2. Novos <i>media</i> : da definição às particularidades .....                 | 18 |
| 1.3. A convergência dos <i>media</i> e as narrativas transmedia .....            | 22 |
| Capítulo II.....   | 26 |
| 2. Narrativas transmedia e projetos transmedia na área da ficção.....            | 26 |
| 2.1. A origem do conceito.....   | 27 |
| 2.2. Características e princípios .....  | 32 |
| 2.3. Contextos e vantagens de utilização .....                                   | 35 |
| 2.4. Desenvolver uma narrativa transmedia: passos e componentes .....            | 38 |
| 2.5. Projetos transmedia na área da ficção .....                                 | 40 |
| Capítulo III.....  | 49 |
| 3. Metodologia de investigação .....   | 49 |
| 3.1. A obra.....   | 52 |
| 3.2. Os participantes do estudo.....   | 53 |
| 3.3. Processo de recolha de dados .....  | 54 |
| Capítulo IV.....   | 56 |
| 4. Desenvolvimento do projeto: “A menina do mar   Uma aventura transmedia”<br>56 |    |
| 4.1. As etapas de desenvolvimento do projeto.....                                | 59 |
| 4.2. A estratégia transmedia.....  | 70 |
| Capítulo IV.....   | 71 |
| 5. Análise e discussão de dados .....  | 71 |
| 5.1. Primeiro momento   Contacto com o projeto .....                             | 72 |
| 5.2. Segundo momento   As questões.....  | 74 |
| 5.3. A entrevista .....  | 77 |
| 5.4. Cruzamento de discussão dos dados.....                                      | 81 |
| Conclusão .....  | 88 |

|  |     |
|--|-----|
| Considerações finais .....   | 88  |
| Limitações ao estudo .....   | 91  |
| Perspetivas de trabalho futuras.....                                       | 93  |
| Referências .....  | 96  |
| Anexos .....   | 99  |
| Anexo 1   Pedido de participação na avaliação de Projeto de Dissertação... | 99  |
| Anexo 2   Guião <i>Focus Group</i> .....                                   | 100 |
| Anexo 3   Guião da Entrevista.....   | 101 |
| Anexo 4   Guião técnico para as curtas-metragens.....                      | 102 |
| Anexo 5   Transcrição do <i>focus group</i> .....                          | 103 |
| Anexo 6   Transcrição da entrevista .....                                  | 108 |
| Anexo 7   Nota apreciativa do projeto.....                                 | 112 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1:</b> Distinção entre o uso tradicional dos media e a aplicação da<br>estratégia transmedia .....  | 32 |
| <b>Figura 2:</b> A origem das espécies transmedia segundo Scolari (2013) .....                                | 36 |
| <b>Figura 3:</b> Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso The Matrix ....<br>.....             | 42 |
| <b>Figura 4:</b> Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso Beat Girl... 44                      |    |
| <b>Figura 5:</b> Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso Cathy's Book<br>.....                | 46 |
| <b>Figura 6:</b> Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso Star Wars .....<br>.....             | 48 |
| <b>Figura 7:</b> Sintetização do projeto transmedia proposto .....  | 56 |
| <b>Figura 8:</b> Galeria de imagens relativa à curta-metragem “Ele, o início”.....                            | 59 |
| <b>Figura 9:</b> Galeria de imagens relativa à curta-metragem “A ausência”. .....                             | 59 |
| <b>Figura 10:</b> Galeria de imagens relativa a pós-produção dos podcast “A<br>promessa” e “A separação”..... | 62 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 11:</b> Galeria de imagens relativa às fases de desenvolvimento da banda desenhada.....           | 63 |
| <b>Figura 12:</b> Imagens ilustrativas do resultado final da banda desenhada “As coisas da terra”.....      | 64 |
| <b>Figura 13:</b> Galeria de imagens relativa à animação “A viagem”.....                                    | 65 |
| <b>Figura 14:</b> Galeria de imagens relativa às ilustrações “Ela, o início”. .....                         | 66 |
| <b>Figura 15:</b> Galeria de imagens relativa às ilustrações “A saudade”.....                               | 67 |
| <b>Figura 16:</b> Elementos da página WordPress do projeto “A menina do mar   Uma aventura transmedia”..... | 69 |
| <b>Figura 17:</b> Sintetização da estratégia transmedia utilizada no projeto-piloto...                      | 70 |
| <b>Figura 18:</b> Esquema de disposição e organização do espaço para a concretização do focus group.....    | 72 |

## ÍNDICE DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabela 1:</b> Etapas da metodologia de investigação .....                     | 49 |
| <b>Tabela 2:</b> Resultados do primeiro momento do focus group .....             | 73 |
| <b>Tabela 3:</b> Síntese das questões e respostas da sessão de focus group ..... | 75 |
| <b>Tabela 4:</b> Síntese das questões e respostas da entrevista .....            | 78 |
| <b>Tabela 5:</b> Cruzamento dos dados do focus group e da entrevista.....        | 82 |

## Introdução

O desenvolvimento progressivo das novas tecnologias e a evolução dos meios de comunicação não são um tópico recente. Talvez seja essa a razão pela qual continuam a ser centro de atenção e foco de investigação por parte de muitos estudiosos: a sua evolução é tão constante e atual que fica difícil não os classificar como um assunto incontornável no âmbito dos novos *media*, transversal às mais diversas áreas.

Presença assídua na vida e rotina de milhares de pessoas, as implicações dos novos *media* vão muito além do mapa social. Na realidade, a sua ascensão, aliada às potencialidades da *web*, surtiu efeitos tanto a nível económico como político e cultural.

Como explanado por Jenkins (2008 e 2006), hoje vive-se uma cultura de convergência, marcada pela interação entre velhos e novos *media* e pela diluição das barreiras que colocavam em dois grupos distintos o consumo e a produção mediática. Os novos *media*, fruto da evolução tecnológica e digital, potenciaram a emergência de novos géneros textuais e padrões de consumo, diferentes formatos de entretenimento, de criação, receção e alcance de informação e conteúdos. Acima de tudo, a sua implementação alterou, irrefutavelmente, a natureza da nossa relação com o mundo e com os outros.

Foram as gerações mais novas as mais condicionadas pelas mudanças induzidas pelos novos *media* e pela cultura de convergência. *“The generation, which is called as the digital natives, has been in relation with media since birth”* (Gürel e Tiğli, 2014, p.37), o que lhes permitiu desenvolver habilidades inigualáveis para lidar com o fluxo de histórias e informações dispersas por múltiplas fontes e plataformas, uma característica própria do processo de convergência.

Um estudo levado a cabo pela AVG Technologies<sup>1</sup>, no final de 2013, concluiu que o número de crianças com idade inferior a nove anos, capaz de usar aplicações em *smartphone* ou *tablet* e navegar na internet, aumentou 38% desde 2011. Com uma elevada literacia digital e acesso facilitado às novas tecnologias, é cada vez mais difícil prender este público a tudo o quanto é analógico ou, especificamente, a tudo o quanto não faça uso de ecrãs e se afaste das potencialidades do universo multimédia.

O fluxo de conteúdos através de diversas plataformas, a cooperação entre indústrias dos media e o comportamento migratório das audiências, apanágios da cultura de convergência, reuniram as condições ideais para a eclosão de estruturas peculiares de criação e divulgação de conteúdos.

Foi neste contexto que surgiram as narrativas transmedia, uma forma de relato que se expande através de múltiplos meios e plataformas de comunicação (Scolari, 2013) e que, em alguns casos, pressupõe a participação e envolvimento da audiência. A estratégia traduz-se, deste modo, em formas inovadoras de transmitir conteúdos, especialmente histórias, aos típicos consumidores dos novos *media*: ativos e voluntariosos. Para tal, recorre ao uso de diferentes sistemas de significação e tira proveito da panóplia de tecnologias e meios analógicos e digitais disponíveis.

De acordo com Hayati (2012), *“transmedia is an approach of both educational and creative importance as it presents children with multiple entry points to learning”* (Hayati, 2012, p.196). Assim, surge como ferramenta singular para transmissão de informação ao público infantojuvenil e pode mesmo manifestar-se como uma forma saudável e controlada de tirar proveito do seu conhecimento tecnológico, direcionando-o para formatos de aprendizagem mais originais e criativos. Isto acontece, porque as narrativas transmedia permitem a exposição a diferentes perspetivas de uma história, que promovem no seu público a

---

<sup>1</sup> Estudo lançado em 2014, com dados recolhidos entre novembro e dezembro de 2013, que contou com a colaboração de 6017 pais de dez países diferentes, relativamente à forma como as suas crianças usavam a internet e dispositivos *smart*. Informação acedida a 17 de dezembro de 2016: <http://now.avq.com/digital-abilities-overtake-key-development-milestones-for-todays-connected-children/>

propensão para procurar novos caminhos e novas respostas às suas questões (Gambarato e Dabagian, 2016, p.231).

### **Questão de investigação, finalidades e objetivos**

A presente dissertação dá ênfase às potencialidades que as estratégias transmedia podem ter quando aplicadas a um contexto literário destinado a crianças e adolescentes, que conta uma história através de um único sistema de significação (verbal) e meio (livro). Ao fazê-lo, pretende dar resposta à seguinte questão de investigação: que estratégias transmedia melhor podem servir a adaptação de um conto literário destinado ao público infantojuvenil?

A finalidade deste estudo consiste, assim, numa reflexão, fundamentada em autores da área, sobre os conceitos associados às narrativas transmedia, tendo em vista a adaptação de um conto literário a um projeto dessa natureza, seguindo as melhores práticas na área. A obra selecionada para o efeito é da autoria de Sophia de Mello Breyner Andresen - "*A menina do mar*" - e faz parte dos livros recomendados para leitura orientada na sala de aula, para alunos do 5º ano de escolaridade<sup>2</sup>.

Os objetivos da investigação traduzem-se nos seguintes pontos:

- Clarificar o conceito de transmedia, a sua origem e situações típicas de uso;
- Realizar um estado da arte relativo a projetos transmedia na área da ficção, destacando as estratégias utilizadas;
- Adaptar uma narrativa literária clássica (conto) a uma narrativa transmedia destinada ao público infantojuvenil.

Considerando a questão que orienta o estudo e o caráter exploratório do mesmo, a metodologia selecionada para este caso é de natureza qualitativa. O desenho metodológico está dividido em duas grandes partes: a primeira, intimamente vinculada ao enquadramento teórico, traduz-se numa análise de projetos

---

<sup>2</sup> A utilização da obra no contexto desta dissertação encontra-se devidamente autorizada pela Sociedade Portuguesa de Autores (SPA).

transmedia na área da ficção. Para o efeito foram selecionadas quatro obras - *The Matrix*, *Beat Girl*, *Cathy's Book* e *Star Wars* - tendo em consideração os meios utilizados na expansão da narrativa, o *timing* das plataformas (sequencial, simultâneo, paralelo ou não-linear), a caracterização da audiência (passiva ou ativa), o seu envolvimento no processo de expansão e a localização (online, offline ou geográfica). Os parâmetros de análise foram estabelecidos de acordo com os critérios definidos por Pratten (2011), relativamente aos componentes-chave de uma narrativa transmedia de entretenimento.

Por sua vez, a segunda etapa do desenho metodológico consiste no planeamento, concretização e avaliação da adaptação do conto referido anteriormente.

O documento de dissertação tem início com a revisão da literatura no âmbito dos novos *media*, desde a definição do conceito à sua aplicação, passando pelas fases que, conseqüentemente, tornaram passível o desenvolvimento das narrativas transmedia. Por sua vez, o segundo capítulo é inteiramente dedicado às narrativas transmedia, enfatizando as suas características e princípios, os seus contextos e vantagens de utilização. Neste mesmo capítulo, e como já foi referido, são analisados alguns projetos transmedia na área da ficção, com o intuito de extrair *guidelines* essenciais à concretização e aplicação no projeto proposto.

Após o enquadramento teórico, os capítulos seguintes são dedicados à componente metodológica do estudo, à análise e discussão dos dados recolhidos e conclusões.

## Capítulo I

### 1. Os novos *media*: da compreensão à aplicação

*“Understanding media therefore means understanding humanity.”*

(Siapera, 2012, p.2)

Como acontece frequentemente nas mais diversas áreas, tudo tem uma origem e tudo é consequência de algo maior. Grande parte dos desenvolvimentos e mudanças que hoje, por fruto do hábito, nos parecem comuns, tiveram um impacto inegável naquilo que somos hoje como sociedade. Os estudos, investigações, experiências e descobertas que se registam todos os dias, independentemente da área em que sucedem, têm na sua base um processo de evolução natural e incontornável, que com frequência é marcadamente tecnológico e digital. No caso específico da área da comunicação multimédia, esta evolução é ainda mais evidente. Assim, para abordar as narrativas transmedia, tema central do estudo em destaque, torna-se necessário recuar alguns passos e conhecer o que motivou o seu surgimento, dirigindo o foco do documento, numa primeira etapa, para os novos *media*.

#### 1.1. Os *media* e o paradigma da revolução digital

Quando falamos de *media* falamos de comunicação, de instituições e organizações, de conteúdos e de tecnologia. *Media* é o plural de *medium* e, de acordo com o dicionário da Priberam<sup>3</sup>, representa “todo o suporte de difusão de informação que constitui ao mesmo tempo um meio de expressão e um intermediário na transmissão de uma mensagem”. Frequentemente, é associado

---

<sup>3</sup> Informação acedida a 4 de janeiro de 2016: <https://www.priberam.pt/dlpo/media>

aos meios de comunicação de massa ou ao conjunto dos meios de comunicação social.

Por volta de 1980, surgiu a necessidade de caracterizar as grandes mudanças que se faziam sentir no mundo dos *media* e da comunicação (Lister et al., 2009, p.10). Até essa data, os mesmos estavam dependentes de modelos de transmissão impressos e analógicos, como é o caso da imprensa, da televisão ou da rádio. Todavia, o desenvolvimento da internet e a criação do IBM PC, computador para uso pessoal, e do Apple Macintosh, viriam a revolucionar, durante essa década, a paisagem social e tecnológica instaurada. Como Siapera (2012) explica, sustentado em Stiegler, as tecnologias não determinam a humanidade, mas foi a evolução tecnológica e digital que se fez sentir na época que condicionou formas de ser e de estar que não eram, até então, questionáveis: pois a sociedade já não mais poderia ser compreendida sem as ferramentas tecnológicas (Siapera, 2012, p.14).

É com o intuito de fazer face a estas transformações que surge a expressão novos *media*. Segundo Hartley (2002), *“The first new media technology we know about was writing, and never subsequently extinguished, no matter what changes in civilisation ensued”* (Hartley, 2002, p.164). O autor destaca a escrita como a primeira tecnologia dos novos *media* de que se tem conhecimento. Mas se assim é, porquê usar a expressão novos *media* para referir uma descoberta que data do ano 3100 AC? Como Siapera (2012) explica, algo que é ‘novo’ pressupõe uma distinção com o que é velho, não numa linha de continuidade ou de algum tipo de relação, mas algo ineditamente novo. Com efeito, não é possível estabelecer uma linha que vá da tecnologia menos sofisticada para a mais sofisticada: *“neither can we speak of a continuous technological progress, as there are clearly regressions, but also cycles and dead-ends”* (Siapera, 2012, p.228).

O uso da expressão novos *media* apresenta as suas contrariedades e levanta algumas dificuldades. Para o público em geral, ela é sinónimo de uma tecnologia capaz de enriquecer a nossa forma de comunicar e interagir. Mas o que nem sempre se tem em consideração, é que ao mesmo tempo que as tecnologias e os *media* evoluem, as gerações também mudam e isso implica que diferentes

gerações tenham, obrigatoriamente, diferentes relações com os novos *media*. O que se considera velho hoje, foi novo há cinquenta anos atrás. Assim, é natural que para o público do século XXI os novos *media* não representem apenas uma tecnologia que se limita a enriquecer a nossa forma de comunicar. Os novos *media* representam a capacidade de criar e produzir coisas com um extra. Os novos *media*, que caminham par a par com a evolução tecnológica e digital, potenciam o acréscimo de um ‘mais’ em quase tudo: mais materiais, mais interatividade, mais inovação, mais interesse, mais criatividade, mais público.

*“(…) New media is a multi-dimensional change that is shaping cultures and generations at the same time that scholars and content producers are trying to define it”* (Pardo, 2011, p.8). A expressão novos *media* parece estabelecer, continuamente, uma distinção histórica e tecnológica entre velhos e novos dispositivos *media*. No entanto, essa barreira é difusa, pois muitos dos conteúdos e tecnologias digitais que hoje se conhecem, são versões modernizadas e retrabalhadas de *media* analógicos, frequentemente associados aos velhos *media*. Tomemos como exemplo o *smartphone*, que tem como antecessor o telemóvel que, por sua vez, mais não é do que uma evolução do telefone fixo. Deste último para o telemóvel, o que mudou não foi propriamente a relação das pessoas com a comunicação, mas a relação com a mobilidade e a portabilidade e a necessidade de estar sempre contactável. No caso do *smartphone*, o seu enraizamento vai mais além das funções anteriormente destacadas aos seus antecessores. Passou a ser uma extensão das capacidades humanas: manteve a vertente comunicacional e a portabilidade, que são primordiais, mas traduziu-se numa forma simplificada de estar e agir no mundo.

Os mass *media* do século XX caracterizavam-se por um consumo uniforme, com conteúdos, produção e distribuição standardizadas. A indústria estava assente em monopólios e havia uma tendência para a centralidade e o controlo dos sistemas mediáticos, bem como uma distinção clara entre consumidores e produtores. Porém, como é elucidado por Lister et al. (2009), através da evolução tecnológica e digital, antigos hábitos e práticas de consumir os *media* foram complementados com novas opções de consumo (Lister et al., 2009, p.9). A televisão fragmentou-se, os ecrãs utilizados multiplicaram-se e tornaram-se *“both tiny and mobile, and vast and immersive”* (Lister et al., 2009, p.10).

Segundo Jenkins (2006), em 1990 falava-se sobre uma revolução que o autor designa como paradigma da revolução digital. O mesmo, assumia que o advento dos novos *media* colocaria na sombra os velhos *media*: “(...) *old media would be absorbed fully and completely into the orbit of the emerging technologies*” (Jenkins, 2006, p.5). Quando a televisão foi oficialmente introduzida na sociedade, nos anos 20, acreditou-se que a rádio, meio de comunicação até então primordial, acabaria por desaparecer. Mais de noventa anos depois, grande parte dos meios de comunicação e tecnologias que se consideravam poder vir a cair no esquecimento, devido à emergência de novas tendências, continuam intactos e funcionais:

*“A medium’s content may shift (...), its audience may change (...), and its social status may rise or fall (...), but once a medium establishes itself as satisfying some core human demand, it continues to function within the larger system of communication options”* (Jenkins, 2006, p.14).

Nesta fase é importante estabelecer a diferença entre os *media* e as ferramentas que são usadas para aceder aos conteúdos, ou seja, as tecnologias que tornam o funcionamento dos *media* possível. Os primeiros evoluem, os últimos tornam-se obsoletos e são substituídos. Como Jenkins (2006) afirma, “*history teaches us that old media never die - and they don’t even necessarily fade away*” (Jenkins, 2006, p.13). Esta afirmação é importante para compreendermos que o estatuto e as funções dos velhos *media* nunca foram substituídas com a introdução das novas tecnologias. Foram antes alteradas e condicionadas por elas, mas não anuladas.

## **1.2. Novos *media*: da definição às particularidades**

Uma das questões que Siopera (2012) coloca na sua obra *Understanding New Media*, refere-se aos motivos pelos quais se optou pelo uso da expressão novos

*media*. Uma pergunta semelhante foi também colocada no início deste capítulo, com o intuito de compreender a afirmação de Hartley (2002), segundo a qual, a escrita teria sido a primeira tecnologia dos novos *media* a ser criada.

Como já foi previamente introduzido, o termo novos *media* não é inteiramente consensual e de fácil definição. Não só porque estabelece conotações ideológicas, no sentido de que novo é melhor, mas porque a sua essência de novidade, estabelece barreiras com *media* menos recentes. A internet, por exemplo, é de tal forma essencial à natureza online dos novos *media*, que parece ser particularmente recente. Todavia, já existe há cerca de cinquenta anos. Deste modo, torna-se relevante seguir as linhas de pensamento de Siapera, que especifica que apesar das contrariedades que o termo possa acalantar, a sua abrangência e cariz genérico permitem que o mesmo seja igualmente inclusivo: “(...) *names do not merely describe them, but construct them as particular kinds of media*” (Siapera, 2012, p.3).

Nomes diferentes dão ênfase a atributos diferentes. Os novos *media* podiam ser denominados *media* digitais, *media* eletrónicos e até *media* interativos (Lister et al., 2009, p.12), porque realmente compreendem essas componentes. Mas ao fazê-lo, estaríamos a enfatizar apenas uma das suas vertentes técnicas e formais. A vantagem da expressão novos *media* prende-se com a sua capacidade de inclusão, de compreender as várias especificidades associadas aos *media* e de integrar atributos como digital, online e outros, sem limitar ou dar prioridade a nenhum deles (Siapera, 2012, Lister et al., 2009).

*“In addition, although for some critics the reference to ‘new’ may appear to disregard the ways in which more mature media have evolved in recent years (Bell, 2009), it denotes a dynamism and penchant for constant change. The term can therefore include all kinds of media formats as long as they are indeed evolving”* (Siapera, 2012, p.5).

Um dos pontos mais importantes a reter deste paradoxo associado ao nome dos novos *media*, é a sua ligação ao progresso. É impraticável pensar nos novos

*media* sem pensar em evolução. Só uma expressão abrangente poderia ser capaz de integrar mais de trinta anos de história e continuar atual.

De acordo com Lister et al. e a sua obra *New Media: A critical introduction* (2009), os novos *media* referem-se a:

- Novas experiências textuais;
- Novas formas de representar o mundo;
- Novas relações entre as pessoas e a tecnologia;
- Novas experiências de personificação, identidade e comunidade;
- Novos padrões de organização e produção (Lister et al., 2009, p.12-13).

Assim, pode concluir-se que os novos *media* representam a ascendência de novos géneros textuais e padrões de consumo, diferentes formatos de entretenimento, de criação, receção e alcance de informação e conteúdos. Igualmente importante é a certeza de que a sua implementação alterou, irrefutavelmente, a natureza da nossa relação com o mundo e com os outros. Ou, como Pardo (2011) descreve: “*new media refers to technological, ideological and experiential changes that are closely related to changes in the production, distribution and use of media*” (p.9).

Na sequência desta exposição, urge agora clarificar as características dos novos *media*. Para Lister et al. (2009), os novos *media* são digitais, interativos, hipertextuais, virtuais, *networked* e simulados. Siapera (2012), por sua vez, condensa as particularidades do termo aos conceitos digital e online.

Tendo em consideração as duas abordagens, nesta dissertação exploram-se três dos conceitos utilizados pelos autores em questão, uma vez que os restantes acabam por ser abrangidos pelos conceitos seguidamente apresentados:

a. Digital

Os novos *media* são, sobretudo, digitais. Sendo digitais, toda a sua informação é codificada em números, através da aplicação do sistema numérico mais conhecido como código binário. Este facto permite que

elevadas quantidades de dados possam ser processadas mais rapidamente e a maior velocidade (Lister et al., 2009, p.19).

Ao contrário do que sucedia com os *media* analógicos, que codificavam e armazenavam informações nos objetos físicos correspondentes (Siapera, 2012, p.3), os *media* digitais tendem a um fluxo de criação e transmissão de informação contínuo.

#### b. Online

Ao afirmar que os novos *media* são online estabelece-se uma referência direta à internet e prioriza-se o elemento da conectividade: “*the ability to link to distant, and sometimes near, others, one or many at the same time, has had wide consequences*” (Siapera, 2012, p.4).

A internet surge, assim, como ferramenta primária para a interação entre e nas comunidades e contribui, direta e indiretamente, para a criação de *networks* (Hartley, 2002), tanto ao nível do consumo como ao nível da participação. O desenvolvimento destas redes marcou a paisagem social no final do século XX e promoveu a diluição de hierarquias institucionalizadas e a tendência para a centralidade de poderes. As novas tecnologias de informação tornaram-se o centro de uma sociedade em rede, explicada por Castells em 1996, que transformou os *media* e os processos de comunicação (Lister et al., 2009, p.31). A internet, para além de funcionar como instrumento de interação, permitiu igualmente o desenvolvimento de mercados e plataformas cada vez mais democratizadas e ao alcance de um público muito mais vasto e seletivo na sua busca por informação.

#### c. Interativo

“*Where old media offered passive consumption new media offer interactivity*” (Lister et al., 2009, p.21). Segundo Siapera (2012), os novos *media* incutiram na sociedade a compulsão para participar, criar e estar envolvido. Esta é provavelmente uma das principais razões para os novos *media* serem tão diferentes dos meios de comunicação de massa: permitiram a existência de feedback, a oportunidade de estabelecer ligações entre os indivíduos e as organizações e a multiplicação de fontes e mensagens disponíveis. Assim, as audiências passivas passaram a utilizadores ativos e os consumidores a

produtores, imbuídos da necessidade de agir e criar, não apenas de ler e ver, para produzir e atribuir sentido à realidade.

Os novos *media* são presença assídua na vida e rotina de milhares de pessoas, tendo implicações que vão muito além do mapa social. Na realidade, a sua ascensão, aliada às potencialidades da *web*, surtiu efeitos tanto a nível económico como político e cultural. Um dos seus resultados traduziu-se na democratização da produção e distribuição de conteúdos que, por sua vez, levou à criação de uma cultura participativa (Jenkins, 2006, Pardo, 2011). Esta cultura é hoje, mais do que nunca, a cultura do *do-it-yourself (DIY)*: “*instead of accepting their role as passive media audiences or consumers, people could form or join taste constituencies or communities of affiliation and produce their own culture*” (Hartley, 2002, p.77).

Paralelamente à liberalização da produção de conteúdos e da sua partilha, os novos *media* influenciaram em igual medida o consumo de informação, promovendo a multiplicação, segmentação e uso individualizado dos meios. A audiência passiva dos *mass media*, de acordo com a qual todos acediam aos mesmos conteúdos, ao mesmo tempo, sofreu também uma transfiguração. Os utilizadores passaram a ter possibilidade de escolha, fazendo um processo de leitura e navegação livre dos conteúdos disponibilizados. Lister et al. (2009) utiliza a expressão *hypertextual navigation* para se referir a este fenómeno, segundo o qual um número limitado e estandardizado de textos é substituído por uma quantidade razoável de textos, que podem ser acedidos de múltiplas formas ou através de diversos pontos de entrada (Lister et al., p.31).

### **1.3. A convergência dos *media* e as narrativas transmedia**

Após o paradigma da revolução digital, explorado previamente neste capítulo, que foca a suposta incompatibilidade entre novos e velhos *media*, chegou-se à conclusão que o advento de muitos dos *media* não anulava, de modo algum, a existência de outros. Recuperando a perspetiva de Jay Bolter e Richard Grusin (1999), Lister et al. (2009) introduzem o conceito de *remediation*, que estabelece

a ligação entre os novos e velhos *media* como condição estrutural de todos os meios de comunicação: *“the ‘new’, in turn, in new media is the manner in which the digital technologies that they employ ‘refashion older media’, and then these older media ‘refashion themselves to answer to the challenges of new media”* (Bolter and Grusin as cited in Lister et al., 2009, p.47).

A ideia de remediação apresentada coincide com aquilo que Jenkins (2006) classifica como o paradigma emergente da convergência, mediante o qual antigos e novos *media* interagiriam de formas cada vez mais complexas e integradas ao longo do tempo (Jenkins, 2006, p.6). Como consequência desta conjugação, um número ampliado de *media* analógicos e digitais, antigos e novos dispositivos de produção, bem como múltiplas plataformas de distribuição, passaram a estar à disposição de um grande número de utilizadores (Pardo, 2011, p.2).

A convergência, como explicada por Jenkins (2004, 2006), traduz-se no fluxo de conteúdos através de diversas plataformas, na cooperação entre indústrias dos *media* e no comportamento migratório das audiências, *“who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want”* (Jenkins, 2006, p.2).

O consumo coletivo que caracterizava os *media*, pressupõe agora, com os novos *media*, a participação e contribuição ativa dos utilizadores. Esta essência da cultura participativa é essencial à circulação de conteúdo dos *media* e ao próprio processo de convergência que, como explanado por Jenkins, não ocorre através das ferramentas dos *media*, mas sim a nível individual, na mente de cada consumidor e através das suas interações sociais com os outros (Jenkins, 2006, p.3).

Hartley (2002) descreve a convergência como um processo que une *“traditionally separate industries through digital networks”* (Hartley, 2002, p.40). Trata-se, assim, de um conceito antigo que assume novos contornos e importância, especialmente numa altura em que novas e antigas instituições dos *media* se esforçam por compreender qual o futuro da indústria do entretenimento (Jenkins, 2006, p.6).

Segundo Lynch (2016), a convergência dos *media* e das suas respetivas tecnologias conduz ao fluxo de conteúdos entre diversos espaços narrativos (Lynch, 2016, p.163), o que obriga a retomar o conceito de *networks*. Os conteúdos produzidos e a forma como são consumidos pelo público sofrem um desvio da linearidade tradicional:

*“(...) the narrative is not written for the network, it is written through it, and in doing it so, the network - and subsequently the narrative itself - is mediated according to an audience’s choices of progression”* (Lynch, 2016, p.166).

Os novos *media* e o processo de convergência, com a diversidade de ferramentas de produção existentes, tornaram possível a criação e desenvolvimento de experiências mediáticas inovadoras e cada vez melhores. Projetos imersivos, que contam uma história através de múltiplos meios, como filmes, livros e jogos, e que pressupõem a utilização ativa de redes sociais, diluem a barreira entre o que é real e ficcional, e conquistam multidões.

Hoje vive-se a cultura de convergência, defendida por Jenkins (2006) e apoiada por autores como Gürel e Tiğli (2014). Conceitos como convergência, participação e inteligência coletiva<sup>4</sup> são essenciais à proliferação de diferentes tipos de narrativas multimédia, que dominam a atualidade e implicam novas formas de produzir, divulgar e consumir conteúdos.

É neste contexto que emergem as narrativas transmedia, uma nova estética contemporânea que pretende dar resposta à convergência mediática e que como Jenkins (2006) expõe, coloca novas exigências aos consumidores (p.20-21). A estratégia transmedia potencia a criação de histórias, feitas para estimular os sentidos do público e induzi-lo à participação, tirando proveito das características online, digital e interativas dos novos *media*. É sobre o conceito e estratégia transmedia que o capítulo seguinte incide, com maior detalhe.

---

<sup>4</sup> Inteligência coletiva é a expressão usada por Jenkins (2006 e 2002) para fazer referência ao consumo como processo coletivo. Emerge dos processos de colaboração e esforços conjuntos, entre indivíduos, para alcançar algo.



## Capítulo II

### 2. Narrativas transmedia e projetos transmedia na área da ficção

*“Great stories win hearts and minds.”*

(Pratten, 2011, p.2)

Há algo extraordinário na forma como, página a página, um livro nos pode desligar da realidade. Ou na forma como um filme nos transporta temporariamente para outro espaço e tempo e nos ocupa de sentimentos e pretensões que não são nossas. As histórias têm essa essência e a capacidade de as contar, ouvir e partilhar é uma característica intrinsecamente humana.

Como Scolari (2013) define: *“Los humanos siempre contamos historias. (...) Más que Homo sapiens somos Homo fabulators”* (Scolari, 2013, p.17). Contam-se histórias para entreter, persuadir e explicar. Contam-se histórias para viver e dar vida, e hoje, mais do que nunca, contam-se histórias porque nem para todas as histórias se quer um fim. Por essa razão, narrativas com maior significado tendem a prolongar-se no tempo e a multiplicar-se no espaço, através da sua distribuição por diferentes plataformas.

Pratten (2011), inicia a sua obra *Getting Started with Transmedia Storytelling* com duas questões: porque é que contamos histórias e por que razão o devemos fazer através do uso de múltiplos *media*. A resposta à primeira questão está nos dois parágrafos anteriores, mas a melhor forma de responder à última é recorrendo às palavras do autor: *“Telling stories across multiple media (...) allows content that’s right-sized, right-timed and right-placed to form a larger, more profitable, cohesive and rewarding experience”* (Pratten, 2011, p.3).

## 2.1. A origem do conceito

O termo transmedia foi originalmente forjado por Marsha Kinder em 1991, para descrever trabalhos em que as personagens surgiam através de múltiplos *media*, no âmbito da expressão *transmedia intertextuality* (Phillips, 2012, p.14). Foi, no entanto, Jenkins quem recuperou o termo e o colocou no centro da atenção com o artigo *Transmedia Storytelling - Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*, para a *Technology Review*<sup>5</sup>, a 15 de janeiro de 2003 (Scolari, 2013, p.23 e Giovagnoli, 2011, p.14).

Ao contrário do que poderia esperar-se, as narrativas transmedia concretizaram-se, numa primeira etapa, na prática e só mais tarde encontraram o seu lugar na literatura e no mundo académico, através da construção progressiva da sua estrutura conceptual (Gürel e Tiğli, 2014, p.42).

De acordo com Jenkins (2010), grande parte dos estudiosos da área têm definições diferentes para *transmedia storytelling* e muito poucos apresentam consenso relativamente ao termo em si.

Recorrendo ao estudo etimológico, Gürel e Tiğli (2014) explicam que o termo transmedia corresponde a expressões como “*through communication platforms, between communication platforms, and from one communication medium to other*” (Gürel e Tiğli, 2014, p.38). Neste sentido e a um nível preliminar, é possível caracterizar uma narrativa transmedia como uma narrativa contada através de múltiplos *media*.

Num nível mais aprofundado, Jenkins (2010) define as narrativas transmedia como um processo onde elementos integrais de uma ficção se dispersam sistematicamente através de múltiplos canais de distribuição, com o propósito de criar uma experiência de entretenimento coesa e coordenada (Jenkins, 2010, p.944). Trata-se, portanto, de uma estrutura narrativa peculiar, que se expande através de diferentes linguagens [icónica, verbal ou audiovisual] e meios [cinema, televisão, teatro ou jogos de vídeo] (Scolari, 2009 e 2013). Assim, uma

---

<sup>5</sup> Artigo acedido a 3 de novembro de 2016: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>

história introduzida por um filme, pode ser desenvolvida através de uma série ou banda desenhada e os detalhes do seu universo acesos e explorados com recurso a um jogo.

Para Phillips (2012), as narrativas transmedia como as do exemplo anterior, criam e representam o mundo das experiências e histórias completamente imersivas e profundas, capaz de invocar emoções impossíveis de replicar através de apenas um filme ou série (Phillips, 2012, p.5). Mais do que contar histórias, mais do que lê-las, ouvi-las ou apenas vê-las, as narrativas transmedia permitem viver as histórias e imergir no seu universo.

Idealmente, cada um dos meios utilizados no decorrer da narrativa ou projeto “*make its own unique contribution to the unfolding of the story*” (Jenkins, 2010, p.944). Ou seja, cada meio faz o que melhor sabe fazer, de acordo com as suas especificidades, para contar a história (Scolari, 2013, p.24, Gürel e Tiğli, 2014, p.39). Assim, é importante reter que qualquer elemento de uma narrativa transmedia “*has to be fulfilling a narrative purpose, without exception*” (Phillips, 2012, p.43). Todas as estratégias transmedia precisam de de um planeamento cuidado e a sua implementação de monitorização e dedicação. Por esta razão, elas são também consideradas como o resultado de uma produção integrada, um facto a ser explorado mais adiante na seção 2.2 e 2.4 deste capítulo.

Como complemento à definição, é importante retomar o conceito de “colaboração” subjacente à cultura de convergência explanada no capítulo anterior, que tem como pilar, para além da convergência dos *media*, a participação e a inteligência coletiva. Isto faz com que a narrativa transmedia, para além de ser um processo que conta uma história através de múltiplos *media*, seja também um processo que deve englobar um determinado grau de participação, interação e colaboração da audiência (Pratten, 2011, p.1).

Isto acontece, como já foi previamente explanado, porque as mudanças nos hábitos de consumo dos *media* conduziram à emancipação de consumidores sociais, interessados em interagir e participar. Tal facto, contribuiu para que o papel do consumidor, no âmbito dos projetos transmedia, se tornasse tão importante como o do produtor: “*transmedia entertainment depends on fan*

*mastery and consumer loyalty*” (Jenkins, 2010, p.947). Nas últimas décadas, com o advento dos processos de digitalização e a difusão da internet, muitos consumidores tornaram-se igualmente produtores de conteúdos, apropriando-se das suas personagens favoritas e expandindo cada vez mais os universos narrativos que lhes correspondem (Scolari, 2013, p.27).

Um pouco por todo o mundo, criadores e produtores, descobriram que ao expandir os universos das suas histórias à interação e à utilização de múltiplas plataformas e meios, estavam também a criar histórias mais ricas, profundas e apetecíveis. Por esta razão, são muitas as companhias e corporações de diferentes áreas, uma vez que as narrativas transmedia são um fenómeno transversal, que recorrem a esta estratégia e beneficiam do seu potencial para a apresentação de produtos e serviços. A campanha de marketing da Coca-Cola, *Happiness Factory*<sup>6</sup>, lançada a nível global em 2006, é um exemplo de projeto transmedia com sucesso comprovado. A história começou por se desenrolar com a exploração do mundo da Coca-Cola através das máquinas de vendas da marca e acabou por se expandir para *spots* publicitários, filmes de três minutos no Youtube, um *website* com jogos e até banda sonora oficial, que garantiram o aumento de vendas e a aproximação aos consumidores.

As narrativas transmedia têm uma dimensão económica importante (Scolari, 2009, p.590) e como Phillips (2012) afirma, a maioria dos projetos mais notáveis dos últimos tempos foram campanhas de marketing realizadas, sobretudo, para promover filmes (Phillips, 2012, p.28). Não obstante, a estratégia em si vai muito além do marketing e do *franchise* de entretenimento e pode ser identificada em géneros que vão da ficção à comédia.

Transmedia é um termo complexo que partilha a mesma galáxia semântica com outros conceitos, mas que não deve, ainda assim, ser confundido ou usado como sinónimo dos mesmos. A realidade é que, por vezes, a melhor forma de

---

<sup>6</sup> Notícia do Jornal The Guardian, em 2009, sobre o lançamento de nova publicidade da Coca-Cola no âmbito da campanha Happiness Factory. Informação acedida a 11 de janeiro de 2017:  
<https://www.theguardian.com/media/2009/mar/13/coca-cola-happiness-factory>

compreender e conhecer um fenómeno é distinguindo-o daquilo que ele não é. Por esta razão, são seguidamente clarificados, os conceitos de adaptação, multimédia e crossmedia.

a. Adaptação

*“To translate a production to another language or transform it into another kind”* (Gürel e Tiğli, 2014, p.43). Uma adaptação limita-se a reproduzir a narrativa original num novo meio, com a inclusão do menor número possível de mudanças e alterações.

Quando falamos de uma estratégia transmedia, falamos de um mundo narrativo que envolve diferentes meios e linguagens e cada um deles serve para contar uma parte diferente da mesma narrativa (Scolari, 2009 e 2010). Ela não reconta a história, como acontece com a adaptação de um livro ao cinema. Ela reinventa a história, de acordo com a especificidade de cada meio usado para a contar e está sujeita às mudanças induzidas pela interação da audiência com a própria narrativa.

Não obstante, Jenkins (2010) alerta para o grau das adaptações, *“since any good adaptation contributes new insights into our understanding of the work and makes additions or omissions that reshape the story in significant ways”* (Jenkins, 2010, p.945).

b. Multimédia

Termo frequentemente usado para referir a comunicação mediada por tecnologias que fazem uso de uma panóplia de gráficos, textos, som, animação e vídeo (Hartley, 2002, p.152). Tratam-se, assim, de *“platforms that are created on computer environment”* (Gürel e Tiğli, 2014, p.43) e tiram proveito da tecnologia digital para divulgar informação.

Através do progresso tecnológico, plataformas deste género multiplicaram-se e tornou-se possível estabelecer uma ligação entre elas, facilitando a interação das audiências com o conteúdo apresentado, nesses espaços. Por esta razão, multimédia não é o mesmo que transmedia. O primeiro implica a

utilização de mais do que uma plataforma de comunicação, mas ao contrário do que ocorre nas narrativas transmedia, não é estabelecida uma relação entre elas.

c. Crossmedia

Crossmedia “*means to spread a certain product through various platforms*” (Gürel e Tiğli, 2014, p.44). Segundo Scolari (2013), o conceito define-se através de quatro critérios:

- A produção compreende mais do que um meio e todos se apoiam entre si;
- O conteúdo é distribuído e está acessível através de uma gama de dispositivos como telemóveis, *tablets*, computadores e televisão;
- Dependendo do tipo de projeto, o uso de mais do que um meio deve servir de suporte às necessidades da informação que se quer veicular;
- É uma produção integrada (Scolari, 2013, p.25-26).

De acordo com a estratégia crossmedia, uma mensagem é distribuída por diferentes meios para alcançar o público pretendido. Ou seja, o mesmo conteúdo é acedido através de meios distintos. Nas narrativas transmedia isso não acontece, na medida em que diferentes meios, transmitem diferentes partes da história, de forma a que os mesmos se complementem entre si e contribuam para a construção do mundo da narrativa ou *storyworld*<sup>7</sup>.

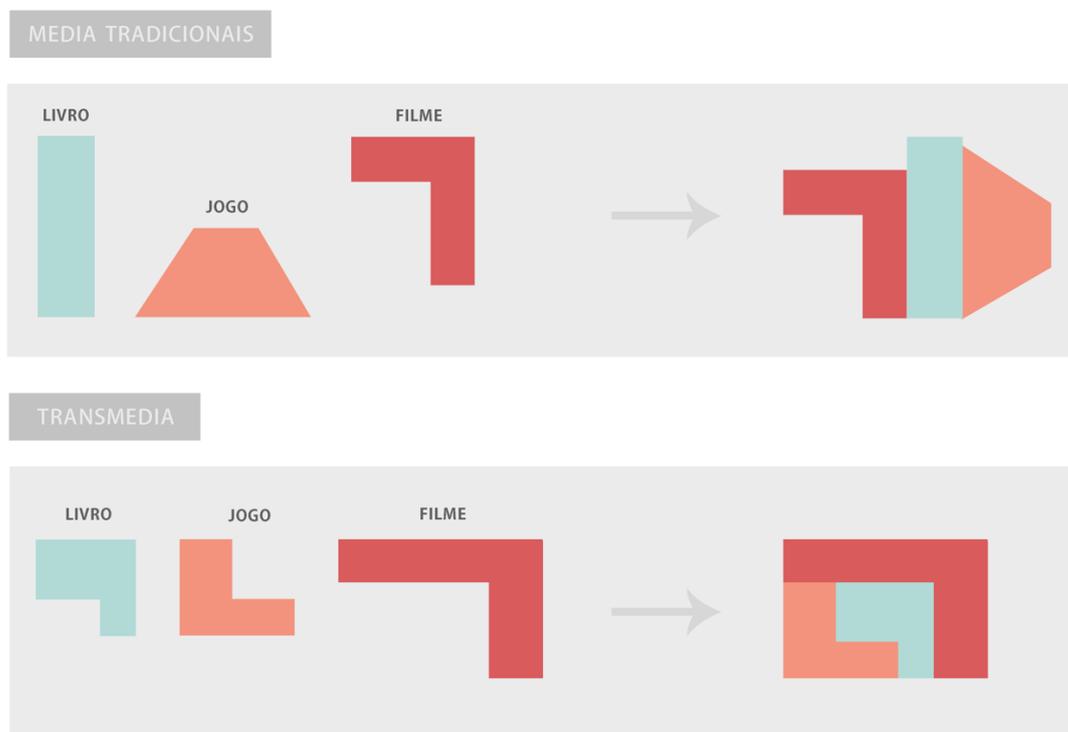
Ainda que os conceitos apresentados não sejam sinónimos de transmedia, eles servem para destacar alguma parte e dimensão das próprias narrativas, daí a variação entre os termos usados para referir o fenómeno.

A noção de transmedia apresentada e discutida nesta investigação pode ser observada na Figura 1, que retrata as diferenças entre a aplicação da estratégia transmedia e a utilização tradicional dos *media*. Consoante a sua análise, é

---

<sup>7</sup> Termo usado para fazer referência ao universo dentro do qual uma narrativa transmedia é definida. Pode também ser denominada, em alguns casos e por alguns autores, como *fictional world*.

possível concluir que a narrativa transmedia compreende, tal como Gürel e Tiğli (2014) referem, a narração de partes de uma história “*by using communication platforms; therefore, bringing the whole of the story into use through diferent dimensions and experiences*” (Gürel e Tiğli, 2014, p.38).



**Figura 1:** Distinção entre o uso tradicional dos *media* e a aplicação da estratégia transmedia. Esquema baseado em Pratten, 2011, p.2.

## 2.2. Características e princípios

De acordo com Phillips (2012), há três critérios que moldam as narrativas transmedia, sendo eles a utilização de múltiplos *media*, a narração de uma só história ou experiência unificadas e a ausência de repetições nos conteúdos entre os *media* usados (Phillips, 2012, p.15). Por sua vez, Scolari (2013) estabelece apenas duas coordenadas para definir a estratégia: a primeira,

comum a todos os autores referidos até ao momento, traduz-se na necessidade da expansão do relato ser efetuada através de vários meios e, a segunda, na ideia de que os utilizadores devem colaborar e intervir nesse mesmo processo de expansão (Scolari, 2013, p.45).

No seu blogue “Confessions of an fan Aca-Fan”<sup>8</sup>, Jenkins propôs, em 2009, sete princípios fundamentais das narrativas transmedia que são explicados de seguida:

- Spreadability vs. Drillability

Os conceitos estão diretamente associados à capacidade de expansão dos conteúdos criados e à capacidade de aprofundar a narrativa por parte da audiência. *Spreadability* refere-se ao grau de partilha de cada conteúdo e aos fatores que podem ou não motivar utilizadores a partilhá-los; *Drillability* alude à habilidade de cada pessoa para explorar em profundidade as extensões das narrativas que conquistam a sua atenção;

- Continuity vs. Multiplicity

Os mundos de qualquer narrativa transmedia necessitam de continuidade para assegurar a coerência da história apresentada através dos diferentes meios, linguagens e plataformas. Assim, espera-se que em diferentes narrativas, personagens iguais mantenham os mesmos comportamentos e essência. Da mesma forma, essa continuidade é complementada com a multiplicidade, ou seja, a criação de mais experiências e narrativas respeitantes ao mundo narrativo original;

- Immersion vs. Extractability

Ao nível da imersão, as estratégias transmedia propõem conteúdos e experiências imersivas, que convidam os consumidores a entrar no mundo da história. *Extractability*, por sua vez, refere-se à possibilidade dos fãs levarem aspetos da história para a sua realidade e dia-a-dia, através da materialização física de elementos da história, como personagens, e da sua posterior comercialização;

---

<sup>8</sup> O blogue oficial de Henry Jenkins é um espaço ativamente trabalhado pelo autor, no âmbito dos seus estudos e investigações. O post em destaque foi publicado a 12 de dezembro de 2009 e acedido a 8 de novembro de 2016: [http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html)

- Worldbuilding  
Extensões à narrativa principal proporcionam uma representação mais detalhada do universo em que a história se desenrola e conferem verosimilidade ao relato;
- Seriality  
A expressão relaciona-se com a ideia de fragmentação e dispersão de informações associadas à história. As narrativas transmedia não são lineares e constituem redes hipertextuais (Scolari, 2013, p. 41). Neste sentido, a história é repartida em partes ou capítulos independentes, por si só satisfatórios, mas ligados entre si. Em grande parte, é esta necessidade de “conectar os pontos” entre as histórias, que motiva a audiência a seguir determinado projeto.
- Subjectivity  
As narrativas transmedia são subjetivas, na medida em que apresentam uma tendência para explorar o universo da história, através de novos e diferentes pontos de vista. Na realidade, o cruzamento de muitas perspectivas e vozes é uma característica destas estratégias que, como Scolari (2013) explica “*tienden a potenciar una polifonía causada por la gran cantidad de personajes e historias*” (Scolari, 2013, p.41).
- Performance  
Jenkins discute a performance em termos de *attractors* e *activators*, sendo os primeiros os responsáveis por atrair a audiência e os segundos por os incitar à ação. A performance diz, assim, respeito à capacidade das narrativas transmedia para imbuir a audiência e possíveis fãs com vontade de produzir conteúdos próprios, que acabam muitas vezes por integrar a narrativa original.

Partindo dos princípios desenvolvidos por Jenkins (2009) e de uma análise detalhada dos estudos desenvolvidos por Giovagnoli (2011), Scolari (2013 e 2014) e Gürel e Tiğli (2014), identificaram-se os fundamentos gerais caracterizadores das narrativas transmedia:

1. O processo deve ser previsto no começo de vida do projeto, ou seja, pensado e elaborado com antecedência;

2. O conteúdo deve distribuir-se em três ou mais plataformas e meios;
3. Os *media* usados contam partes diferentes da narrativa, mas exploram um tema comum;
4. A narrativa transmedia resulta de uma produção integrada, fruto de uma rede de personagens e situações;
5. A distribuição dos conteúdos pelas distintas plataformas não deve causar sobreposições e interferências à compreensão da história. Assim, é importante que exista um esforço concentrado para evitar fraturas e divisões do mundo narrativo;
6. Cada narrativa constitui um ponto de entrada para a história;
7. A existência de *missing points* ou pistas, é importante para desencadear e reforçar o interesse do público;
8. De forma a criar uma narrativa participativa e sinérgica, deve-se atribuir à audiência a autoria e responsabilidade de algum dos seus elementos. Ou seja, deve ter-se em consideração a participação da audiência e promover, sempre que possível, a sua interação com a história;
9. No universo da narrativa transmedia, o ponto de partida é sempre passível de se identificar, ao contrário do seu momento de conclusão.

### **2.3. Contextos e vantagens de utilização**

Ainda que de forma indireta, ao longo da definição do conceito de transmedia e da delimitação das suas características, foram sendo traçados géneros distintos associados à estratégia. Tendo em consideração as abordagens de autores como Scolari (2013) e Phillips (2012), procedeu-se à identificação de três deles: narrativas transmedia nativas ou originais, transmedia marketing e transmedia de *franchise*.

As narrativas transmedia nativas dizem respeito a todas as experiências que são originalmente concebidas como transmedia: “*creating a work that is meant to be*

*entirely and natively transmedia from start to finish, and not a single-medium work at all—an experience that you give to your audience, not just a story you are telling them”* (Phillips, 2012, p.53). Por essa razão, estão mais focadas em contar e desenvolver uma história do que em promover um produto, como acontece com o transmedia marketing. Este, como o próprio nome indica, tem como objetivo a promoção de um serviço ou marca através da narração de uma história por múltiplos meios e plataformas. A campanha *Happiness Factory* da Coca-Cola, já mencionada, é um exemplo deste modelo de estratégia transmedia.

O transmedia de *franchise*, por sua vez, refere-se concretamente àquilo que Phillips (2012) designa por *big-budget franchise*. Trata-se de uma história primeiramente desenvolvida num formato específico, para o cinema ou televisão, por exemplo, e que posteriormente, se expande para outros formatos que ajudam a audiência a explorar, com maior detalhe e profundidade, o universo da história.

Grande parte das narrativas transmedia de *franchise* têm a sua origem em histórias ou materiais que já existem. Scolari (2013) faz essa divisão em cinco grupos (Figura 2): banda desenhada - heróis da Marvel ou da DC Comics; jogos de vídeo - Resident Evil; brinquedos e bonecos - Barbie; livros - Harry Potter; e audiovisual - How I met your Mother.



**Figura 2:** A origem das espécies transmedia segundo Scolari (2013). Esquema baseado no capítulo 3 da sua obra *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*.

É também Scolari, no seu artigo *Transmedia Storytelling: new ways of communicating in the digital age* (2014), que propõe a distribuição das narrativas transmedia em transmedia tático e transmedia estratégico. O primeiro é cuidadosamente planeado, desde os seus primórdios até ao suposto desfecho. Nestes termos, e tendo em conta o conteúdo exposto anteriormente, o transmedia tático corresponderia a uma narrativa transmedia nativa. O transmedia estratégico, por seu lado, baseia-se numa extensão da narrativa ditada pelas condições favoráveis do ecossistema mediático. Caracteriza-se, assim, por uma reação ao ambiente e às circunstâncias que fazem com que a história seja expandida para os meios e plataformas mais convenientes (Scolari, 2014, p.72). Por esta razão, a narrativa baseada em transmedia estratégico equivaleria ao transmedia de *franchise*.

Explorados os contextos e algumas das tipologias mais comuns de narrativas transmedia, impõe-se compreender o que as torna vantajosas, face a outro tipo de estratégias. Como Phillips (2012) refere, “*there are several compelling reasons to go transmedia, and these primarily fall into two basic camps: the business case and your creative vision*” (Phillips, 2012, p.41).

No primeiro capítulo, foram referidas as condições que levaram ao aproveitamento das opções tecnológicas e digitais disponíveis e à necessidade de apelar aos consumidores dos novos *media*. A realidade é tal que, a estrutura cultural e tecnológica dominante, tornou as estratégias de comunicação tradicionais insuficientes (Gürel e Tiğli, 2014, p.55). Perante uma audiência participativa, que quer estar em controlo, que ajusta os conteúdos de acordo com as suas necessidades e vontades e que é ativo no contexto social, é premente a criação e a circulação de informações capazes de corresponder aos mesmos parâmetros.

Nestas circunstâncias, as narrativas transmedia parecem assumir o papel de incentivo à mudança com relativa naturalidade. Para além de se avocarem como experiências de entretenimento valiosas, surgem igualmente como uma ferramenta de marketing efetiva. Ademais, alcançam consumidores com diferentes hábitos de consumo, tornando possível o reagrupamento de

audiências fragmentadas, em torno do mesmo universo narrativo (Scolari, 2014, p.71). Com o apoio da internet, plataforma de divulgação e partilha de conteúdos por excelência, e com o auxílio dos *social media*, a estratégia transmedia “*presents de opportunity to create deeper, stronger, and more varied connections between story universes and audiences*” (Hayati, 2012, p.196).

## **2.4. Desenvolver uma narrativa transmedia: passos e componentes**

De acordo com Phillips (2012), contar uma história através de uma estratégia transmedia envolve um de dois processos: ou se seleciona uma única história, que é repartida e distribuída por múltiplos *media*; ou se começa uma história de raiz e se adicionam extensões, *ad infinitum* (Phillips, 2012, p.15). O resultado que cada uma das hipóteses tem em comum é a fragmentação. Mas o que as vai diferenciar é, em grande medida, a escala em que essa fragmentação ocorre.

Independentemente do processo selecionado, Pratten (2011) define seis componentes-chave que devem estar presentes no desenvolvimento de qualquer narrativa transmedia de entretenimento. São eles a história, a experiência, a audiência, as plataformas, o modelo de negócio e a execução (Pratten, 2011, p.4). Por razões que se prendem com a investigação associada à presente dissertação, apenas serão alvo de análise quatro dos seis elementos.

### **a. História**

Boas histórias, como Pratten (2011) explica, “*have a beginning [setup], middle [conflict] and end [resolution]*” (p.17). Para que esta estrutura tenha sucesso, é igualmente importante a existência de protagonistas fortes, com os quais as audiências se identifiquem. Assim, a presença de conflitos, que promovam o crescimento de personagens com objetivos e necessidades bem delineados, é relevante.

Quando se pondera sobre a história a desenvolver, deve ter-se em consideração não só as personagens, mas também o género, a localização, o tempo e o enredo.

### **b. Experiência**

O êxito de um projeto transmedia está dependente de uma experiência de entretenimento integrada e coordenada, associada à forma como o universo da história é revelado. Segundo o autor, este componente-chave deve focar dois de três elementos: participação, história e jogos.

A participação pode variar, assumindo um posicionamento passivo ou ativo, que vai desde uma experiência individual da narrativa até uma experiência social, que implica a partilha com os outros.

Para todos os efeitos, uma experiência convincente deve ser uma experiência envolvente e cativante.

c. Audiência

Conhecer o público para quem se trabalha tem impacto a diversos níveis. Em qualquer projeto transmedia, conhecer e compreender a audiência e o que a motiva, ajuda ao desenvolvimento da história e a definir quais as plataformas e meios a serem considerados para a sua narração: *“you’ll be able to offer the right content, to the right people at the right time”* (Pratten, 2011, p.19).

Igualmente importante é decidir sobre o grau de envolvimento que lhe é atribuído, desde o controlo que tem sobre a história, ao impacto da sua participação na mesma. A decisão está sujeita a quem faz o projeto e deve levar em consideração a experiência, preferência e recursos disponíveis.

d. Plataformas

Pratten (2011) define plataformas como a combinação de meios e tecnologias (p.28) que podem ser usadas para transmitir uma história. Afinal de contas, *“transmedia storytelling is a narrative that includes a series of stories expressed through different media”* (Scolari, 2009, p.600). A seleção das plataformas não tem um certo ou um errado, mas deve ter em mente a audiência, o tipo de história, os recursos monetários disponíveis e, também, os pontos fortes e fracos inerentes a cada meio e tecnologia. Como Pratten (2011) explica, a melhor plataforma será a que melhor servir o projeto que se está a desenvolver.

Outro aspeto importante a mencionar relativamente às plataformas de uma narrativa transmedia é o seu *timing*. Quando se fala de *timing*, fala-se da forma como cada uma das plataformas é introduzida na narrativa ou, melhor dizendo, do momento certo para essa inserção ocorrer: se surgem de modo sequencial, paralelo, simultâneo ou não-linear (Partten, 2011, p.12).

## 2.5. Projetos transmedia na área da ficção

Partindo dos pontos expostos desde o início deste capítulo, este momento da investigação propõe-se a analisar, à luz dos autores lidos e dos conhecimentos adquiridos, alguns exemplos de narrativas transmedia e as estratégias por eles usadas. Para o efeito foram seleccionadas quatro obras: *The Matrix*, *Beat Girl*, *Cathy's Book* e *Star Wars*.

A escolha destes quatro casos, em específico, está relacionada com a intenção de incluir na análise, narrativas transmedia pré-conceito e pós-conceito, na medida em que, como já foi referido, as narrativas transmedia surgiram primeiro na prática, sem uma estrutura conceptual definida. *The Matrix* e *Star Wars* são exemplos de narrativas transmedia que emergiram antes de o próprio termo ter sido cunhado e são também narrativas transmedia de *franchise*, reconhecidas e galardoadas a nível internacional, que deixaram a sua marca no cinema e no âmbito dos estudos transmedia. Por sua vez, *Beat Girl* e *Cathy's Book* são estratégias transmedia nativas, tendo sido desenvolvidas, desde os seus primórdios, com esse intuito. Pela mesma razão, são igualmente narrativas transmedia pós-conceito e o seu estudo é relevante para compreender os estágios e métodos de construção do processo transmedia.

Após descrição dos conteúdos e especificidades inerentes a cada um dos casos seleccionados, é incluído um esquema síntese da estratégia usada, que inclui os meios utilizados na expansão da narrativa, o *timing* das plataformas (sequencial, simultâneo, paralelo ou não-linear), a caracterização da audiência (passiva ou ativa), o seu envolvimento no processo de expansão e a localização (online, offline ou geográfica). Esta divisão foi efetuada de acordo com os parâmetros

definidos por Pratten (2011), relativamente aos componentes-chave de uma narrativa transmedia de entretenimento.

i. The Matrix

*The Matrix*, como Scolari (2013) refere, é um dos melhores exemplos de narrativas transmedia contemporâneas (p.27). É uma produção de ação e ficção científica que teve início em 1999 com o filme *The Matrix*, realizado por Larry e Andy Wachowski.

A narrativa gira em torno da história de Thomas Anderson, protagonizado por Keanu Reeves, um homem que parece viver duas vidas completamente distintas: durante o dia é programador de uma companhia de *software* e à noite é um *hacker* que invade, ilegalmente, sistemas de computador de onde retira informações, sob o apelido de Neo. Assolado por pesadelos relacionados com um sistema inteligente e artificial que manipula a mente das pessoas, criando a ilusão de um mundo real enquanto usa os cérebros e corpos dos indivíduos para produzir energia, Neo é confrontado com o facto de também ele ser vítima desse sistema, que dá pelo nome de Matrix.

O universo desta narrativa começou com o primeiro filme em 1999 e foi complementado com o lançamento de mais dois filmes no ano de 2003, *The Matrix Reloaded*, em maio e *Matrix Revolutions*, em novembro. De acordo com Jenkins (2006), esta narrativa transmedia comprovou ser o entretenimento ideal para a idade da convergência mediática, “*integrating multiple texts to create a narrative so large that it cannot be contained within a single medium*” (Jenkins, 2006, p.95). Assim, a história iniciada com a primeira longa-metragem foi, até ao lançamento do último filme, complementada com nove curtas-metragens de animação [*Animatrix*], dois jogos de vídeo [*Enter the Matrix* e *The Matrix: Path of Neo*], dois volumes de banda desenhada e livros. Cada elemento e cada nova extensão da narrativa contribuiu para construir o mundo que o primeiro filme inaugurou, oferecendo novos pontos de entrada para o seu universo. Para além disso, os produtores enraizaram nos filmes pequenas pistas que poderiam ser a chave para o final do enredo, mas cuja compreensão só poderia ser obtida com

o contacto com as restantes partes da história, como jogos de vídeo ou animações: *“the deeper you drill down, the more secrets emerge, all of which can seem at any moment to be the key to the film”* (Jenkins, 2006, p.99).

Tendo em consideração os contextos transmedia analisados anteriormente, *The Matrix* é um projeto transmedia de *franchise*, de tipo estratégico, na medida em que a sua evolução do grande ecrã para as restantes plataformas se concretizou de acordo com as condições favoráveis do ecossistema mediático e da reação da audiência à história.

Como a Figura 3 revela, podemos também concluir que o *timing* das plataformas e da divulgação dos conteúdos inerentes à estratégia foi não-linear e a sua audiência ativa, tendo o envolvimento da mesma contribuído, de alguma forma, para a expansão do universo *The Matrix*. Relativamente à localização, podemos considerar que grande parte das extensões da narrativa funcionaram offline, com os filmes, a banda desenhada e a animação. Não obstante, muita da atividade da audiência na descoberta de *“missing points”* da história foi concretizada online, razão pela qual ela também integra como componente o parâmetro da localização.

| THE MATRIX   |            |           |              |                  |
|--|------------|-----------|--------------|------------------|
| MEIOS  | TIMING     | AUDIÊNCIA | ENVOLVIMENTO | LOCALIZAÇÃO      |
| Filmes, série de animação, banda desenhada, jogos de vídeo e livros. | Não-linear | Ativa     | Sim          | Online e offline |
| ORIGEM: audiovisual, cinema  |            |           |              |                  |

**Figura 3:** Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso *The Matrix*, de acordo com os meios utilizados, timing das plataformas, atividade da audiência, o seu envolvimento na expansão da narrativa e localização.

## ii. Beat Girl

*Beat Girl* é um projeto transmedia criado e desenvolvido pela beActive Entertainment e distribuído pela Content Media Corporation, em 2012, que conta a história de Heather Jennings, uma jovem de dezanove anos que vive dividida

entre o seu propósito de se tornar pianista de música clássica como a mãe e a sua recém-descoberta paixão pela criação de música enquanto DJ.

O projeto *Beat Girl* teve início no Pinterest<sup>9</sup> e foi considerado como a primeira série com guião a fazer uso da plataforma para contar histórias: através de fotografias e vídeo, a audiência era introduzida no mundo e na vida da protagonista. A sua estratégia transmedia focou-se, assim, na simulação de Heather como uma pessoa real, através da criação e desenvolvimento da sua identidade online.

Das imagens no Pinterest, surgiram as palavras no Wattpad, onde a audiência foi apresentada a uma perspetiva mais detalhada da vida de Heather e dos desafios que enfrentava na busca pelo seu sonho. Foi igualmente destes pequenos capítulos online que despontou o livro, escrito por Jasmina Kallay.

Após o sucesso nas plataformas anteriores, produziu-se uma websérie divulgada no Youtube e um filme, que contribuíram para o aprofundamento e expansão do universo *Beat Girl* e para a promoção de uma experiência cada vez melhor para a audiência.

Neste projeto, o uso dos *social media*, incluindo não só o Pinterest, mas também o Facebook e o Wattpad foi, em grande parte, a razão para o sucesso da narrativa, na medida em que permitiu o envolvimento direto da audiência com a personagem principal, fazendo um acompanhamento de todos os seus passos, aventuras e dilemas. As perdas e os bons momentos eram partilhados e Heather deixava de ser a personagem de uma série para ser uma colega da escola ou uma amiga de todos os dias.

Logo que o projeto conquistou uma audiência consistente e os fãs aumentaram, par a par com a credibilidade da protagonista Heather, a necessidade de

---

<sup>9</sup> Conta do Pinterest de Heather Jennings, protagonista de *Beat Girl*, acedida a 5 de janeiro de 2017:

<https://pt.pinterest.com/beatgirlworld/>

prosseguir com a expansão da história também se ampliou. Com este propósito foram desenvolvidos, em 2014, um jogo para telemóvel e uma série de televisão.

*Beat Girl*, ao contrário do exemplo anterior, é uma narrativa transmedia nativa que assumiu, em simultâneo, uma vertente de transmedia tático e estratégico, na medida em que, apesar de devidamente projetada, foi o sucesso nas plataformas que incentivou o seu avanço e a expansão da sua narrativa para outros espaços e novas aventuras.

De acordo com o esquema revelado pela Figura 4, podemos também concluir que o *timing* das plataformas e da divulgação dos conteúdos inerentes à estratégia foi sequencial e a sua audiência ativa, tendo o envolvimento da mesma contribuído para a expansão do universo *Beat Girl*. Relativamente à localização, podemos considerar que as extensões da narrativa funcionaram maioritariamente online.

| BEAT GIRL  |            |           |              |             |
|--|------------|-----------|--------------|-------------|
| MEIOS  | TIMING     | AUDIÊNCIA | ENVOLVIMENTO | LOCALIZAÇÃO |
| Websérie, social media, livro, filme e aplicação para telemóvel. | Sequencial | Ativa     | Sim          | Online      |
| ORIGEM: social media, Pinterest                                  |            |           |              |             |

**Figura 4:** Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso *Beat Girl*, de acordo com os meios utilizados, timing das plataformas, atividade da audiência, o seu envolvimento na expansão da narrativa e localização.

### iii. Cathy's Book

*Cathy's Book* foi publicado em 2006 e trata-se de uma obra para jovens adultos que integra elementos de um jogo de realidade alternativa. O livro toma a forma de um diário escrito pela protagonista Cathy Vickers, que enfrenta o fim de namoro com Victor. O diário foi deixado à melhor amiga de Cathy, Emily, e procura seguir as razões por detrás da partida de Victor e as ligações de Cathy à mitologia chinesa. Os leitores, são assim convidados a resolver o mistério

juntamente com Emily, uma vez que no diário são disponibilizados números de telefone, cartas, imagens, certidões de nascimento e pequenos apontamentos que permitem interagir e desenvolver a história.

O website<sup>10</sup> do projeto, onde jogadores e leitores discutem as suas teorias e partilham os seus próprios conteúdos sobre a história, conta já com mais de mil utilizadores. Devido ao seu sucesso, em 2008 e 2009 foram publicadas, respetivamente, as sequelas *Cathy's Key* e *Cathy's Ring*.

Enquanto narrativa transmedia, *Cathy's Book* desvia-se dos projetos analisados até ao momento, primeiro porque não parte de um conteúdo audiovisual mas sim de um livro e, segundo, porque impõe ao consumidor uma tomada de ação em relação ao desenvolvimento da história. No caso do *The Matrix*, ainda que sejam divulgadas pistas que a audiência pode seguir para conhecer melhor o universo da história, não há uma obrigatoriedade em fazê-lo. Por essa razão, há pessoas que apenas viram os filmes ou outras que só jogaram os jogos. No entanto, *Cathy's Book* é um livro interativo e a sua natureza pressupõe a participação da audiência num grau muito mais elevado que nos casos anteriores, na medida em que o público tem de assumir o papel de investigador para descobrir elementos-chave que o permitam avançar na narrativa.

Assim, *Cathy's Book* pode ser considerado uma narrativa transmedia nativa, uma vez que foi originalmente concebido com o intuito de promover a interatividade num projeto que, mais do que narrar uma história, oferece uma experiência aos seus leitores. Para além de ser um projeto nativo, *Cathy's Book* é igualmente uma narrativa transmedia de estratégia tática que, como foi referido anteriormente, se caracteriza por um planeamento cuidadoso, desde os seus primórdios até ao suposto desfecho.

Como a Figura 5 revela, podemos concluir que o *timing* das plataformas e da divulgação dos conteúdos inerentes à estratégia foi simultâneo e a sua audiência ativa, tendo o envolvimento da mesma contribuído, em alguma medida, para a

---

<sup>10</sup> Disponível em <http://www.cathysbook.com>, acedido a 5 de janeiro de 2017.

expansão do universo da história. Relativamente à localização, podemos considerar como sendo simultaneamente offline e online, na medida em que a história tem como ponto de partida um livro e é depois conjugada com um website e a utilização de *social media*.

| CATHY'S BOOK                             |            |           |              |                  |
|--|------------|-----------|--------------|------------------|
| MEIOS                                    | TIMING     | AUDIÊNCIA | ENVOLVIMENTO | LOCALIZAÇÃO      |
| Livro interativo, website, social media. | Simultâneo | Ativa     | Sim          | Online e offline |
| ORIGEM: livro                            |            |           |              |                  |

**Figura 5:** Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso *Cathy's Book*, de acordo com os meios utilizados, timing das plataformas, atividade da audiência, o seu envolvimento na expansão da narrativa e localização.

#### iv. Star Wars

*Star Wars* é considerado por Scolari (2013) e Jenkins (2006), como uma das experiências transmedia mais importantes do século XX. O seu universo de fantasia e ficção científica remonta a maio de 1977, com o filme *Star Wars Episode IV: A New Hope*, realizado por George Lucas e viria, até 2008, a contar com mais seis filmes.

O universo introduzido pelo primeiro filme tomou proporções que eram, na altura, impensáveis. Na realidade, hoje há pelo menos duas gerações que cresceram com a saga Guerra das Estrelas, seja pelo contacto com os filmes, como também pelo consumo das outras formas através das quais a história se propagou, ao expandir-se por múltiplas plataformas.

No mesmo ano do lançamento do quarto episódio da saga, em 1977, a Marvel lançou a primeira banda desenhada do universo *Star Wars* que, apesar de nos seus seis primeiros volumes se limitar a concretizar uma adaptação da história, acabou depois por expandir a narrativa, relatando situações inéditas que contribuíram para o desenvolvimento e compreensão da história. Até 1980, data em que saíria o segundo filme da saga, correspondente ao quinto episódio, para

além da banda desenhada, foram também produzidos um episódio especial de natal, com a duração de duas horas, e um *spin-off* baseado na primeira versão do guião cinematográfico.

Não obstante, só em 1987 ocorreu aquele que Scolari (2013) considera o maior impulso para a criação do universo *Star Wars*, o lançamento do jogo *Star Wars Roleplaying Game* (p.28-29).

No espaço temporal que vai de 1977 a 2016, o universo da história cresceu incansavelmente com a realização de nove filmes, nove programas de televisão, pelo menos dois musicais, diversos volumes de banda desenhada, programas de rádio, websites, jogos e produtos de merchandising.

Dos quatro projetos transmedia analisados até ao momento, o caso *Star Wars* é o que se destaca mais a nível de longevidade e envolvimento das audiências. Neste último ponto, ele diverge dos exemplos transmedia anteriores pela colaboração dos fãs na expansão da própria história, através da criação de conteúdos próprios. Jenkins (2006), destaca esta cooperação dos fãs com o universo narrativo através do termo *fandom*<sup>11</sup>, de acordo com o qual os utilizadores colaboram ativamente no processo de expansão transmedia.

Como *The Matrix*, *Star Wars* é uma narrativa transmedia de *franchise*, de tipo estratégico, que viu a sua expansão influenciada pelas condições favoráveis do ecossistema em que estava inserido.

De acordo com o esquema revelado pela Figura 6, podemos também concluir que o *timing* das plataformas e da divulgação dos conteúdos inerentes à estratégia foi não-linear e a sua audiência ativa, tendo o envolvimento da mesma contribuído, em grande medida, para a expansão do universo *Star Wars*.

---

<sup>11</sup> Termo gerado a partir da expressão *fan kingdom*, que numa tradução literal para português significa 'reino dos fãs'. Refere-se a uma subcultura composta por um conjunto de pessoas que partilham o apreço e o êxtase por algo em comum, como uma história, filme ou uma banda musical. Atualmente, a existência de *fandoms* é essencial ao crescimento e movimento da indústria de entretenimento, uma vez que os elementos que os constituem, são os principais consumidores dos *media*.

| STAR WARS  |            |           |              |                  |
|--|------------|-----------|--------------|------------------|
| MEIOS  | TIMING     | AUDIÊNCIA | ENVOLVIMENTO | LOCALIZAÇÃO      |
| Filmes, websites, banda desenhada, jogos, série de televisão, merchansising, fanfiction. | Não-linear | Ativa     | Sim          | Online e offline |
| ORIGEM: audiovisual, cinema  |            |           |              |                  |

**Figura 6:** Sintetização da estratégia transmedia utilizada no caso *Star Wars*, de acordo com os meios utilizados, *timing* das plataformas, atividade da audiência, o seu envolvimento na expansão da narrativa e localização.

Concluído o capítulo que encerra o enquadramento teórico da presente dissertação, apresenta-se a componente metodológica (capítulo 3) e prática da investigação (capítulo 4), centrada na apresentação, desenvolvimento e avaliação de uma estratégia transmedia para o público infantojuvenil.

## Capítulo III

### 3. Metodologia de investigação

De acordo com o que foi explanado na introdução ao presente estudo, a investigação tem como objetivo primordial dar resposta à questão de investigação, através da criação de uma estratégia transmedia para o conto *A menina do mar*, de Sophia de Mello Breyner Andresen. Pretende-se, deste modo, dar ênfase às potencialidades e ao impacto que as estratégias transmedia podem ter, quando aplicadas a um contexto tipicamente literário, que, como já referido, conta uma história através de um único sistema de significação (verbal) e meio (livro).

Neste contexto, a metodologia selecionada para o estudo é de natureza qualitativa. Como as investigações podem assumir diversos propósitos, é possível também afirmar que o estudo em desenvolvimento é exploratório, na medida em que se propõe aferir a viabilidade de uma estratégia transmedia aplicada ao público infantojuvenil, através da concretização de um projeto-piloto. Pressupõe-se assim, avaliar o fenómeno das narrativas transmedia sob um novo ponto de vista, realizando uma análise preliminar sobre qual a melhor estratégia transmedia a ser aplicada no contexto descrito e também descortinar possíveis valências do seu uso.

A Tabela 1 sistematiza as etapas de investigação utilizadas na dissertação:

**Tabela 1:** Etapas da metodologia de investigação

| ETAPAS                     | OBJETIVOS  | PARTICIPANTES | EQUIPAMENTOS                     | PERÍODO TEMPORAL               |
|----------------------------|--|---------------|----------------------------------|--------------------------------|
| 1<br>Revisão da literatura | Clarificar o conceito de transmedia, a sua origem e situações típicas de uso | Investigador  | Computador com acesso à internet | De setembro a dezembro de 2016 |

|   |  |   |  |  |                                       |
|---|--|---|--|--|---------------------------------------|
| 2 | <b>Análise exploratória de projetos transmedia</b>               | Compreender os pontos fortes de 4 projetos transmedia e extrair <i>guidelines</i> essenciais à concretização da adaptação da narrativa transmedia ao conto literário selecionado            | Investigador   | Computador com acesso à internet                           | De dezembro de 2016 a janeiro de 2017 |
| 3 | <b>Planeamento e conceção do projeto e estratégia transmedia</b> | Adaptar uma narrativa literária clássica (conto) a uma narrativa transmedia destinada ao público infantojuvenil<br><br>Conceber um projeto e estratégia transmedia viáveis para o estudo    | Investigador, Jaime Ribeiro, Joana Francisco, Carla Augusto, Alunos e docente do 4º ano da Escola EB1 de Vila do Bispo, Nuno Silvestre e António Augusto | Computador, câmara de filmar, gravador de áudio, tripé     | De setembro de 2016 a maio de 2017    |
| 4 | <b>Construção do guião para <i>focus group</i> e entrevista</b>  | Criar instrumentos capazes de reunir dados fiáveis para responder à questão de investigação   | Investigador   | Computador   | Maio de 2017                          |
| 5 | <b><i>Focus group</i></b>  | Compreender a validade, vantagens e desvantagens da estratégia transmedia adotada<br><br>Compreender como a narrativa transmedia é avaliada à luz do conhecimento e colaboração na história | Investigador e 20 crianças <sup>12</sup> da turma do 4º ano da EB1 de Vila do Bispo  | Gravador de áudio, câmara de filmar, computador e projetor | 30 de maio de 2017                    |

<sup>12</sup> Das 21 crianças que formavam a turma, apenas 1 não participou no *focus group*, devido à ausência da autorização do seu tutor legal, para este momento de recolha de dados.

|          |                                      |   |   |                   |                    |
|----------|--------------------------------------|---|---|-------------------|--------------------|
| <b>6</b> | <b>Entrevista</b>                    | Identificar qual a viabilidade da utilização do projeto como ferramenta de trabalho e conhecer os desafios e vantagens associados à colaboração dos alunos no mesmo | Investigador e docente da turma do 4º ano da EB1 de Vila do Bispo | Gravador de áudio | 1 de junho de 2017 |
| <b>7</b> | <b>Tratamento e análise de dados</b> | Elaborar interpretações e conclusões que permitam responder à questão de investigação   | Investigador  | Computador        | Junho de 2017      |

A revisão da literatura e o enquadramento teórico têm um papel especialmente relevante nos estudos exploratórios (Saunders, Lewis and Thornhill, 2012). Por essa razão, no segundo capítulo do enquadramento teórico foi proposta a revisão exploratória de quatro projetos transmedia na área da ficção: *The Matrix*, *Beat Girl*, *Cathy's Book* e *Star Wars*. A análise efetuada foi desenvolvida à luz dos conhecimentos adquiridos e à luz dos autores estudados, traduzindo-se num esquema síntese da estratégia usada em cada um dos casos, fazendo referência aos meios utilizados na expansão da narrativa, ao *timing* das plataformas (sequencial, simultâneo, paralelo ou não-linear), à caracterização da audiência (passiva ou ativa), ao seu envolvimento no processo de expansão e à localização (online, offline ou geográfica).

Através da revisão exploratória dos quatro casos foi possível obter um conhecimento geral de cada um, compreender os seus pontos fortes e extrair *guidelines* essenciais à concretização da adaptação da narrativa transmedia ao conto literário selecionado.

### 3.1. A obra

*A menina do mar* foi o primeiro conto de Sophia de Mello Breyner Andresen destinado ao público infantil e foi editado pela primeira vez em 1958.

Tendo como cenário a praia, o livro conta a história de amizade entre um rapaz e a Menina do Mar que, apesar de mundos diferentes, são irremediavelmente unidos pelas circunstâncias e pela curiosidade de cada um. Ela vive no mar, é bailarina da “Grande Raia”, uma rainha dos mares, que sobre ela mantém estreita vigilância, e tem como amigos um peixe, um polvo e um caranguejo. Ele, que vive na terra, é vivaz, explorador e anseia pelo mar. Juntos, descobrem o que é o amor, a saudade e a alegria, numa tentativa de concretizarem os seus sonhos.

A escolha desta obra, para servir a adaptação de uma estratégia transmedia, esteve, em grande parte, associada a razões de ordem pragmática. Para concretizar um projeto transmedia no espaço temporal de meio ano, é necessário pensar nos recursos disponíveis para narrar a história com todos os detalhes necessários, uma tarefa que não é facilitada se se tiver em consideração a maioria dos contos para o público infantojuvenil. Estes contos integram, numerosas vezes, elementos do género da ficção e do fantástico, como a presença de animais que assumem vida e características quase humanas.

Tendo em consideração o período temporal e os recursos técnicos disponíveis, a primeira e principal condição que levou à preferência pela obra *A menina do mar* foi o equilíbrio entre os elementos reais e fictícios, na medida da sua representação visual:

- Uma parte da ação é desenvolvida na terra e outra parte no mar;
- Uma das personagens é um rapaz e a menina do mar é uma mistura entre a ficção e a realidade, ainda que as restantes sejam completamente ficcionais.

Este equilíbrio e esta conjugação entre elementos, apresenta as condições ideais para integrar diferentes meios e plataformas para narrar a história, na

medida em que as suas diferenças e especificidades são mais propícias a destacar determinada parte da narrativa.

Outra das razões associada à aplicação do projeto na obra em destaque não se prendeu com a obra em si, mas com o facto de ela ser um conto literário. Por essa razão, apresenta apenas uma ação de curta extensão, traduzindo-se num menor número de personagens e num espaço e tempos concentrados, tornando o projeto mais simples de produzir e pós-produzir.

Também de acordo com as componentes-chave que devem compreender o desenvolvimento das narrativas transmedia, definidas por Pratten (2011), a existência de uma boa história é essencial ao sucesso de qualquer projeto transmedia. Neste sentido, *A menina do mar* apresenta uma narrativa ideal, de estrutura bem definida, com princípio, meio e fim, aliada à existência de protagonistas fortes, com os quais o público-alvo se pode identificar com alguma facilidade.

### **3.2. Os participantes do estudo**

Os participantes do estudo são elementos do público infantojuvenil, em especial, crianças literadas, entre os nove e os dez anos de idade, que frequentam o ensino público português.

A amostra para o estudo foi reunida com recurso ao processo de amostragem por conveniência, um método não-probabilístico usado para definir a amostra de um estudo, frequentemente aplicada nas ciências sociais, pela sua acessibilidade e baixo custo, ainda que tenha como desvantagem a impossibilidade de generalização dos dados reunidos no término da investigação (Coutinho, 2011, p.90).

Este processo de amostragem resultou num conjunto de vinte e uma crianças, pertencentes ao 4º ano da Escola EB1 de Vila do Bispo, do agrupamento de Sagres. Este grupo de alunos esteve ativamente envolvido no desenvolvimento e concretização da narrativa transmedia.

A sua colaboração na fase de recolha de dados foi assegurada através de um pedido de autorização (Anexo 1), dirigido aos encarregados de educação dos alunos, explicando o projeto e os propósitos da sua avaliação.

### **3.3. Processo de recolha de dados**

Para a investigação recolheram-se dados primários de cariz qualitativo através da aplicação das seguintes técnicas: *focus group* e entrevista.

Como Bryman (2012) explica, quando um investigador opta pela aplicação de um *focus group* como técnica de recolha de dados, o seu interesse assenta, sobretudo, na revelação dos pontos de vista dos participantes, quando confrontados com o assunto em estudo: “*Focus groups typically emphasize a specific theme or topic that is explored in depth (...)*” (p.501). Deste modo, tem um contributo especialmente valioso na recolha de informação qualitativa sobre as atitudes e perceções dos participantes.

A concretização do *focus group*, no âmbito do presente estudo, tem um objetivo essencialmente descritivo e experimental, na medida em que pretende considerar a visão dos participantes em relação ao projeto transmedia, mas também obter as suas reações a esse mesmo projeto.

Assim, e como sistematizado na Tabela 1, o *focus group* foi aplicado aos participantes do estudo referidos no ponto anterior, os vinte e um alunos da turma do 4º ano da Escola EB1 de Vila do Bispo.

Para garantir a concretização ideal da sessão, foi elaborado um guião (Anexo 2) dividido em dois momentos essenciais à investigação: o primeiro dedicado ao contacto das crianças com o projeto, com o intuito de anotar reações e comentários à narrativa transmedia e possíveis dificuldades de acesso ou navegação na plataforma, e o segundo momento dedicado à discussão em grupo de oito questões centradas na avaliação do projeto e estratégia transmedia usada, bem como na compreensão da história. Durante todo o processo estiveram presentes três elementos para além das crianças: o investigador, a docente da turma e um responsável pela captação de imagem e áudio.

A entrevista (Anexo 3), por sua vez, foi aplicada como complemento ao *focus group*, com o intuito de averiguar a perspectiva do docente responsável pelos alunos da turma do 4º ano. Constituída por onze questões e semiestruturada, a entrevista centrou-se na obtenção de respostas sobre os desafios e vantagens inerentes à colaboração dos alunos no projeto transmedia, ao projeto em si e à sua viabilidade e possíveis contextos de utilização.

Pela importância do projeto-piloto no estudo em desenvolvimento, o capítulo seguinte é inteiramente dedicado à sua planificação e conceção, com o intuito de dar a conhecer cada uma das partes que o integra, a estratégia adotada e respetiva fundamentação.

## Capítulo IV

### 4. Desenvolvimento do projeto: “A menina do mar | Uma aventura transmedia”

A narrativa transmedia proposta repartiu a história d’*A menina do mar* em nove partes distintas, a serem narradas por meios e tecnologias diferentes, que resultaram em três curtas-metragens, uma delas de animação, dois ficheiros de áudio, uma banda desenhada e ilustrações (Figura 7).



**Figura 7:** Sintetização do projeto transmedia proposto, de acordo com a divisão do conto por partes, respetivo título e meios utilizados.

A primeira etapa da concretização do projeto transmedia consistiu na leitura integral da obra de Sophia de Mello Breyner. Só assim foi possível averiguar todos os detalhes e personagens essenciais à narrativa e definir aquela que seria a divisão final da história, de forma a criar uma estrutura coerente para a adaptação do conto à estratégia transmedia.

Esta divisão da história corresponde a um dos dois processos explanados por Phillips (2012), utilizados para contar histórias através de uma estratégia transmedia, segundo o qual se seleciona uma única história e se procede à sua repartição e distribuição por múltiplos *media*, em oposição à criação de uma história de raiz e à sua expansão progressiva e *ad infinitum* ((Phillips, 2012, p.15).

Os recursos e as competências técnicas disponíveis e a medida de representação visual dos elementos reais e fictícios presentes na história, foram fatores decisivos para a divisão da história representada da Figura 7. Por esta mesma razão, em vídeo, apenas foram narradas as componentes do conto passíveis de serem transmitidas através de imagens reais e concretas. Assim, a presença de elementos fictícios inerentes a personagens como a Menina do Mar, o polvo, o caranguejo e o peixe, foi compensada com a narração das restantes partes da história através de meios e sistemas de significação distintos, como o áudio e as ilustrações.

No fundo, as nove partes constituintes da narrativa transmedia foram organizadas e distribuídas de acordo com as especificidades de cada um dos meios utilizados para contar a história, valorizando as suas contribuições únicas e singulares para a construção de uma narrativa mais criativa e dinâmica.

O projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, seguiu os critérios das narrativas transmedia propostas por Scolari (2013) e Phillips (2012), assentes na utilização de múltiplos meios, na colaboração e envolvimento dos utilizadores no processo de expansão da narrativa, na ausência de repetições de conteúdos entre os vários *media* e na narração de uma única história ao longo do seu desenvolvimento.

Retomando os conteúdos explorados no capítulo 2, a narrativa transmedia proposta pode ser considerada transmedia de *franchise*, uma vez que a história foi primeiramente desenvolvida num formato específico, o livro, e só depois expandida para outros formatos. Por norma, e como foi já referido, o tipo de transmedia associado ao transmedia de *franchise* seria o transmedia estratégico, por se encontrar intimamente ligado aos designados *big-budget franchise*. Não obstante, o projeto proposto é uma narrativa transmedia tática, o que significa

que, ao contrário da anterior, assenta num planeamento e conceção cuidadosos da criação e expansão da narrativa, desde o seu início ao seu fim.

A estratégia transmedia adotada foi moldada de acordo com as restrições associadas aos direitos de autor do conto e do próprio público-alvo. Por esta razão, todas as componentes do projeto foram agrupadas numa plataforma de acesso restrito<sup>13</sup>, uma agregação que não é comum nas narrativas transmedia, mas que permitiu corresponder às exigências colocadas pela Sociedade Portuguesa de Autores, conforme referido na introdução a este documento de dissertação, e contornar questões de segurança associadas à navegação de menores no mundo da web. O projeto encontra-se online em: <https://projetomeninadomar.wordpress.com>. O acesso é apenas possível mediante fornecimento, pela investigadora, de uma *password*.

Tendo em consideração os fundamentos gerais caracterizadores das narrativas transmedia, explorados no segundo capítulo, a concentração do projeto transmedia num único espaço não está alinhada com a essência das narrativas transmedia, na medida em que as mesmas operam através da dispersão sistemática de elementos integrais de uma ficção por múltiplos canais de distribuição (Jenkins, 2010, p.944). Todavia, na estratégia transmedia proposta, o conteúdo continua a estar distribuído por pelo menos três plataformas e mais do que um meio. Para além de fazer uso de vídeo, ilustrações, áudio e texto para construir a narrativa, os próprios vídeos e áudios foram primeiramente alojados no Youtube e Soundcloud, e só depois agrupados na plataforma final, o WordPress.

A incorporação de todos os elementos do projeto numa plataforma base faz, assim, parte da estratégia transmedia adotada para a adaptação do conto literário destinado ao público infantojuvenil e apresenta vantagens no que diz respeito ao acesso e navegação segura das crianças na plataforma online. Não só diminui possíveis distrações, orientando a criança para a narrativa, como possibilita a navegação livre e segura no site.

---

<sup>13</sup> O facto do *site* ser de acesso restrito cumpre uma das exigências da Sociedade Portuguesa de Autores.

#### 4.1. As etapas de desenvolvimento do projeto

- **Curtas-metragens** | [‘Ele, o início’](#) e [‘A ausência’](#)

Como tem vindo a ser explicado, os vídeos foram estrategicamente projetados para momentos do conto passíveis de serem narrados através de imagens e personagens reais. Assim, o vídeo ‘Ele, o início’ (Figura 8), é o responsável por introduzir a audiência na narrativa através da perspectiva do rapaz, fornecendo uma contextualização espacial e uma noção das suas rotinas e vida até ao momento em que encontra a Menina do Mar.

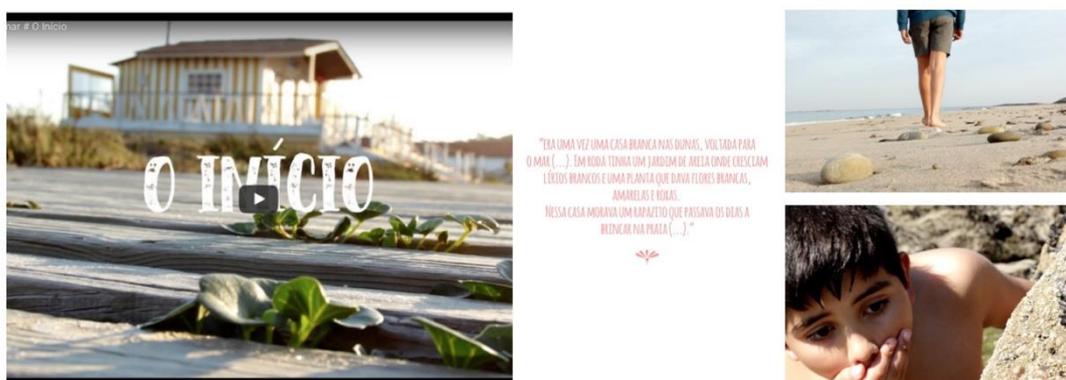


Figura 8: Galeria de imagens relativa à curta-metragem “Ele, o início”.

O vídeo ‘A ausência’ (Figura 9), por sua vez, mantém a contextualização espacial do primeiro vídeo, mas refere-se ao período temporal que ocorre após a separação do rapaz e da Menina, por ordem da Grande Raia, e ao despontar da oportunidade do reencontro.



Figura 9: Galeria de imagens relativa à curta-metragem “A ausência”.

A concretização de qualquer um dos vídeos teve como principal desafio a identificação dos locais mais indicados para as gravações. De acordo com a obra *A menina do mar*, a ação tem lugar numa praia vasta e solitária, com rochas, onde vive um rapaz, numa casa branca sobre as dunas. Encontrar a localização geográfica mais indicada para retratar este espaço, da forma mais próxima ao descrito no conto, foi um processo moroso a vários níveis, que contou com alguns dias de viagem, primeiro, para levar a cabo um estudo de campo e em segundo, para concretizar as gravações.

Os locais selecionados para filmar, numa primeira fase, os dois vídeos, foram a Praia de Quiaios e a Praia da Figueira da Foz. No entanto, por incompatibilidades de paisagem e luz, que tornavam improváveis a conjugação das duas localizações no processo de edição, selecionou-se um segundo lugar para gravar: a Praia das Pedrinhas, no concelho de Esposende. Os três locais acabaram por integrar as versões finais das curtas-metragens, cada um deles servindo um propósito específico: dar a conhecer a casa do rapaz nas dunas (Praia de Quiaios), as suas aventuras na praia e nas rochas (Praia da Figueira da Foz e Praia das Pedrinhas).

As filmagens foram realizadas nos dias 11 e 22 de abril, com recurso a uma Canon 600D, objetivas de 24-105mm e 50mm, bem como um *audio recorder* Zoom H5, seguindo o guião técnico (Anexo 4) previamente definido.

A fase de pós-produção foi desenvolvida no Premiere Pro e incluiu um período de tempo dedicado à seleção da banda sonora ideal, alcançada através da plataforma Free Music Archive<sup>14</sup>. Desta forma, foram escolhidas seis músicas de dois compositores - Blue Dot Sessions e Sergey Cheremisinov, alojadas sob uma licença *Creative Commons*<sup>15</sup>, que acabaram por ser transversais a toda a narrativa transmedia.

---

<sup>14</sup> Biblioteca interativa de música que permite o *download* de áudio autorizado de alta qualidade, dirigido pela WFMU, uma estação de rádio americana - <http://freemusicarchive.org/>.

<sup>15</sup> Creative Commons (CC) é uma entidade sem fins lucrativos criada para promover uma maior flexibilidade na utilização de obras protegidas por direitos de autor. Assim, um autor ou detentor de direitos tem a opção de permitir o uso mais amplo das suas obras por terceiros, sem que estes o façam através da infração às leis de proteção à propriedade intelectual.

Finalizados os dois vídeos, ‘O início’ com uma duração de quase três minutos e ‘A ausência’ com cerca de um minuto, a divulgação foi, primeiro, concretizada através do *upload* das curtas-metragens para o Youtube e depois concluída com a sua incorporação na plataforma de WordPress.

- **Áudio** | [‘A promessa’](#) e [‘A separação’](#)

Para os ficheiros de áudio do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, o maior desafio foi encontrar as vozes indicadas para cada personagem do conto e, mais tarde, para o narrador. Inicialmente, os áudios foram planeados para funcionar apenas com os diálogos, *foley* e banda sonora. Ou seja, a emoção e o drama implícitos, por exemplo, à separação, que corresponde ao conflito e ao auge da ação no conto, deveriam ser transmitidos à audiência em toda a sua plenitude, levando-os a querer saber mais e ouvir mais sobre o desenrolar da história. Todavia, concluídas as primeiras versões dos ficheiros de áudio, verificou-se que a presença daqueles elementos não seria suficiente para transmitir, na sua amplitude, as partes da história que estavam a ser trabalhadas. Foi então necessário gravar, à parte, as deixas do narrador e inseri-las no momento de pós-produção.

A criação dos ficheiros de áudio passou pela fase de seleção das vozes para o rapaz, a Menina do Mar, o peixe, o polvo e o caranguejo. O desafio esteve sempre em encontrar vozes com timbres e cadência que correspondessem, de alguma forma, não só às características físicas das personagens, mas também às suas características psicológicas, subentendidas no decorrer da narrativa. Assim, anteriormente às gravações oficiais, foram realizadas gravações-teste, que serviram como ensaios e também audições para os atores finais.

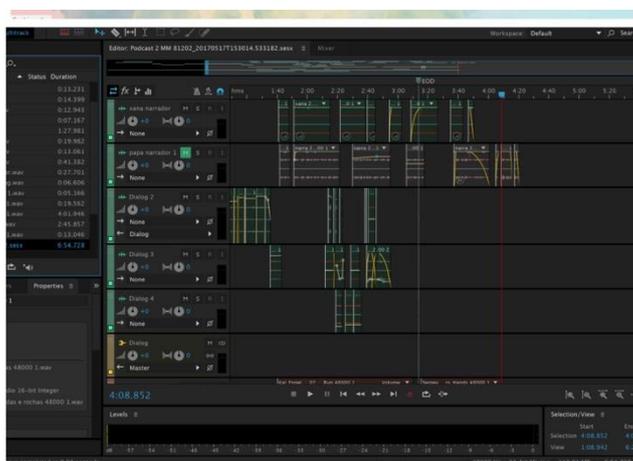
A 5 e 16 de maio concretizaram-se as gravações dos áudios, com recurso ao *audio recorder* Zoom H5. O *foley*, por sua vez, foi gravado nos dias das filmagens para as curtas-metragens, nos locais correspondentes à ação.

A etapa de pós-produção foi desenvolvida no Audition e resultou no ficheiro de áudio 'A promessa', com uma duração de três minutos e no ficheiro de áudio 'A separação', com quatro minutos (Figura 10).

Como já foi referido no ponto anterior, a banda sonora selecionada para



Figura 10: Galeria de imagens relativa a pós-produção dos ficheiros de áudio "A promessa" e "A separação".



integrar os ficheiros de áudio foi também a banda sonora escolhida para as curtas-metragens, de forma a estabelecer elos de ligação e continuidade entre as diferentes partes da narrativa transmedia.

- **Banda desenhada** | [‘As coisas da terra’](#)

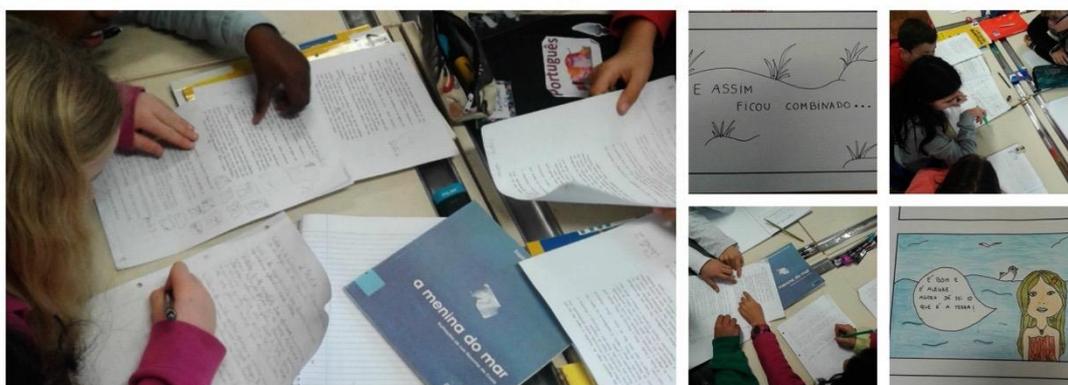
A banda desenhada pode ser considerada como o primeiro momento da narrativa transmedia assente na participação e colaboração da

audiência, na medida em que o público-alvo, neste caso os participantes no estudo, estiveram ativamente envolvidos na sua elaboração.

Orientados pela docente Tânia Silvestre, as crianças da turma do 4º ano da EB1 de Vila do Bispo foram as responsáveis por toda a planificação e concretização da banda desenhada, que narra a amizade e o carinho crescentes entre o rapaz e a Menina do Mar, após o seu primeiro encontro atribulado.

O desenvolvimento desta etapa da narrativa transmedia passou por cerca de seis fases (Figura 11), tendo-se iniciado com a leitura integral da obra e todo o trabalho de interpretação adjacente, que contou com o desafio inicial de fazer um único desenho capaz de identificar o conto ou ilustrar o rapaz, cujo nome e descrição física estão ausentes na história.

Ao longo do mês e meio necessários à elaboração da banda desenhada, a docente tirou proveito do projeto para trabalhar e desenvolver com os alunos competências ligadas à leitura e interpretação de histórias, à identificação de diferentes géneros textuais e ao conhecimento e aplicação de técnicas de desenho e pintura.



**Figura 11:** Galeria de imagens relativa às fases de desenvolvimento da banda desenhada.

Na segunda, terceira e quartas fases de desenvolvimento da banda desenhada, foi proposta a divisão da parte da história que lhes estava destinada em três momentos, definindo-se, igualmente, o que cada uma delas iria conter: quantas vinhetas, o que era fundamental aparecer nas imagens, tipos de enquadramentos necessários e quais as falas e as legendas a integrar. Neste sentido, foi concretizado um projeto para cada um dos três momentos da banda desenhada que confluuiu, por fim, na etapa de construção propriamente dita.

Esta fase incluiu uma audição para o desenho, que contou com a colaboração de cada uma das vinte e uma crianças. O intuito era o de uniformizar e manter a continuidade das personagens ao longo da banda desenhada, daí que todos os alunos tenham tido a oportunidade de desenhar a sua versão de cada uma das personagens da história. Após a audição, docente e alunos

selecionaram os melhores esboços para cada personagem e as crianças responsáveis por eles ficaram encarregues de a desenhar no decorrer de todo o projeto.

Definido o número de vinhetas e oficialmente desenhada cada uma delas, com os balões de fala e legendas necessárias, a última fase da construção da banda desenhada foi a pintura, para a qual os alunos tiveram de aprender e melhorar técnicas que vão desde a combinação à gradação de cores. Por fim, todas as páginas da banda desenhada foram digitalizadas e reorganizadas, vinheta a vinheta, com recurso ao Photoshop, para corresponder à sua formatação final (Figura 12).



Figura 12: Imagens ilustrativas do resultado final da banda desenhada "As coisas da terra".

- **Animação** | [‘A viagem’](#)

A animação foi feita com recurso à técnica de *stop motion*, que utiliza a disposição sequencial de fotografias diferentes do mesmo objeto inanimado para simular o seu movimento. A técnica foi aplicada numa sequência de pequenas ilustrações pintadas a aguarela, cujas deslocações e movimentos eram concretizados em sobreposição a uma ilustração fixa, usada para transmitir a localização temporal, mas sobretudo espacial da ação.

O *stop motion* foi utilizado para narrar a viagem de sessenta dias e sessenta noites do rapaz até à Menina do Mar, passando pelo mar dos sargaços, pelos veleiros, navios, todo o tipo de animais e até naufragos (Figura 13).

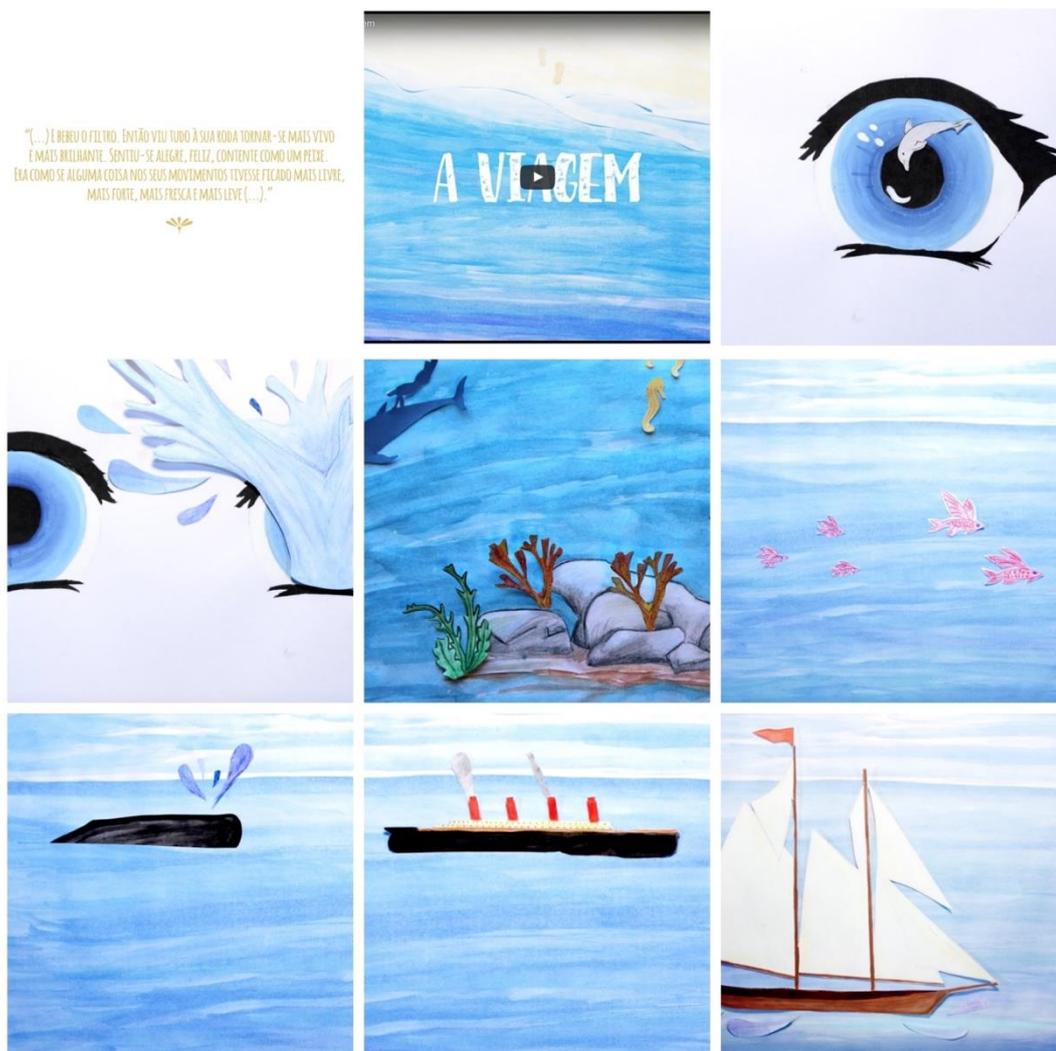


Figura 13: Galeria de imagens relativa à animação “A viagem”.

A fase de conceção e planeamento do vídeo de animação contou com o apoio e orientação da Carla Augusto, elemento voluntário do Cineclube de Viseu e uma das responsáveis pelo projeto Cinema para as Escolas (Pequeno Cinema)<sup>16</sup>.

A concretização da animação propriamente dita foi feita com recurso a uma Canon 600D, um tripé, uma mesa de trabalho improvisada e três focos de luz localizada, controlada consoante a necessidade, seguindo um *storyboard* previamente estabelecido.

<sup>16</sup> O projeto Cinema para as Escolas, promovido pelo Cineclube de Viseu, pode ser consultado através do link: <http://www.cineclubeviseu.pt/PEQUENO-CINEMA>, acedido a 20 de janeiro de 2017.

No total, foram necessárias quinhentas e vinte e duas fotografias para criar um vídeo com cerca de um minuto de duração. A pós-produção foi desenvolvida no Premiere Pro e incluiu a criação, procura e seleção de *foley* adequado à ação narrada e à própria banda sonora.

- **Ilustrações** | [‘Ela, o início’](#) e [‘A saudade’](#)

O primeiro grupo de ilustrações, ‘Ela, o início’, narra a história da Menina do Mar, contada na primeira pessoa ao rapaz, na altura em que se conhecem. Por se centrar num momento inicial da história em que as duas personagens estão ainda numa fase preliminar do seu envolvimento, ignorantes a tudo o quanto ainda está por vir, foi importante garantir que as ilustrações reproduzissem com leveza e dinamismo, as rotinas da Menina e dos seus companheiros, fazendo uso de cores alegres e de um desenho de mais detalhe, para acompanhar aquela que é uma partes mais descritivas do conto (Figura 14).



**Figura 14:** Galeria de imagens relativa às ilustrações “Ela, o início”.

Esta parte do projeto, que contou com um total de cinco ilustrações, posteriormente digitalizadas, foi concebida pelo Nuno Silvestre, responsável pela criação do desenho, e pela Tânia Silvestre, responsável pela técnica de pintura.

Por sua vez, as ilustrações ‘A saudade’, referentes a uma das etapas finais do conto, foram fruto de uma experiência de autoconhecimento e tentativa de contrabalançar desequilíbrios e contratempos de última hora relacionados

com o seu desenvolvimento. Como aconteceu com todas as partes da narrativa transmedia em destaque, o primeiro passo para a sua conceção centrou-se numa leitura atenta do momento do conto sobre a qual incidia, de forma a perceber não só o género de ilustrações mais indicadas, mas também os elementos a integrar na ilustração.

Cada uma das ilustrações, também cinco no total, foi elaborada pela investigadora, com recurso a aguarela e posteriormente digitalizada e editada no Photoshop para melhorar e reforçar os detalhes da pintura e inserir elementos textuais chave para a sua compreensão (Figura 15).



Figura 15: Galeria de imagens relativa às ilustrações “A saudade”.

A integração de texto nas imagens, localizado de forma ponderada e cuidada, complementou a informação a ser transmitida por esta componente da narrativa transmedia. Na realidade, o objetivo desta sequência de ilustrações esteve sempre intimamente ligado à capacidade para transmitir, ao público-alvo, as emoções de uma Menina do Mar que se viu despojada do que amava e envolta numa saudade tão profunda como o mar que a separava do rapaz e amigo que já não tinha ao seu lado.

- **Componente interativa** | [‘O reencontro’](#)

A componente interativa refere-se à nona e última parte do projeto, ‘O reencontro’, que induz os participantes à ação, lançando-lhes o desafio de criar e desenvolver o final do conto *d’A menina do mar*, ou seja, o reencontro tão desejado entre os dois companheiros da história. Neste momento do

projeto não são concedidas sugestões ao nível dos meios e técnicas a usar, por isso não existem limitações à criatividade ou imaginação da audiência, sendo que se espera que, após o contacto com as oito partes precedentes do projeto, ela esteja apta a agir e a contribuir, individualmente ou em grupo, para a expansão da narrativa.

- **A plataforma online**

Como Pratten (2011) refere, a melhor plataforma para levar a cabo a expansão de uma narrativa transmedia, é aquela que melhor servir o projeto que se está a desenvolver. Neste caso, a plataforma escolhida para agregar o projeto-piloto, tornando-o apto para a fase de recolha de dados da investigação, foi o WordPress.

O WordPress é um sistema de gestão de conteúdos usado para criar e manter, de maneira simples e prática, o conteúdo de *sites*, blogues e até aplicações. Trata-se de uma opção viável para o contexto em destaque, por se tratar, sobretudo, de uma solução *open source* - grátis, onde é possível estruturar uma página através de *layouts* predefinidos, que se ajustam ao tipo de conteúdos pretendidos. O WordPress apresenta igualmente, para utilizadores aderentes, o acesso a *upgrades* e ferramentas *premium* pagas, que permitem uma capacidade de edição, personalização e armazenamento mais elevados.

Para além do que já foi mencionado, a preferência por este sistema de gestão de conteúdos, esteve também associada a razões de ordem pragmática, como o conhecimento das suas funcionalidades, vantagens e desvantagens, sendo uma delas, a possibilidade de criar uma plataforma protegida por *password*, que salvaguardasse o acesso exclusivo do projeto, aos participantes do estudo.

Para a plataforma WordPress do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, foi usado o tema Sketch, um tema de portfólio dinâmico não pago, de design limpo e leve, que coloca o foco nos conteúdos apresentados e é ideal para evidenciar a vertente criativa da narrativa transmedia. Por ser

um tema livre e grátis, o principal obstáculo na sua utilização foi a impossibilidade de personalizar mais o aspeto final do *site*, sobretudo ao nível de cores e tipografia.

O *site*, como mostra a Figura 9, apresenta uma aparência minimalista e uma estrutura de navegação simples e intuitiva, com um menu de cinco páginas, sendo a página de entrada, a responsável por dar a conhecer a contextualização e âmbito do projeto.



**Figura 16:** Elementos da página WordPress do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”.

A página “Como explorar”, foi criada com os participantes do estudo em mente e explica o projeto num registo linguístico adequado à faixa etária, esclarecendo o que é uma narrativa transmedia e fornecendo dicas de exploração do projeto.

“A equipa” e “A música”, são as páginas que contêm informações detalhadas sobre todos os elementos que integraram e colaboraram no desenvolvimento do projeto e fazem referências aos compositores responsáveis pelas músicas que constituíram a banda sonora.

Por fim, a página “O projeto”, que corresponde à página de portfólio do tema Sketch, é onde podem ser acedidas todas as partes da narrativa transmedia, dos vídeos às ilustrações, por meio da inserção de uma palavra-passe. O esquema desta página foi alcançado com recurso à função *featured images*, que permitiu definir, para cada entrada no portfólio, uma imagem identificativa para acompanhar o título. Assim, todas as partes do projeto são facilmente identificadas, facilitando a sua exploração.

## 4.2. A estratégia transmedia

No capítulo 2, através da análise das narrativas transmedia - *The Matrix*, *Beat Girl*, *Cathy’s Book* e *Star Wars* - foram extraídas as *guidelines* que ajudaram a orientar o desenvolvimento do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”. De acordo com o procedimento efetuado para cada uma das obras exploradas, quando da sua análise, também para a narrativa transmedia proposta, se criou o esquema síntese da estratégia utilizada (Figura 9), fazendo referência aos meios utilizados na expansão da narrativa, ao *timing* das plataformas (sequencial, simultâneo, paralelo ou não-linear), à caracterização da audiência (passiva ou ativa), ao seu envolvimento no processo de expansão e à localização (online, offline ou geográfica).

| A MENINA DO MAR   UMA AVENTURA TRANSMEDIA                            |            |           |              |             |
|--|------------|-----------|--------------|-------------|
| MEIOS  | TIMING     | AUDIÊNCIA | ENVOLVIMENTO | LOCALIZAÇÃO |
| Vídeos, ficheiros de áudio, banda desenhada, ilustrações e animação. | Simultâneo | Ativa     | Sim          | Online      |
| ORIGEM: livro  |            |           |              |             |

**Figura 17:** Sintetização da estratégia transmedia utilizada no projeto-piloto, de acordo com os meios utilizados, *timing* das plataformas, atividade da audiência, o seu envolvimento na expansão da narrativa e localização.

Na medida em que o projeto está concentrado, na sua totalidade e como já foi previamente explicado, numa plataforma de Wordpress, o *timing* das plataformas

e da divulgação dos conteúdos inerentes à estratégia é simultâneo e a sua localização, online. A audiência, por sua vez, tendo em consideração a terceira (banda desenhada) e nona partes (componente criativa) da narrativa, é ativa e o seu envolvimento contribui para a expansão do universo da história.

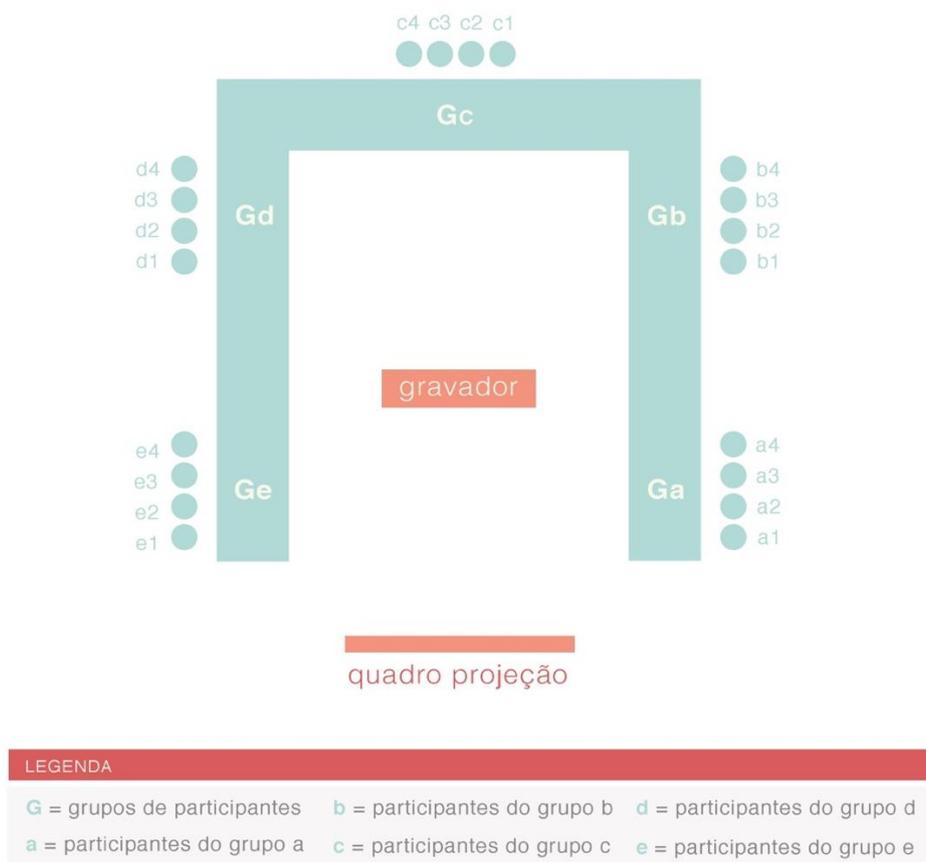
No capítulo seguinte, dá-se início à análise e discussão dos dados provenientes da fase de avaliação do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”.

## Capítulo IV

### 5. Análise e discussão de dados

Como explanado no terceiro capítulo, as técnicas de recolha de dados utilizadas no estudo foram o *focus group* e a entrevista, cujos resultados são agora analisados e ponderados.

O *focus group* foi aplicado a vinte alunos da Escola EB1 de Vila do Bispo e o espaço selecionado para a sua concretização foi a sala de aula dos participantes, um espaço conhecido e confortável, com as secretárias dispostas em “u”, como mostra a Figura 18. A sessão foi dividida em dois momentos principais, o primeiro dedicado à exploração e contacto com o projeto, e o segundo destinado à realização de questões.



**Figura 18:** Esquema de disposição e organização do espaço para a concretização do *focus group*.

## 5.1. Primeiro momento | Contacto com o projeto

A fase de exploração do projeto permitiu anotar reações e comentários à narrativa transmedia e averiguar possíveis dificuldades de acesso ou navegação na plataforma. Para tal, recorreu-se à criação de grupos de quatro participantes definidos pela docente, com acesso a um computador e a um par de auriculares por grupo. Desta forma, componentes audiovisuais do projeto foram visualizadas em pares, à exceção do grupo a (Ga), por ser o único grupo com auriculares individuais.

Os alunos foram convidados a iniciar a sua aventura transmedia por qualquer uma das partes da narrativa, como explicado na página “Como explorar” do projeto. Não obstante, à exceção de um grupo - Ga - todos conduziram a sua exploração pela ordem definida pela numeração, criada para facilitar a navegação e ajudar a identificar as partes já acedidas, ou não, do projeto.

Na tabela seguinte (Tabela 2) são apresentados os resultados do primeiro momento da sessão de *focus group*, salientando expressões e reações, dificuldades, dúvidas e comentários dos participantes, a ter em consideração no estudo.

**Tabela 2:** Resultados do primeiro momento do focus group, o contacto com o projeto

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <p><b>Expressões e reações</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Muita concentração e entusiasmo ao longo de toda a exploração;</li> <li>⇒ Sorrisos e gargalhadas [ficheiro de áudio “A promessa” e animação “A viagem”];</li> <li>⇒ Orgulho e felicidade [banda desenhada “As coisas da terra”];</li> <li>⇒ Nostalgia da vivência da história [ficheiros de áudio “A separação”];</li> <li>⇒ Vontade de dar resposta ao desafio da segunda componente interativa do projeto.</li> </ul> |
| <p><b>Dificuldades</b></p>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Registaram-se dificuldades iniciais associadas à habilidade para utilizar e navegar no computador;</li> <li>⇒ Não se registaram dificuldades de navegação na plataforma.</li> </ul>   |
| <p><b>Dúvidas</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ O grupo b (Gb) teve dúvidas no primeiro ficheiro de áudio, “A promessa”: pediram ajuda porque não sabiam como voltar a repetir o conteúdo para o outro elemento do grupo ouvir;</li> <li>⇒ Não se registaram dúvidas relacionadas com a ordem ou compreensão da narrativa transmedia.</li> </ul>  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Comentários dos participantes | <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ b2: “O vídeo está muito fixe! Até se ouviam as gargalhadas da menina e dos seus amigos!” [referência ao vídeo “Ele, o início”];</li> <li>⇒ a2: “Metete medo, aquela parte dos polvos agarrados...” [referência ao ficheiro de áudio “A separação”];</li> <li>⇒ c4: “Buéda fixe” [referência ao vídeo “Ele, o início”];</li> <li>⇒ “Está cinco estrelas!” [referência ao ficheiro de áudio “A promessa”];</li> <li>⇒ c3: “Ele está bué sozinho...” [referência ao vídeo “A ausência”];</li> <li>⇒ a2: “Uau, quem fez estes desenhos?” [referência às ilustrações “A saudade”];</li> <li>⇒ a2: “Professora, podemos começar a fazer?” [referência à nona parte do projeto, a segunda componente de colaboração];</li> <li>⇒ a2: “O que eu gostei mais foi o vídeo” [comentário final, após a exploração de todo o projeto];</li> <li>⇒ a4: “Isto está muito bom, mesmo! Cinco estrelas!” [comentário final, após a exploração de todo o projeto];</li> <li>⇒ e3: “Gostei de tudo, tudo!” [comentário final, após a exploração de todo o projeto];</li> <li>⇒ b3: “Bué giro!” [comentário final, após a exploração de todo o projeto].</li> </ul> |
|-------------------------------|---|

De acordo com os dados recolhidos neste primeiro momento, é importante mencionar três factos que os resumem: primeiro, não se registaram dúvidas ou dificuldades dos participantes no acesso ou navegação na plataforma; segundo, os comentários e reações ao projeto-piloto foram positivas e terceiro, a narrativa transmedia proposta conseguiu criar uma conexão com a audiência, sobretudo através das suas vertentes audiovisuais.

## 5.2. Segundo momento | As questões

O segundo momento do *focus group* concentrou-se na discussão, em grupo, de oito questões centradas na avaliação do projeto e estratégia transmedia, bem como na compreensão da história.

As questões foram colocadas aos vinte participantes em simultâneo, sem ser em grupo, mas mantendo a ordem e disposição da fase de exploração do projeto. Por essa razão, as respostas às questões foram muitas vezes dadas de forma

ordeira, mas em uníssono, sobretudo quando se registaram opiniões e considerações concordantes entre todos.

Na Tabela 3, são apresentadas as questões colocadas e um resumo das respetivas respostas, fruto da transcrição do *focus group*, que pode ser acedida na sua totalidade no Anexo 5.

**Tabela 3:** Síntese das questões e respostas da sessão de *focus group*

|   | Questões  | Respostas   |
|---|---|---|
| 1 | As NT contam uma história através de vários meios ou métodos, como texto, som e imagem. Consideram que os meios utilizados no projeto são adequados à narração da história?   | Os participantes concluíram que os meios utilizados no projeto são adequados. Acrescentaram também que os melhores para contar a história são os vídeos e os sons, por serem mais realistas e por explicarem melhor os conteúdos.   |
| 2 | A divisão da história em nove partes, permite que cada uma delas seja contada de forma única, apelando a diferentes conhecimentos para a compreender. Acham que a divisão proposta ajuda a compreender e conhecer a história? | Sim, a divisão proposta ajuda à compreensão da história e não o fariam de outra forma.  |
| 3 | Enquanto colaboradores de uma das partes do projeto, consideram importante que os utilizadores tenham um papel ativo na construção de uma narrativa transmedia?   | Há preferência pelo papel ativo dos utilizadores na construção da narrativa. A participação pressupõe a aquisição de novas competências, trabalho em equipa e orgulho no que é desenvolvido. Assim, os participantes incluíam sempre no projeto, uma parte de participação e colaboração. |

|          |   |  |
|----------|---|--|
| <p>4</p> | <p>Como é que este projeto podia ser melhorado ou modificado? O que mudavam?</p>                    | <p>Inicialmente, não mudavam nada. Mas quando questionados e incentivados, os participantes começaram por referir algumas melhorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Nos vídeos, que o rapaz falasse e que existisse uma atriz para a Menina do Mar;</li> <li>⇒ Que a entrega da garrafa com o suco de anémonas, pela gaivota ao rapaz, fosse mais evidente no vídeo [ainda que tenham todos entendido que a gaivota foi a responsável por entregar o frasco ao rapaz];</li> </ul> <p>O facto de terem explorado o projeto em grupo não dificultou a sua compreensão, ainda que tenham noção de que se o tivessem feito individualmente, algumas falhas técnicas, como a questão do som, teriam sido contornadas. Acrescentaram também que à exceção desse pormenor, explorar o projeto em conjunto é mais divertido porque permite a troca de ideias;</p> <p>Os participantes gostaram da plataforma e consideraram-na simples e de fácil navegação.</p> |
| <p>5</p> | <p>Gostariam de conhecer mais histórias contadas através deste género de estratégia transmedia?</p> | <p>Sim, gostariam de aceder a outras histórias com este género de estratégia transmedia. Razões:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ É diferente;</li> <li>⇒ É mais divertido;</li> <li>⇒ É mais entusiasmante conhecer a história;</li> <li>⇒ Permite conhecer coisas novas.</li> </ul>  |

|   |  |   |
|---|--|---|
| 6 | Quais acham que são os pontos fortes do projeto?   | No geral, os participantes consideraram como pontos fortes do projeto as vertentes audiovisuais, sobretudo o realismo e a capacidade para transmitir emoções relacionadas com determinados momentos da ação.<br>Também a junção da “vida real com os desenhos”, foi um aspeto referido como positivo. |
| 7 | E os pontos fracos?  | Os participantes referiram como único ponto fraco do projeto o facto de a descrição espacial do conto não corresponder à descrição transmitida pelo vídeo, como a casa branca ou as varandas verdes.  |
| 8 | A história d' <i>A menina do mar</i> é compreensível através do projeto transmedia que acabaram de aceder? | Sim, a história é compreensível através do projeto transmedia e os participantes conseguiram identificar todas as partes da história, associá-las ao conto e entre si.  |

A sessão de *focus group* foi importante para compreender a visão dos participantes sobre o projeto, enquanto colaboradores de uma das suas vertentes, mas também enquanto público-alvo. Avaliar se o projeto cumpriu os seus propósitos enquanto narrativa transmedia, é um fator de especial relevância para fundamentar a resposta à questão de investigação.

De acordo com a discussão gerada em torno de cada uma das oito questões colocadas aos participantes, destaca-se a apreciação positiva do projeto-piloto, não tendo sido referidas melhorias ou pontos fracos relacionados quer com o funcionamento da narrativa transmedia, quer com a sua estrutura ou conceção.

### 5.3. A entrevista

Como referido na secção 3.3 do terceiro capítulo, a entrevista teve um papel fundamental como complemento à informação reunida através do *focus group*, por dar a conhecer a perspetiva de um docente quanto ao projeto proposto e à sua viabilidade, mas, sobretudo, por explorar a perspetiva de um professor que

esteve ativamente envolvido, com a sua turma, na concretização da narrativa transmedia. Esta visão é valiosa se se tiver em consideração a vertente pedagógica do projeto, inevitável na produção de conteúdos para o público-alvo em destaque.

A Tabela 4 apresenta uma síntese das questões e respostas, criada de acordo com a transcrição da entrevista, que pode ser acedida na sua totalidade no Anexo 6.

**Tabela 4:** Síntese das questões e respostas da entrevista

|   | Questões   | Respostas  |
|---|--|--|
| 1 | Os critérios das Narrativas Transmedia (NT) traduzem-se nos seguintes pontos: utilização de múltiplos <i>media</i> , narração de uma só história sem repetições de conteúdos entre os <i>media</i> usados e colaboração/envolvimento dos utilizadores na expansão da narrativa. Considera que a estratégia transmedia adotada no projeto corresponde aos critérios apresentados? | “Sim, sem dúvida nenhuma. Saltamos de vídeos para ficheiros de áudio, de ilustrações para bandas desenhadas, e a história vai sendo narrada sem repetições, e pelo meio ficamos com vontade de ver mais, de conhecer o resto.”   |
| 2 | As NT contam uma história através de vários meios e sistemas de significação e cada um deles contribui de forma única para narrar a parte da história que lhe compete. No seu entender, os meios utilizados no projeto são adequados à narração da história e ao público-alvo?   | “Sim, creio que sim. As nossas crianças estão cada vez mais desligadas de percursos escolares tradicionais (...). Uma história narrada desta forma vai, sem dúvida, prender qualquer criança, vai, sem dúvida, potenciar vontades e interesses (...). Por isso sim, no meu entender os meios utilizados são adequados quer à narração da história, quer ao público-alvo a que se destina.” |

|   |  |   |
|---|--|---|
| 3 | <p>A história d’A Menina do Mar é compreensível através do projeto transmedia concretizado?</p>  | <p>“Perfeitamente. A forma como a plataforma foi organizada e estruturada permite-lhes navegar e explorar com muita facilidade. (...) através deste projeto transmedia todos eles compreenderam claramente a história.”</p>   |
| 4 | <p>A divisão da história em nove partes permite que cada uma delas seja contada de forma única, apelando a diferentes conhecimentos para a sua compreensão. Acha que a divisão proposta ajuda a compreender e conhecer a história?</p> | <p>“Sim, acho. (...) As nove partes usadas fazem uma divisão lógica da história, que permite aos alunos compreendê-la e conhecê-la ainda melhor.”</p>   |
| 5 | <p>Considera que o projeto transmedia d’A Menina do Mar tem em consideração o público-alvo a que se destina (infantojuvenil)?</p>  | <p>“Acho que sim. Ainda mais nos dias de hoje, em que vídeos, imagens, sons, num computador, <i>tablet</i> ou <i>smatphone</i>, são a forma mais rápida de os cativar. (...) Conhecer esta obra, através de um projeto deste género, a partir dos <i>media</i>, tem tudo para resultar. E quando uma parte do projeto foi criada por eles...então o sucesso vai ser ainda maior.”</p> |
| 6 | <p>Enquanto docente responsável pela colaboração dos alunos numa das partes do projeto, considera relevante que os utilizadores tenham um papel ativo na construção de uma narrativa transmedia? Se sim, porquê?</p>                   | <p>“Sim, considero relevante. E depois de o ter feito com os meus alunos, ainda mais o acho! O facto de os próprios alunos se sentirem responsáveis por narrar uma das partes da história (...) é um fator enorme para o sucesso na aprendizagem. (...) Depois vem ainda a quantidade de competências que se podem desenvolver (...)”.</p>  |

|    |  |  |
|----|--|--|
| 7  | Que diferentes tipos de competências foram trabalhadas pelos alunos ao longo da sua contribuição para o projeto?           | “Ui...tantas! (...) Trabalharam competências de leitura, escrita, competências literárias, competências artísticas, para o desenho e pintura, a imaginação e criatividade (...) tanto para aprender, para crescer e melhorar!”                                 |
| 8  | Como é que este projeto podia ser melhorado ou modificado?   | “Não sei se mudaria alguma coisa, pois achei que funcionou muito bem assim, e porque acredito que tal como está seria uma excelente ferramenta de trabalho.”   |
| 9  | Quais considera serem os pontos fortes do projeto? E os pontos fracos?   | “Ponto forte... talvez a forma atrativa e cativante como está desenvolvido, a qualidade dos vídeos, dos áudios e das imagens, e o potencial que apresenta enquanto ferramenta motivadora para trabalhar com crianças. Ponto fraco... não considero que tenha.” |
| 10 | Enquanto docente, como pondera a viabilidade do projeto e os seus possíveis contextos de utilização?                       | “Na minha opinião este projeto seria uma mais valia no trabalho com os meus alunos, pois para além do fator motivacional, é uma ferramenta que permite trabalhar com eles de formas bastante diversificadas.”  |
| 11 | Pensa que a mesma estratégia seria viável quando aplicada a contextos diferentes com o mesmo público-alvo? Se sim, porquê? | “Claro que sim, por todas as razões que já indiquei nas perguntas anteriores, e ainda mais se pensarmos que uma parte do projeto pode ser criada pelos participantes, pelo público-alvo.”  |

Os temas desenvolvidos no decorrer da entrevista não se distanciaram do temas abordados no *focus group*, tendo contando com o acréscimo de três novas questões: a primeira, centrada na estratégia transmedia adotada, a quinta na ligação do projeto com o público-alvo e a décima, nos contextos de utilização do projeto.

Das respostas facultadas pela docente Tânia Silvestre, destaca-se a referência às capacidades de utilização do projeto transmedia no contexto letivo, ao fator motivação e às competências trabalhadas pelos alunos.

#### **5.4. Cruzamento de discussão dos dados**

Após a aplicação das duas técnicas de recolha de dados e da análise individual de cada uma, seguiu-se o levantamento das principais conclusões e assuntos discutidos e procedeu-se ao cruzamento das diversas informações. Na Tabela 5, está disponível o resultado dessa análise, que evidencia os assuntos provenientes de cada uma das etapas de investigação.

Através da sua observação, é possível concluir que houve três assuntos transversais aos momentos de recolha de dados: as reações positivas ao projeto apresentado, o orgulho que os participantes sentiram ao ver, por fim, o seu contributo no âmbito da narrativa transmedia, e o bom funcionamento da plataforma. Tanto na sessão de *focus group* como na entrevista, a plataforma do projeto foi considerada simples e de fácil navegação, demonstrando que a sua criação teve em consideração as competências e desenvoltura a nível tecnológico, do público-alvo.

Relativamente à narrativa transmedia, os participantes do estudo concordaram que a divisão e a organização dos conteúdos promoveram a compreensão da história e que os meios utilizados foram adequados à sua narração, tendo manifestado preferência pelas suas componentes audiovisuais, como a componente áudio e as curtas-metragens. Esta preferência foi justificada com recurso ao fator 'realismo' e ao valor 'explicativo', na medida em que as vinte crianças concordaram que as partes da história contadas através de vídeo e som são mais representativas da realidade e apresentam maior capacidade para explicar a história, daí que tenham sido considerados os pontos fortes do projeto.

**Tabela 5:** Cruzamento dos dados do *focus group* e da entrevista

| Principais conclusões e assuntos discutidos   |  |   |
|---|--|---|
| FOCUS GROUP   |  | ENTREVISTA  |
| EXPLORAÇÃO DO PROJETO   | QUESTÕES   |   |
| Conexão com a história  | Realismo e capacidade dos vídeos e os sons transmitirem emoções (Questão 6)  |   |
| Impacto do vídeo e do som   | Os meios que melhor contam a história são os vídeos e os sons: mais realistas e explicativos (Questão 1)<br>Participantes consideraram como pontos fortes do projeto as vertentes audiovisuais (Questão 6) |   |
| Reação positiva ao projeto  | Reação positiva ao projeto   | Reação positiva ao projeto  |
|   | Gostavam de conhecer outras histórias no mesmo formato (Questão 5)   | A estratégia adotada é viável de se aplicar a outros contos com o mesmo público-alvo (Questão 11) |
| Ausência de dúvidas ou dificuldades associadas quer à narrativa transmedia, quer à plataforma | Gostaram da plataforma e consideraram-na simples e de fácil navegação (Questão 4)  | Organização e estrutura da plataforma permite navegar e explorar com facilidade (Questão 3)       |
|   | História compreensível através da estratégia transmedia adotada (Questão 8)  | História compreensível, todos os alunos a compreenderam de forma clara (Questão 3)                |
|   | Pontos fracos identificados ao nível da conceção dos vídeos, no que diz respeito à compatibilidade entre os cenários escolhidos para as filmagens e as descrições espaciais do conto (Questão 7)           |   |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | Importância do papel ativo da audiência na construção e desenvolvimento da narrativa (Questão 3)   | Papel ativo da audiência é relevante e tem impactos positivos na aprendizagem (Questão 6)  |
|  | Competências desenvolvidas com a colaboração no projeto: técnicas de pintura e desenho, como construir banda desenhada e trabalhar em equipa (Questão 3) | Competências desenvolvidas com a colaboração no projeto: literárias, de leitura e escrita, e artísticas (Questão 7)              |
|  | Meios utilizados são adequados à narração da história (Questão 1)  | Meios utilizados são adequados quer à narração da história quer ao público-alvo (Questão 2 e Questão 5)                          |
|  |  | Estratégia adotada corresponde aos critérios das narrativas transmedia (Questão 1)   |
|  |  | Projeto como fator de motivação, que torna mais fácil perceber a história, gostar da história e querer conhecer mais (Questão 2) |
|  |  | Projeto como excelente ferramenta de trabalho (Questão 8)  |
|  | A divisão proposta ajuda à compreensão da história e não o fariam de outra forma (Questão 2)   | Divisão do conto é lógica e ajuda à compreensão da história (Questão 4)  |
| Orgulho nos conteúdos produzidos pelos participantes | Orgulho nos conteúdos produzidos pelos participantes   | Orgulho no trabalho desenvolvido é “um dos maiores fatores de motivação” (Questão 5)   |

**Legenda:**

conclusões e assuntos concordantes nas três etapas

conclusões e assuntos concordantes em duas etapas

A inclinação deste público para os audiovisuais, ainda que devidamente fundamentada pelos participantes do estudo, está em consonância com as referências efetuadas no início deste estudo, sobre as gerações mais novas serem as mais condicionadas pelas mudanças induzidas pelos novos *media* e pela cultura de convergência, vivendo por e para a tecnologia.

Quem convive diariamente com estas gerações, não tem necessidade de recorrer a pesquisas para confirmar os factos. A docente Tânia Silvestre, quando questionada sobre a pertinência do projeto para o público infantojuvenil, classificou esta geração como a geração de crianças que “*vive dos media e para os media*”, em que “*vídeos, imagens, sons, num computador, tablet ou smartphone, são a forma mais rápida de os cativar*” (Anexo 6). Estes factos parecem comprovar a pertinência e a atualidade das narrativas transmedia e colocam em destaque as suas virtudes quando aplicadas e orientadas ao público infantojuvenil.

Por esta razão, é relevante mencionar a importância do papel ativo das audiências no desenvolvimento de projetos transmedia, tópico referido tanto na sessão de *focus group* como na entrevista. A existência de uma estratégia transmedia, destinada ao público infantojuvenil, que não abranja uma componente de colaboração e interação com a narrativa, é empobrecedora. Esta participação na construção da narrativa é essencial, não apenas porque melhora a experiência do utilizador, mas também, e neste caso em específico, porque promove o desenvolvimento de competências e conhecimentos que podem favorecer a aprendizagem das crianças.

Como a docente Tânia Silvestre explica, “(...) o fator “*motivação*” é fundamental quando se trabalha com crianças desta idade” (Anexo 6, questão 11), e ao torná-las responsáveis pela construção de uma das partes da narrativa, estamos também a dar-lhes acesso a uma panóplia considerável de aptidões. Através da conceção da banda desenhada, uma das duas componentes interativas do projeto transmedia, as crianças tiveram de:

“(...) ler a obra, analisar a obra, trabalhar e conhecer as personagens, analisar o excerto que iam usar, percebê-lo, identificar as partes

*essenciais e dividi-lo; aprender a construir uma banda desenhada, projetar a banda desenhada, desenhá-la toda, usando diferentes planos e pormenores, e depois pintá-la, com cuidados na escolha de cores, na sua combinação, e na forma de pintar (...)* (Tânia Silvestre, Anexo 6, questão 7).

Esta aquisição e exploração de competências é reconhecida pelos próprios participantes e vai ao encontro do estudo de Gambarato e Dabagian (2016), segundo o qual as experiências transmedia promovem uma relação mais aprofundada com os textos e o desenvolvimento de aptidões de aprendizagem e literacia (p.231).

Quando do planeamento da narrativa transmedia em destaque, um dos objetivos foi o incentivo à leitura do conto, ou seja, tornar o projeto um complemento à história d'*A menina do mar* e não um substituto. Através da entrevista à docente da turma do 4º ano, foi possível verificar que esse objetivo foi alcançado, na medida em que a resistência usual das crianças à leitura foi contrariada com a sua participação e envolvimento na construção da narrativa.

Quando confrontados com a possibilidade de conhecer outras histórias narradas no mesmo formato, a resposta dos participantes acabou, ainda que indiretamente, por corroborar o sucesso da estratégia transmedia proposta. Foi de comum acordo, que as vinte crianças participantes na avaliação do estudo, afirmaram que gostariam de aceder a mais projetos deste género, justificando a sua decisão com quatro motivos: a narrativa é “diferente”, permite “conhecer coisas novas” de forma “divertida” e, ao mesmo tempo, despoleta vontade e entusiasmo para conhecer mais (Tabela 2 ou Anexo 5, questão 5).

No segundo capítulo, em referência aos sete princípios fundamentais das narrativas transmedia, explorados por Jenkins (2009), refere-se a *performance*, conceito que faz alusão ao potencial das narrativas transmedia para levar a audiência e possíveis fãs a agir e a produzir conteúdos próprios. A performance pode ser dividida em dois elementos: *attractors* e *activators*. Os primeiros são responsáveis por atrair a audiência e os segundos por a incitar à ação. No caso do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, cada uma das nove

partes do projeto, incluindo a sua organização e confluência, funcionam como *attractors* da narrativa, enquanto a terceira e nona partes - a banda desenhada “As coisas da terra” e a componente interativa “O reencontro”, funcionam como *activators*.

A *performance* é, assim, um dos princípios responsáveis pelo sucesso da narrativa transmedia, no âmbito da conexão das audiências à história. Segundo os dados recolhidos, o projeto-piloto concretizado correspondeu ao princípio de *performance*, permitindo que a audiência estabelecesse ligações com a história, sobretudo a nível emocional, indo ao encontro do ideal de narrativa transmedia, capaz de mover as audiências e de as fazer viver as histórias. O conjunto das nove partes do projeto e a forma como se interligam, é o alicerce dessa conexão. Todavia, e como referido previamente, foram as componentes audiovisuais as maiores responsáveis pelo seu alcance.

Como referido no capítulo reservado à metodologia de investigação (capítulo 3), a amostra selecionada para o estudo foi reunida com recurso ao processo de amostragem por conveniência, o que não permite a generalização dos dados apresentados e discutidos nesta fase da dissertação. Não obstante, as informações obtidas permitem delinear conclusões relevantes, a ter em consideração, no âmbito dos estudos das narrativas transmedia, quando direcionadas ao público-alvo em destaque. Uma das principais, é a conceção das narrativas transmedia como ferramenta de trabalho no contexto pedagógico, um assunto parcialmente explorado nos parágrafos anteriores.

Ao longo de todas as etapas que constituíram esta investigação, a ideia da narrativa transmedia como instrumento de ensino, sobretudo após a concretização do projeto, foi sendo referida com frequência, não só pela docente responsável pela turma do 4º ano da EB1 de Vila do Bispo, mas pelos diversos profissionais da área que, de uma forma ou de outra, tiveram conhecimento da iniciativa.

Ângela Almeida, docente de 1º ciclo e de Educação Especial no agrupamento de escolas de Sagres, foi uma das profissionais que, num breve contacto com o projeto, tomou a iniciativa de registar o seu parecer sobre a narrativa transmedia,

fazendo referência à abordagem original ao conto e ao “*grande potencial para exploração pedagógica em contexto letivo*”, por permitir “*múltiplas abordagens*” que se podem adequar de acordo com as necessidades de cada grupo ou turma (Anexo 6).

A docente Tânia Silvestre complementa este parecer acrescentando que para além do fator motivacional, a narrativa transmedia é uma ferramenta que permite trabalhar com os alunos de formas diversificadas, seja como promotor de leitura, seja como impulsionador de competências de escrita (Anexo 5, questão 10).

O projeto transmedia proposto foi planeado e concebido de acordo com os princípios das narrativas transmedia explorados ao longo do enquadramento teórico. Não obstante, e porque uma narrativa transmedia não se mede apenas pelo número de princípios que cumpre, foi necessário adaptá-la e moldá-la em concordância com um diverso número de fatores. No caso do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, o desenvolvimento da narrativa pressupôs a adaptação dos princípios das narrativas transmedia não só ao público-alvo, mas também ao conto d’*A menina do mar*, aos direitos de autor da obra e ao tempo disponível para a concretização do projeto.

Para encerrar a investigação desenvolvida apresentam-se, seguidamente, as conclusões do estudo, respetivas limitações e perspetivas de trabalho futuro.

## Conclusão

*“Don’t worry about whether or not your project is technically going to be transmedia. Worry about making it something people will care about.”*

(Phillips, 2012, p.17)

## Considerações finais

As narrativas transmedia não são uma matéria de hoje. Na realidade, este género de relato conta já com mais de uma década de história e investigação que tem continuamente fomentado o seu crescimento e incentivado a sua pertinência e atualidade. Expandindo-se através de múltiplos meios e plataformas de comunicação, as narrativas transmedia traduzem-se em formas inovadoras de transmitir conteúdos, especialmente histórias, aos típicos consumidores dos novos *media*: ativos e voluntariosos.

Conforme analisado nas últimas páginas, munido de uma elevada literacia digital e acesso facilitado às novas tecnologias, o público mais jovem é também o público ideal para as narrativas transmedia, na medida em que reforça a criação de histórias feitas para estimular os seus sentidos e induzi-lo à participação, tirando proveito das características online, digital e interativas dos novos *media*.

A presente dissertação enfatizou as potencialidades que as estratégias transmedia podem ter quando aplicadas a um contexto literário destinado a crianças e adolescentes, que conta uma história através de um único sistema de significação e meio. Ao fazê-lo, pretendia dar resposta à seguinte questão de investigação: que estratégias transmedia melhor podem servir a adaptação de um conto literário destinado ao público infantojuvenil?

A par da pergunta orientadora do estudo, propuseram-se três objetivos da investigação, devidamente considerados e cumpridos: a clarificação do conceito de transmedia, a sua origem e situações típicas de uso; a realização de um estado da arte relativo a projetos transmedia na área da ficção, destacando as

estratégias utilizadas; e a adaptação de uma narrativa literária clássica (conto) a uma narrativa transmedia destinada ao público infantojuvenil.

De forma a validar o estudo, adotou-se uma metodologia de natureza qualitativa, dividida em duas etapas, explanadas no terceiro capítulo: a primeira resultou na revisão exploratória de quatro projetos transmedia na área da ficção - *The Matrix*, *Beat Girl*, *Cathy's Book* e *Star Wars* - e a segunda, no desenvolvimento e avaliação do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, baseado na obra de Sophia de Mello Breyner Andresen.

À luz dos autores estudados no decorrer do enquadramento teórico e das referências daí obtidas, é possível concluir que o projeto-piloto concebido, correspondeu aos critérios base de uma narrativa transmedia. Para a sua conceção adotou-se uma estratégia transmedia assente no uso de múltiplos meios e formatos, na divulgação simultânea dos conteúdos numa plataforma *online* e no envolvimento e colaboração ativas da audiência.

A narrativa transmedia, por ser uma produção integrada, constituída por uma rede de personagens e ações que se interligam atribuindo-lhe forma e sentido, é também uma narrativa “aberta”, ciosa de novas experiências e elementos capazes de a tornar única no contexto em que é desenvolvida.

Como foi analisado ao longo dos últimos capítulos, as narrativas transmedia têm uma dimensão económica importante (Scolari, 2009, p.590) e como Phillips (2012) afirma, a maioria dos projetos mais notáveis dos últimos tempos foram campanhas de marketing realizadas, sobretudo, para promover filmes (Phillips, 2012, p.28). Não obstante, e como esta e outras investigações mais recentes têm dado a conhecer, as estratégias transmedia têm potencial para ir muito além do marketing e do *franchise* de entretenimento.

Se há algo que este estudo permitiu corroborar, é exatamente esta valência das narrativas transmedia num contexto à parte do marketing e do cinema, ausente da sua dimensão económica.

Chegada a etapa da conclusão do estudo, impõe-se responder à questão de investigação proposta, com o intuito de compreender quais as estratégias

transmedia que melhor servem a adaptação de um conto literário destinado ao público infantojuvenil. Neste sentido, é pertinente começar por constatar a impossibilidade de identificar apenas uma estratégia, a ter em consideração no contexto proposto. Há, de facto, várias opções que podem ser ponderadas e adotadas aquando da adaptação de um conto literário infantojuvenil a uma narrativa transmedia, daí que a questão orientadora do estudo, faça referência ao plural de estratégia. Da mesma forma que pode existir uma multiplicidade de caminhos a seguir numa narrativa transmedia, também não há garantias de que algum desses caminhos se possa sobrepor inteiramente a outro. Isto acontece, porque a construção de uma narrativa transmedia e a seleção da estratégia a adotar, no contexto em estudo, vai sempre depender de diversos fatores, que vão desde o conto escolhido, aos recursos disponíveis.

Assim, e respondendo à pergunta de investigação proposta, as estratégias transmedia que melhor podem servir a adaptação de um conto literário destinado ao público infantojuvenil, são aquelas que melhor se adequem à história e aos recursos disponíveis, para alcançar uma experiência transmedia inovadora e inteiramente adaptada ao público-alvo a que se destina.

Não obstante a ausência de estratégias concretas, este estudo fornece indicações preliminares relevantes, que devem ser tidas em consideração quando da construção de uma narrativa transmedia destinada ao público infantojuvenil, como o contributo da audiência e a multiplicidade de meios utilizados.

O envolvimento ativo da audiência no desenrolar da narrativa, que corresponde a um dos critérios já referidos das narrativas transmedia, é um elemento essencial a qualquer estratégia dedicada ao público infantojuvenil, e uma das razões de sucesso da narrativa proposta.

Da mesma forma, a utilização de diferentes meios para narrar a história, se mostra indispensável para a criação de um projeto dinâmico e atrativo. Como Pratten (2011) explica, a ligação do público com os diversos formatos e *media*, aumenta a compreensão, o gosto e afeição pela história (p.1). No caso do projeto-piloto, as nove partes constituintes da narrativa transmedia foram

organizadas e distribuídas de acordo com as especificidades de cada um dos meios utilizados para contar a história, valorizando as suas contribuições únicas e singulares para a construção de uma experiência transmedia consistente. É importante referir, como indicado no capítulo anterior, que as componentes audiovisuais foram consideradas, pelos participantes do estudo, os pontos fortes do projeto, daí que a sua presença em qualquer narrativa transmedia deva ser sempre considerada.

No contexto descrito, a participação da audiência, aliada à pluralidade de meios, constitui o principal propulsor para o desenvolvimento de uma conexão entre o público-alvo e a história, ampliando a possibilidade de êxito da narrativa.

Para além dos elementos até agora referidos, a conceção e avaliação do projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, permitiu perceber que a divisão do conto literário nas partes que vão depois constituir a narrativa, é também um elemento importante da estratégia transmedia selecionada. Apesar de não existir uma regra para essa repartição da história, ela deve ser concretizada de acordo com a dimensão e a ação do conto, implicando uma leitura cuidada e completa da obra.

Outro ponto a destacar, elucidado no quarto capítulo, diz respeito à incorporação dos elementos do projeto numa plataforma de WordPress. Ainda que esta concentração da narrativa num único espaço tenha sido fomentada por ressalvas associadas aos direitos de autor da obra, ela funcionou, positivamente, como uma componente da estratégia transmedia adotada, apresentando vantagens ao nível do acesso e navegação seguras do público na plataforma. Ou seja, foi a convergência do projeto numa única plataforma a responsável por parte da singularidade e bom funcionamento da narrativa nas circunstâncias de avaliação descritas.

Por esta razão, em qualquer outro projeto a ser concebido no mesmo contexto e para o mesmo público-alvo, a estratégia transmedia passaria sempre pela congregação dos elementos digitais do projeto numa plataforma *online*.

### **Limitações ao estudo**

As limitações que acompanharam o decorrer desta investigação estiveram maioritariamente relacionadas com a propriedade intelectual da obra *A menina do mar*, de Sophia de Mello Breyner Andresen. Utiliza-se a expressão maioritariamente, porque após ter sido autorizada, a título gracioso, a reprodução da obra por parte da Sociedade Portuguesa de Autores, foi necessário moldar a narrativa transmedia de acordo com as restrições acordadas, assentes na utilização temporária da obra para fins académicos de investigação, com acesso limitado.

A conformidade com a regra estabelecida pela SPA resultou no desenvolvimento de uma narrativa transmedia concentrada numa única plataforma de acesso restrito, como mencionado na secção anterior, com valências e vantagens não consideradas no início do estudo: a navegação segura das crianças na plataforma e a sua orientação à narrativa, ausente de distrações.

Outra dificuldade do estudo esteve associada à concretização, propriamente dita, da narrativa transmedia, sobretudo com a mobilização de recursos humanos e materiais. De acordo com os conteúdos explorados ao longo do enquadramento teórico, as narrativas transmedia, sobretudo narrativas transmedia táticas, implicam um período de planificação e organização intenso. Para além de ser necessário pensar a narrativa como um todo, é também necessário pensar individualmente, cada uma das partes que a vai constituir: preparar a história para aquele momento da narrativa, considerar os equipamentos necessários e, nos casos que assim o exijam, os atores e a localização. A acrescentar a este processo de preparação, há também o processo de conceção, que inclui a produção e pós-produção das diversas partes da história. Qualquer um dos processos e das etapas referidas, pode ser grandemente simplificado com o recurso a uma equipa e não apenas a um investigador. Na realidade, e como já foi referido, as narrativas transmedia são produzidas em função de todos os fatores que, direta ou indiretamente, já foram sendo referidos no decorrer da presente dissertação: recursos humanos e materiais, tempo e sentido de oportunidade.

Como mencionado no terceiro capítulo, o WordPress é um sistema de gestão de conteúdos usado para criar e manter o conteúdo de *sites*, blogues e aplicações.

A sua condição *open source* - grátis, entre outras vantagens discutidas previamente, foi um dos motivos que levou à sua seleção. Não obstante, o uso da plataforma apresentou como principal contrariedade a impossibilidade de personalizar mais o aspeto final do *site*, quer a nível da organização dos conteúdos, quer a nível do design.

A última limitação a registar, prende-se com a avaliação do estudo apenas pelos alunos e docente envolvidos no desenvolvimento de uma das partes do projeto, não permitindo perspetivar se a narrativa transmedia proposta seria avaliada nos mesmos termos por um grupo de participantes não vinculado à sua concretização.

### **Perspetivas de trabalho futuras**

Ainda que as narrativas transmedia sejam uma temática atual, os seus contextos de uso e aplicações práticas não são divulgadas na mesma escala. Na realidade, são muitas as pessoas, sobretudo no contexto em que a presente investigação decorreu, que não conheciam ou tiveram, alguma vez, contacto com este género de relato e narrativa. Infelizmente, ainda que na prática um grande número de pessoas tenha acesso a projetos transmedia, como os que foram analisados na secção 2.5 do segundo capítulo, os mesmos não são reconhecidos nesse sentido. O conceito, em si, está ainda muito circunscrito a áreas como a comunicação, multimédia, cinema ou marketing.

De acordo com os resultados obtidos e discutidos no capítulo anterior, comprovou-se o potencial das narrativas transmedia como ferramenta singular para a transmissão de informação ao público infantojuvenil, promovendo formas apelativas e controladas de tirar proveito do seu conhecimento tecnológico, direcionando-o, ao mesmo tempo, para formatos de aprendizagem originais e criativos.

A aposta em projetos transmedia no contexto pedagógico é, assim, e cada vez mais, um passo a considerar no âmbito da investigação, no sentido de avaliar

impactos e influência das estratégias transmedia na aprendizagem e educação de crianças e jovens adolescentes.

No cômputo geral, o projeto “A menina do mar | Uma aventura transmedia”, obteve reações e comentários positivos por parte dos participantes do estudo. Este facto comprova que a construção da narrativa não só auxiliou o cumprimento dos objetivos da investigação, como também o fez com relativo grau de sucesso, tendo em consideração o alcance/conexão com o público-alvo.

Não obstante, com uma disponibilidade temporal mais alongada e recurso a outro género de competências, a estratégia adotada poderia ter integrado melhorias e complementos quer ao nível dos meios utilizados, quer ao nível da localização e *timing*. A inclusão, na narrativa transmedia, de jogos educativos e interativos, a par com a inserção de elementos *offline*, como peças de teatro e exposições, poderiam ser uma mais valia para o aperfeiçoamento de projetos futuros.

É importante pensar as narrativas transmedia como um universo de possibilidades, como um conceito aberto e acessível que, quando excessivamente concetualizado, pode limitar e contrariar aquela que é a sua natureza criativa e expansiva. Ter conhecimento dos princípios e critérios de utilização das narrativas transmedia é extremamente relevante para uma aplicação prática adequada, mas esse conhecimento não deve ser utilizado de forma intransigente. Assim, as narrativas transmedia devem ser entendidas como uma tela em branco, onde quase tudo é passível de funcionar. É neste contexto que Phillips (2012), refere que mais importante do tornar um projeto tecnicamente transmedia, é torná-lo em algo com que as pessoas se identifiquem, numa narrativa com significado (p.17).

Tal como é impraticável pensar nos novos *media* sem pensar em evolução, é impraticável pensar em transmedia como um conceito finito, desconsiderando a sua abertura e capacidade de progresso.

É esta vertente abrangente das narrativas transmedia que permite a sua emersão como ponto de viragem no contexto social, cultural e tecnológico dos nossos dias. Perante uma audiência participativa, que quer estar em controlo e

que ajusta os conteúdos de acordo com as suas necessidades e vontades, é premente a criação e circulação de informações capazes de corresponder aos mesmos parâmetros.

Nestas circunstâncias, as narrativas transmedia assumem o papel de incentivo à mudança com relativa naturalidade, avocando-se como experiências de entretenimento valiosas, ferramentas de marketing inovadoras e, sobretudo, instrumentos de aprendizagem pertinentes e originais.

## Referências

Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.

Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina.

Gambarato, R., Dabagian, L. (2016) Transmedia dynamics in education: the case of Robot Heart Stories. *Educational Media International*, 53:4, 229-243. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/09523987.2016.1254874>

Giovagnoli, M. (2011). *Transmedia Storytelling: Imagery, Shapes and Techniques* [PDF]. Retrieved from <http://press.etc.cmu.edu/content/transmedia-storytelling-imagery-shapes-and-techniques>

Gürel, E., Tiğli, Ö. (2014). New world created by social media: transmedia storytelling. *Journal of Media Critiques*, Special Issue 1, 35-65. Retrieved from <http://mediacritiques.net/special-issue-1/emetgurel.oykutigli.pdf>

Hartley, J. (2002). *Communication, Cultural and Media Studies - The Key Concepts*. London: Routledge.

Hayati, D. (2012). Transmedia Storytelling: A Study of the Necessity, Features and Advantages. *International Journal of Information and Education Technology*, 2 (3), 196-200. Retrieved from <http://www.ijiet.org/show-31-84-1.html>

Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural*, 7(1), 33-43. DOI: 10.1177/1367877904040603

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, H. (2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. *Continuum*, 24(6), 943-958. DOI: 10.1080/10304312.2010.510599

Jenkins, H., Deuze, M. (2008). Editorial: Convergence Culture. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 5-12. DOI: 10.1177/1354856507084415

Lister et al. (2009). *New Media: a critical introduction*. Abingdon: Routledge, Taylor & Francis Group.

Lynch, D. (2016). Between the network and the narrative: transmedia storytelling as a philosophical lens for Creative writers. *New Writing*, 13 (2), 161-172. DOI:10.1080/14790726.2016.1170858

Pardo, F. (2011). *New media and transmedia for documentary storytelling: a comprehensive approach* (Master's Thesis, Montana State University). Retrieved from <http://scholarworks.montana.edu/xmlui/handle/1/2011>

Phillips, A. (2012). *A Creator's Guide to transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms* [PDF]. Retrieved from <http://mhebooklibrary.com/doi/book/10.1036/9780071791533>

Pratten, R. (2011). *Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners* [PDF]. Retrieved from <http://videoturundus.ee/transmedia.pdf>

Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students*. Pearson Education Limited.

Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3 (2013), 586-606. Retrieved from <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Centro dos Libros PAFP.

Scolari, C. A. (2014). Transmedia storytelling: new ways of communicating in the digital age. *Digital Culture Annual Report*, 6, 69-79. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10230/26242>

Siapera, E. (2012). *Understanding New Media*. London: SAGE Publications.

Retrieved from

[https://books.google.pt/books?id=92dUPzd1gD4C&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.pt/books?id=92dUPzd1gD4C&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

# Anexos

## Anexo 1 | Pedido de participação na avaliação de Projeto de Dissertação



universidade de aveiro

Participação na avaliação de Projeto de Dissertação

Consentimento informado

RUTE AUGUSTO | Mestrado em Comunicação Multimédia | Universidade de Aveiro

No âmbito da Dissertação do Mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro, está a ser desenvolvido um estudo sobre as narrativas transmedia, uma forma de relato que se expande através de múltiplos meios e plataformas de comunicação e se traduz em formas inovadoras e criativas de transmitir conteúdos, especialmente histórias. Trata-se de uma estratégia com elevado potencial para a transmissão de informação ao público infantojuvenil, constituindo-se como uma técnica alternativa para suporte dos processos de ensino e aprendizagem.

A finalidade deste estudo é a adaptação de um conto literário (A menina do Mar, de Sophia de Mello Breyner) a um projeto transmedia, na qual colaboraram, através da concretização de uma Banda Desenhada, os alunos do 4º ano da EB1 de Vila do Bispo.

A fase final da investigação pressupõe a avaliação do projeto na sua totalidade, com o intuito de compreender a validade, vantagens ou desvantagens da estratégia transmedia adotada, à luz do conhecimento e colaboração dos alunos envolvidos no projeto.

Face ao exposto solicita-se a autorização dos Encarregados de Educação para a participação dos seus educandos no estudo apresentado.

**Nota:** imagens ou registos de voz recolhidos durante a sessão não serão divulgados ou publicados externamente, servindo apenas os propósitos do estudo. A identidade das crianças não será revelada.

---

### Documento de Autorização

Eu \_\_\_\_\_, na qualidade de encarregado(a) de educação e/ou tutor legal do(a) menor \_\_\_\_\_, declaro que autorizo o(a) meu/minha educando(a) a participar na investigação a decorrer entre 29 de maio e 2 de junho de 2017. Autorizo a utilização confidencial dos dados referentes à sua participação no estudo, sobre o qual fui informado(a) acerca dos objetivos e procedimentos a decorrer.

Assinatura \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, \_\_\_/\_\_\_/2017

## Anexo 2 | Guião *Focus Group*

### Guião de perguntas para o Focus Group

#### Introdução

- Apresentação do investigador, suas origens e onde está a realizar o mestrado;
- Apresentação simplificada do estudo em desenvolvimento, com linguagem adequada ao grupo;

#### PRIMEIRO MOMENTO | Contacto com o projeto

Até 30 minutos de contacto com o projeto, com os alunos divididos em grupos de quatro, acesso ao computador e à página do projeto;

#### Objetivo:

- Anotar reações e comentários sobre o projeto e a estratégia transmedia adotadas;
- Assinalar possíveis dificuldades de acesso à página, de compreensão do projeto ou outras.

#### SEGUNDO MOMENTO | Perguntas

- As NT contam uma história através de vários meios ou métodos, como texto, som e imagem. Consideram que os meios utilizados no projeto são adequados à narração da história?
- A divisão da história em nove partes, permite que cada uma delas seja contada de forma única, apelando a diferentes conhecimentos para a compreender. Acha que a divisão proposta ajuda a compreender e conhecer a história?
- Enquanto colaboradores de uma das partes do projeto, consideram importante que os utilizadores tenham um papel ativo na construção de uma narrativa transmedia?
- Como é que este projeto podia ser melhorado ou modificado? O que mudavam? (os meios usados: vídeo, ilustração, áudio; a estrutura do projeto: algumas das partes serem narradas através de outro meio)
- Gostariam de conhecer mais histórias contadas através deste género de estratégia transmedia? Se sim, porquê?
- Quais acham que são os pontos fortes do projeto?
- E os pontos fracos?  
que acabaram de discutir.

#### Conclusão

- Resumo das discussões para a compreensão do que foi discutido.
- Agradecimento aos participantes e informação sobre os próximos passos da pesquisa.

## Anexo 3 | Guião da Entrevista

### Guião de perguntas para a Entrevista

#### Introdução

- Apresentação do investigador, suas origens e onde está a realizar o mestrado;
- Apresentação simplificada do estudo em desenvolvimento.

#### Perguntas

- 1) Os critérios das Narrativas Transmedia (NT) traduzem-se nos seguintes pontos: utilização de múltiplos media, narração de uma só história sem repetições de conteúdos entre os media usados e colaboração/envolvimento dos utilizadores na expansão da narrativa. Considera que a estratégia transmedia adotada no projeto corresponde aos critérios apresentados?
- 2) As NT contam uma história através de vários meios e sistemas de significação e cada um deles contribui de forma única para narrar a parte da história que lhe compete. No seu entender, os meios utilizados no projeto são adequados à narração da história e ao público-alvo?
- 3) A história d'*A Menina do Mar* é compreensível através do projeto transmedia concretizado? (organização da plataforma, meios utilizados e estrutura).
- 4) A divisão da história em nove partes permite que cada uma delas seja contada de forma única, apelando a diferentes conhecimentos para a sua compreensão. Acha que a divisão proposta ajuda a compreender e conhecer a história?
- 5) Considera que o projeto transmedia d'*A Menina do Mar* tem em consideração o público-alvo a que se destina (infantojuvenil)?
- 6) Enquanto docente responsável pela colaboração dos alunos numa das partes do projeto, considera relevante que os utilizadores tenham um papel ativo na construção de uma narrativa transmedia? Se sim, porquê?
- 7) Que diferentes tipos de competências foram trabalhadas pelos alunos ao longo da sua contribuição para o projeto?
- 8) Como é que este projeto podia ser melhorado ou modificado?
- 9) Quais considera serem os pontos fortes do projeto? E os pontos fracos?
- 10) Enquanto docente, como pondera a viabilidade do projeto e os seus possíveis contextos de utilização?
- 11) Pensa que a mesma estratégia seria viável quando aplicada a contextos diferentes com o mesmo público-alvo? Se sim, porquê?

#### Conclusão

- Resumo das questões colocadas;
- Possíveis acrescentos e comentários;
- Agradecimento ao entrevistado e informação sobre os próximos passos da pesquisa.

## Anexo 4 | Guião técnico para as curtas-metragens

|    | TIPOLOGIA                             | DÉCOR   | DESCRIÇÃO AÇÃO   | QUANTIDADE (planos) |
|----|---------------------------------------|---|--|---------------------|
| 1  | Long shot, insert                     | Manhã, Praia de Quiaios e Praia das Pedrinhas     | Dar a conhecer a praia onde a ação tem lugar   | 5                   |
| 2  | Long shot, wide shot, insert          | Manhã, Praia de Quiaios                           | Mostrar a casa onde o menino vive  | 3                   |
| 3  | Insert, close-up, mid-shot            | Manhã, Praia de Quiaios                           | O rapaz a sair de casa pela manhã  | 8                   |
| 4  | Wide shot, mid-shot, close-up, insert | Manhã, Praia de Quiaios e Praia das Pedrinhas     | O rapaz a brincar na praia: a correr, a brincar na água, a construir castelos na areia                           | 15                  |
| 5  | Wide shot, mid-shot, close-up, insert | Manhã, Praia da Tamargueira e Praia das Pedrinhas | O rapaz a brincar nas rochas: deitado a apanhar a sol, a saltar nas poças. A alegria.                            | 8                   |
| 6  | Mid-shot, close-up                    | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz começa a ouvir as vozes e gargalhadas: admiração e suspeita  | 4                   |
| 7  | Plano-americano, insert               | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz avança na direção do som   | 5                   |
| 8  | Close-up                              | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Expressão do rapaz quando vê a menina do mar e os seus amigos  | ---                 |
|    |                                       |   |  |                     |
| 10 | Mid-shot                              | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz deitado, como se estivesse desmaiado   | ---                 |
| 11 | Mid-shot, close-up                    | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz vira-se de barriga para cima, abre os olhos e suspira. Tristeza e saudade.                                 | 4                   |
| 12 | Long shot                             | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz a caminhar junto à linha da água cabisbaixo.   | ---                 |
| 13 | Wide shot, insert, mid-shot           | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz sentado junto à linha da água.   | 5                   |
| 14 | Wide shot, insert                     | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz sentado junto à linha da água. Uma gaivota deixa cair frasco com o suco de anémonas na areia, junto de si. | ---                 |
| 15 | Insert                                | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz a pegar no frasco  | ---                 |
| 16 | Medium close-up                       | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz a olhar o frasco   | ---                 |
| 17 | Close-up                              | Manhã, Praia das Pedrinhas                        | Rapaz bebe o líquido   | ---                 |

## Anexo 5 | Transcrição do *focus group*

1. As NT contam uma história através de vários meios ou métodos, como texto, som e imagem. Consideram que os meios utilizados no projeto são adequados à narração da história?

“Sim, são”.

Quais acham que são os melhores meios para contar a história?

a4 e c3: “Os vídeos”.

a2 e b4: “Os sons”.

Porquê?

a4: “É como se fosse a vida real, como se estivéssemos a ver em direto, ao vivo”.

c4: “Porque explicam melhor”.

2. A divisão da história em nove partes, permite que cada uma delas seja contada de forma única, apelando a diferentes conhecimentos para a compreender. Acham que a divisão proposta ajuda a compreender e conhecer a história?

“Sim”. Se fossem vocês a escolher, dividiam a história de outra maneira ou mantinham a divisão que está feita? “Está bem assim.” Das partes que vocês viram, preferiam que alguma delas tivesse sido contada por outro meio que não o utilizado? “Não”.

a3: “Nós estamos a dizer verdade, não estamos a dizer mentiras”

Não mudavam nem os meios nem a ordem da história? “Não”.

3. Enquanto colaboradores de uma das partes do projeto, consideram importante que os utilizadores tenham um papel ativo na construção de uma narrativa transmedia? Foi necessário explicar melhor a questão. Preferiam ser apenas espectadores ou participar na narrativa? “Participar”. Porquê?

c3: “Quando vemos o fim sentimos orgulho em nós próprios”.

b3: “Aprendemos mais coisas e aprendemos técnicas...”

d2: “Aprendemos técnicas de pintura”.

a4: “Aprendemos muitas técnicas diferentes”.

O que é que vocês aprenderam com a criação da banda desenhada?

“A construir bem uma banda desenhada”.

b2: “Como construir as falas”.

a2: “Como desenhar”.

c3: “Trabalhar em conjunto”

“Em equipa!”

Então incluíam sempre uma parte no projeto que fosse para ser feita por quem ia ver? “Sim”.

4. Como é que este projeto podia ser melhorado ou modificado? O que mudavam? (Os meios usados: vídeo, ilustração, áudio; a estrutura do projeto: algumas das partes serem narradas através de outro meio.)

c3: Mas eu gostei assim...

Docente: Se tivessem de mexer para melhorar, o que mexiam?

“Nada”.

a4: “No ator, eu mexia no ator que fazia de menino e fazia com que ele conseguisse falar”.

Docente: Preferias que ele falasse no vídeo?

a4: “Sim, e que fizesse uma atriz para a Menina do Mar”

e3: “Sim, isso”.

a2: “Podia ser uma menina em boneco, pequenina”.

**E mais?**

c3: “A BD está bem assim só que... para uma pessoa que não conhece a história... No fim da história a garrafa aparece assim do nada.

“Foi a gaivota que a trouxe”.

c3: “Vocês podiam por umas patas a agarrar o frasco... a fingir...”

**Queriam essa parte mais evidente?**

a4: “Podia-se fazer uma gaivota e depois atar com fio transparente à gaivota o frasco e outra parte há um drone...”

“Um drone!”

Docente: Qualquer um de vocês percebeu que quem deixou cair o frasco foi a gaivota?

“Sim”

“Sim, mas...”

“E a gaivota apareceu antes!”

b3: “Pois foi! Apareceu antes a voar e só depois é que se viu o frasco a cair”.

**E na animação, a gaivota aparece primeiro, a perguntar ao rapaz se ele quer ir ter com a Menina.**

c3: “Ah, pois é! Desculpe...”

a4: “Queres ir ter com ela? Foi o que a gaivota perguntou”.

**A que parte da história é que correspondia a animação, lembram-se?**

“Sim!”

c4: “Quando a gaivota atirou a semi-poção que era para ele conseguir andar debaixo da água”.

a4: “A viagem, ele estava a fazer a viagem. Não se viu o menino mas via-se”...

c3: “O que é que estava dentro do frasco?”

“Líquido”.

“Filtro”.

c4: “O filtro de anémons”.

**E mais melhorias?**

c3: Acho que assim já ficava bem.

**E no que diz respeito à plataforma, o site, gostaram?**

“Sim”

a4: “Adorámos”

**É fácil de navegar?**

“Sim, é fácil”.

**Esta pergunta já está? Podemos avançar?**

b3: Há partes dos vídeos que podiam ser mais reais.

**Por exemplo?**

b3: O menino nas rochas... algumas em vez de serem mais redondas, eram mais direitas.

a2: “Achei um bocado esquisito quando ele estava a olhar nas rochas...”

“Yah!”

**Como é que faziam essa parte, se fossem vocês?**

a2: Podíamos pôr som da menina a rir-se

a1: “Mas eles puseram o som da menina a rir!”

**O som da menina a rir está presente no vídeo.**

a4: “Pois estava, eu ouvi. Eu fui o único a ouvir o vídeo assim e estava a ouvir os risos...”

“Eu também comentei com você...”

**Ele ouviu primeiro as gargalhadas e vai à procura da origem do som.**

c3: “E baixa-se e esconde-se”

b3: “E depois faz... *(gesto com as mãos e o rosto de surpresa, a imitar o rapaz no vídeo)*”

“Espantado!”

**Acham que o facto de terem visto o projeto em grupo pode ter dificultado a compreensão do projeto?**

“Não”.

a4: “Não dificultou nada”.

Docente: Se estivesses a ver sozinho se calhar tinhas conseguido explorar melhor, ouvir melhor...

“Sim”.

Docente: Como tinham de partilhar os auriculares, com o põe e tira constante, é natural que alguns sons não se consigam ouvir.

c3: “Mas se nós excluirmos essa parte, acho que... quando nós estávamos a ver trocávamos ideias.

“Yah, e também é mais divertido estarmos em equipa!”

5. **Gostariam de conhecer mais histórias contadas através deste género de estratégia transmedia?**

“Sim!”

**Porquê?**

“Porque é mais divertido”.

c3: “É diferente!”

a4: “Seria fantástico!”

c4: “Nós estamos mais habituados a ler um livro normal e assim é mais divertido”.

d2: “Ficamos mais entusiasmados em ver a história”

b4 e c3: “Conhecemos coisas novas!”

6. **Quais acham que são os pontos fortes do projeto?**

b3: “Quando o menino pega na menina e a mete dentro do balde e começa a fugir com ela”.

a4: “A realidade aumentada... aquela parte em que se via na vida real”.

a2: “A parte em que ele encontra a menina do mar...”

c3: “O áudio!”

e3: “Gostei da junção da vida real com os desenhos.”

c3: “A primeira parte da história, quando o menino ouviu as gargalhas”

a4: “Os audiovisuais! Os vídeos, o som...”

c3: “O último vídeo, quando ele está deitado na areia...”

“E ouve as vozes...”

7. **E os pontos fracos?**

“Nenhum”.

c4: “No início disse que a casa era branca mas a casa era branca e laranja...”.

“Amarela”

**Então para vocês um dos pontos fracos é a descrição do livro não corresponder às imagens, é isso?**

“Sim”.

**É importante para vocês que isso aconteça?**

“Eu acho que sim!”

c3: “Perfeitinho, perfeitinho, perfeitinho também não, mas...!”

d2: “Mas eu gostei da casa ser assim!”

“Sim, eu também gostei!”

“Mas não é o que está no livro...”

“Pois...”

“Mas a casa era gira.”

b2: “No livro a varanda é verde!”

c3: “Eu gostei muito de participar”.

“Eu também”.

c3: “Fiquei muito orgulhosa da nossa turma.”

Docente: Bem, uma coisa é certa, vocês ficaram mesmo a conhecer bem a história, para se lembrarem que a casa é branca e a varanda verde quando estavam a ver o vídeo...

a4: “No livro também dizia que havia um jardim mas não havia...”

“Pois...”

“Aparecia, aparecia... no início viram-se as flores!”

“Yah”

**E mais?**

“Mais nada”.

c4: “Ficou bué fixe”.

Docente: Alguma coisa que vocês acham que não devia lá estar?

“Não, nada”.

“Não, não há mais nada”.

c4: “No livro também dizia que era uma casa só nas dunas mas também de via que haviam mais lá atrás...”

**8. A história da Menina do Mar é compreensível através do projeto transmedia que acabaram de aceder?**

“Sim, sim”.

c3: “Tirando aqueles pontos fracos, sim”.

**Mas os pontos fracos impediram de perceber a história?**

c3: Não, não...

a2: “Eu percebi perfeitamente!”

“Eu também percebi.”

**Conseguiram identificar todas as partes da história?**

“Sim”.

c3: “Percebi tudo!”

## Anexo 6 | Transcrição da entrevista

- 1) Os critérios das Narrativas Transmedia (NT) traduzem-se nos seguintes pontos: utilização de múltiplos *media*, narração de uma só história sem repetições de conteúdos entre os *media* usados e colaboração/envolvimento dos utilizadores na expansão da narrativa. Considera que a estratégia transmedia adotada no projeto corresponde aos critérios apresentados?

Sim, sem dúvida nenhuma. Saltamos de vídeos para ficheiros de áudio, de ilustrações para bandas desenhadas, e a história vai sendo narrada sem repetições, e pelo meio ficamos com vontade de ver mais, de conhecer o resto.

- 2) As NT contam uma história através de vários meios e sistemas de significação e cada um deles contribui de forma única para narrar a parte da história que lhe compete. No seu entender, os meios utilizados no projeto são adequados à narração da história e ao público-alvo?

Sim, creio que sim. As nossas crianças estão cada vez mais desligadas de percursos escolares tradicionais, em que o professor fala, e fala, e eles obrigados a escutar, sem motivação, sem interesse. Uma história narrada desta forma vai, sem dúvida, prender qualquer criança, vai, sem dúvida, potenciar vontades e interesses. Ler a obra integral, em livro, é insubstituível, mas a possibilidade de permitir às crianças poderem depois contactar com este tipo de narrativa, cheias de vídeos, sons e imagens, será sem dúvida um fator de motivação. E acontecendo isso, é-lhes muito mais fácil perceber a história, gostar dela, e ter mais vontade de a conhecer melhor. Por isso sim, no meu entender os meios utilizados são adequados quer à narração da história, quer ao público-alvo a que se destina.

- 3) A história d'A Menina do Mar é compreensível através do projeto transmedia concretizado? (organização da plataforma, meios utilizados e estrutura).

Perfeitamente. A forma como a plataforma foi organizada e estruturada permite-lhes navegar e explorar com muita facilidade. Pude perceber, quando os meus alunos contactaram pela primeira vez com o projeto finalizado, que qualquer um deles identificava claramente a que parte da obra se referia cada uma das partes apresentadas. Num grupo de alunos com competências literárias tão heterogéneas como o meu, a probabilidade de encontrar alunos que possam não ter percebido

bem a história, ou partes dela quando a lemos, é maior do que se pode pensar. Mas através deste projeto transmedia todos eles compreenderam claramente a história. Os que a haviam percebido quando a leram, chegaram a essa mesma constatação, os que não a tinham percebido tão bem, perceberam-na com toda a certeza.

- 4) A divisão da história em nove partes permite que cada uma delas seja contada de forma única, apelando a diferentes conhecimentos para a sua compreensão. Acha que a divisão proposta ajuda a compreender e conhecer a história?

Sim, acho. Como disse nas questões anteriores, a forma como a plataforma foi organizada e estruturada não só a torna fácil de navegar e explorar, como a transforma num meio bastante motivador para trabalhar a narrativa. E a verdade é que crianças motivadas aprendem melhor, percebem melhor. Para além disso, as nove partes usadas fazem uma divisão lógica da história, que permite aos alunos compreendê-la e conhecê-la ainda melhor.

- 5) Considera que o projeto transmedia d'A Menina do Mar tem em consideração o público-alvo a que se destina (infantojuvenil)?

Acho que sim. Ainda mais nos dias de hoje, em que vídeos, imagens, sons, num computador, *tablet* ou *smatphone*, são a forma mais rápida de os cativar. Esta geração de crianças vive dos *media* e para os *media*... Conhecer esta obra, através de um projeto deste género, a partir dos *media*, tem tudo para resultar. E quando uma parte do projeto foi criada por eles...então o sucesso vai ser ainda maior. O orgulho no trabalho que fazemos é um dos maiores fatores de motivação que podem existir!

- 6) Enquanto docente responsável pela colaboração dos alunos numa das partes do projeto, considera relevante que os utilizadores tenham um papel ativo na construção de uma narrativa transmedia? Se sim, porquê?

Sim, considero relevante. E depois de o ter feito com os meus alunos, ainda mais o acho! O facto de os próprios alunos se sentirem responsáveis por narrar uma das partes da história fá-los sentirem importantes e orgulhosos, e esse é um fator enorme para o sucesso na aprendizagem. Além disso, participar na construção “obriga-os” a conhecer muito bem a história antes de o fazerem... mas como o foco está na concretização da narrativa transmedia, esquecem-se da resistência que costumam ter à leitura de obras completas. E acabam por lê-las com um gosto diferente. Depois vem ainda a quantidade de competências que se podem

desenvolver quando se participa na construção deste tipo de narrativas: competências literárias, linguísticas, artísticas...e outras tantas tão importantes.

- 7) Que diferentes tipos de competências foram trabalhadas pelos alunos ao longo da sua contribuição para o projeto?

Ui...tantas! Foi um trabalho muito rico! Trabalharam competências de leitura, escrita, competências literárias, competências artísticas, para o desenho e pintura, a imaginação e criatividade... Eles tiveram de ler a obra, analisar a obra, trabalhar e conhecer as personagens, analisar o excerto que iam usar, percebê-lo, identificar as partes essenciais e dividi-lo; aprender a construir uma banda desenhada, projetar a banda desenhada, desenhá-la toda, usando diferentes planos e pormenores, e depois pintá-la, com cuidados na escolha de cores, na sua combinação, e na forma de pintar... tanto para aprender, para crescer e melhorar!

- 8) Como é que este projeto podia ser melhorado ou modificado?

Não sei se mudaria alguma coisa, pois achei que funcionou muito bem assim, e porque acredito que tal como está seria uma excelente ferramenta de trabalho.

- 9) Quais considera serem os pontos fortes do projeto? E os pontos fracos?

Ponto forte... talvez a forma atrativa e cativante como está desenvolvido, a qualidade dos vídeos, dos áudios e das imagens, e o potencial que apresenta enquanto ferramenta motivadora para trabalhar com crianças. Ponto fraco... não considero que tenha.

- 10) Enquanto docente, como pondera a viabilidade do projeto e os seus possíveis contextos de utilização?

Na minha opinião este projeto seria uma mais valia no trabalho com os meus alunos, pois para além do fator motivacional, é uma ferramenta que permite trabalhar com eles de formas bastante diversificadas. Inclusive como promotor de leitura, fomentando a curiosidade. Por exemplo, imaginemos que ainda antes de lhes ler a obra lhes mostro um dos vídeos ou ficheiros de áudio. Isso por si só já seria um caminho para lhes aguçar a curiosidade, levando-os a querer ler a obra toda para melhor conhecer a história. Por outro lado, usar isso como ferramenta para desenvolver competências de escrita, pedindo-lhes por exemplo para escrever o que perceberam do vídeo que viram, e depois comparar com a narrativa original. Enfim...consigo pensar em várias razões que me levariam a achar que este projeto

seria uma ferramenta perfeitamente viável e possível de ser utilizada em diversos contextos.

11) Pensa que a mesma estratégia seria viável quando aplicada a contos diferentes com o mesmo público-alvo? Se sim, porquê?

Claro que sim, por todas as razões que já indiquei nas perguntas anteriores, e ainda mais se pensarmos que uma parte do projeto pode ser criada pelos participantes, pelo público-alvo. Vou correr o risco de me repetir se disser que o fator “motivação” é fundamental quando se trabalha com crianças desta idade, mas é a verdade. E este tipo de projetos tem esse fator como ponto forte.

## Anexo 7 | Nota apreciativa do projeto

Acho um projeto muito interessante e muito útil do ponto de vista pedagógico. Em 30 anos de docência já contactei e explorei de muitas formas esta encantadora história, contudo esta nova abordagem pareceu-me muito original, bem conseguida e com muito potencial para exploração pedagógica em contexto letivo, pois permite-nos múltiplas abordagens e adequar de acordo com as necessidades de cada grupo (turma), permitindo uma diferenciação pedagógica nas dinâmicas do grupo.

Angel Almeida  
docente do 1.º Ciclo e  
Ed. Especial

Um bom trabalho/<sup>Projeto</sup> resulta bem melhor quando se realiza um trabalho multidisciplinar, em equipa.