



Articulação analógico-digital na transmídia de não-ficção latino-americana

Articulación analógico-digital en la transmedia de no ficción latinoamericana

Analog-digital articulation in Latin American non-fictional transmedia

Pedro Paula de Oliveira Vasconcelos

Universidade Federal da Bahia

pedrovasconcelos2309@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1481-0771>

Recepción: 15/11/2022 Revisión: 16/11/2022

Aceptación: 1/12/2022 Publicación: 5/12/2022

Resumo

Este trabalho aborda a lógica transmídia no campo da não ficção latino-americana – um modelo produtivo cuja particularidade é a distribuição de conteúdos por várias plataformas ou cenas comunicativas, as quais, embora interligadas, precisam oferecer contribuições originais ao todo. Buscamos explicar por que, mesmo em um cenário de alta tecnologia, equipamentos sofisticados, intensa plataformização do cotidiano e desenvolvimento de metaversos, esse tipo de projeto tem combinado plataformas digitais a objetos analógicos, campanhas territoriais e eventos presenciais, como outdoors, palestras, mostras, instalações, rotas guiadas e projeções urbanas. Recorrendo metodologicamente à pesquisa bibliográfica, identificamos três argumentos centrais, que se relacionam para explicar tal estratégia. A incorporação do analógico e de suas derivações: a) expande os relatos; b) permite acessar novos públicos e c) constrói experiências singulares de consumo. Em trabalhos futuros, o tema deve ser investigado também a partir de outras metodologias, a exemplo da observação direta de produções em andamento e da entrevista com realizadores.

Palavras-chave: Transmídia; Não-ficção; América Latina; Analógico-digital.

Resumen

Este artículo aborda la lógica transmedia en el campo de la no ficción latinoamericana – un modelo productivo cuya particularidad es la distribución de contenidos a través de varias plataformas o escenas comunicativas, que, aunque interconectados, necesitan ofrecer aportes originales al conjunto. Buscamos explicar por qué, mismo en un escenario de alta tecnología, herramientas sofisticadas, intensa plataformización del cotidiano y desarrollo de metaversos, ese tipo de proyecto está mezclando plataformas digitales a objetos analógicos, campañas callejeras y eventos presenciales, como vallas publicitarias, conferencias, exposiciones, instalaciones, rutas guiadas y proyecciones urbanas. Metodológicamente, utilizando la investigación bibliográfica, identificamos tres argumentos centrales, que se relacionan para explicar tal estrategia. La incorporación del analógico y de sus derivaciones: a) amplía las narrativas; b) permite acceder a nuevas audiencias y c) construye experiencias únicas de consumo. En trabajos futuros, el tema también deberá ser investigado por medio de otras metodologías, como la observación directa de producciones en marcha y entrevistas con realizadores.

Palabras clave: Transmedia; No ficción; América Latina; Analógico-digital.



Abstract

This paper addresses transmediation in the field of Latin American non-fiction – a model of production whose particularity is the distribution of content across various platforms of communicative scenes, which, although interconnected, have to deliver original contributions. We seek to explain why, even in a scenario of high technology, sophisticated tools, intense platformization of everyday life and development of metaverses, this type of project is relating digital platforms to analog objects, territorial campaigns and face-to-face events – such as billboards, lectures, exhibitions, installations, walking tours and urban projections. Based on the methodology of bibliographic research, we identified three central arguments. The incorporation of the analog and its derivations: a) expands the narratives; b) accesses new audiences and c) builds unique experiences of consumption. In future works, the topic should also be investigated using other methodologies, such as direct observation of productions in progress and interviews with producers.

Keywords: Transmedia; Non-fiction; Latin American; Analog-digital.

1. Introdução

Com profundas raízes na América Latina (Lovato & Irigaray, 2021; Vázquez-Herrero; Benito & Revello-Mouriz, 2021), o campo da não-ficção é um macro-gênero que procura “explicar a realidade” (Gifreu-Castells, 2016, p. 888) através de ações jornalísticas, documentais, educativas, científicas, museológicas etc. Nos últimos anos, muitos desses projetos têm assumido caráter transmídia – um “modelo de produção” (Fechine, 2018, p. 24) que precisa satisfazer alguns requisitos básicos:

- a) Presença sinérgica de vários canais, artefatos ou cenas comunicativas (Alzamora, 2019; Fechine, 2018; Moloney, 2012; Scolari, 2009), mediante os quais o conteúdo se espalha.
- b) Autonomia dos diferentes meios, que devem oferecer contribuições originais ao todo, mas mantendo a interconexão (Canavilhas, 2018; Jenkins, 2008; Liuzzi, 2014).
- c) Engajamento do destinatário, a quem compete estabelecer percursos de leitura, reunir elementos dispersos, criar mensagens ou mesmo subverter os cânones (Canavilhas, 2018; Fechine, 2018; Gambarato, 2019; Moloney, 2012).

No final das contas, a transmídiação gera supersistemas (Gambarato, 2019) de arquitetura complexa que ligam blocos de vários tipos. Embora hoje esses segmentos se localizem cada vez mais no universo online, é possível identificar uma série de iniciativas que relacionam os eixos digitais a objetos analógicos, campanhas territoriais e/ou eventos presenciais, apostando no cruzamento entre materialidades distintas, sem que esta ou aquela solução sejam priorizadas de maneira automática por suas qualidades técnicas ou grau de novidade.

Alguns casos recentes, no contexto latino-americano, servem de parâmetro. O especial argentino *De barrio somos* (2018), por exemplo, tematiza os clubes esportivos e comunitários de Rosário (a 300 quilômetros da capital Buenos Aires). Além de vídeos em 360°, hospedados no website, a ação recorre a um álbum de figurinhas e a um jogo de tabuleiro, dois artefatos analógicos.



Figura 1: À esquerda, jogo de tabuleiro do projeto *De barrio somos*, que reúne perguntas voltadas à história dos clubes rosarinos. À direita, álbum de figurinhas, trazendo informações sobre os ídolos de cada um dos clubes visitados.



Fonte: Captura de reprodução.

Outra iniciativa rosarina, *Mujeres en venta* (2015) denuncia redes de exploração sexual ao distribuir, pelas ruas da cidade, placas de LED e outdoors com mensagens de sensibilização, que incentivam as pessoas a acessar o restante do conteúdo no ciberespaço.

Por sua vez, o projeto *Deriva.MX* (2017) discute a violência no México desde múltiplas perspectivas, e o faz em peças audiovisuais que ultrapassam o website, pois ocupam salas de cinema e projeções urbanas. Desenvolvido na Colômbia, *Pregoneros de Medellín* (2015) utiliza um *idoc* [1] para apresentar, remotamente, a história de comerciantes que vendem cantando. A ele, somam-se uma exposição fotográfica e uma exposição interativa, ambas presenciais.

O paraguaio *Chaco-PY* (2014) segue tendência semelhante. Enquanto um webdocumentário detalha o cotidiano dos povos indígenas chaquenhos, a história se expande a ambientes físicos, como instalação, galeria de fotos e mostra itinerante.

Visível em todos os casos mencionados, a possibilidade de relação analógico-digital também encontra respaldo na teoria. Ao descrever as etapas de um planejamento multiplataforma, Moloney (2012, p. 11) sugere abertura a quaisquer interfaces ou situações que ajudem a ampliar o roteiro – de canais físicos a virtuais, de “aparatos móveis . . . a aviões de papel” [2].

Já Lovato (2019, s/p) defende que, na transmídiação, os conteúdos “podem circular em meios on e offline, em diferentes suportes” [3]. E completa: “os meios de massa encontram seu lugar, redefinindo formatos e articulando discursos atravessados pela conectividade” [4] (Lovato, 2017, p. 61).

Na visão de Irigaray (2019, p. 392), compartilhada por Igarza (2017), Renó (2013), Freeman e Gambarato (2019), “os relatos [transmídia] têm a extraordinária capacidade de vincular o digital ao analógico, ressignificar o papel dos meios tradicionais e incorporar uma multiplicidade de plataformas válidas para contar histórias” [5], inclusive o próprio tecido urbano, que se torna hipertexto, “um ecossistema multientramado de relatos convergentes” [6] (Irigaray, 2019, p. 396). “A hibridização de fluxos físicos e virtuais no complexo entramado físico-digital opera como território transmídia, com limites indeterminados e espaços sobrepostos, lugar de articulação entre narrativas, tecnologias e participação” [7] (Irigaray, 2019, p. 401).

Em linha semelhante, Ardini e Caminos falam de dependência mútua; segundo os autores, “a interação digital complementa a interação territorial, a partir do que se constroem novas plataformas

de sentido” (2018, p. 16) [8]. Cabe aí qualquer âmbito onde se desenvolvam diálogos sociais – de escolas a praças, de bibliotecas a organizações comunitárias.

A experiência transmídia ocupa os espaços, transita por eles, os reconstrói, os desarma e volta a armar, empoderando a cidade e a transformando em uma plataforma narrativa complexa e diversa . . . A cidade está repleta de dispositivos e gêneros que se nutrem e ecoam as vozes de quem as habita, com suas múltiplas linguagens [9] (Ardini & Caminos, 2018, p. 15).

O cenário delineado até agora, de produção híbrida, levanta um questionamento central, cuja resposta este trabalho busca desenvolver: se na contemporaneidade a digitalização adquiriu natureza pervasiva (Hepp, 2019), por que eixos não-digitais permanecem relevantes e são aproveitados frequentemente?

2. Metodologia

Para abordar a questão, do ponto de vista metodológico, empregamos a pesquisa bibliográfica. Com base na análise de obras já publicadas, essa ferramenta constrói quadros conceituais, sistematiza dados dispersos, atualiza o conhecimento e indica avanços (Lima & Miotto, 2007).

Adaptando a proposta de Salvador (1981), percorreram-se três etapas. A primeira (levantamento de fontes) nos permitiu catalogar textos de referência – sobretudo livros e artigos científicos – da área da transmídiação. A listagem reuniu:

a) Publicações canônicas e mais abrangentes (Alzamora, 2019; Canavilhas, 2018; Fachine, 2018; Freeman & Gambarato, 2019; Gambarato, 2019; Jenkins, 2008; Liuzzi, 2014; Scolari, 2009).

b) Títulos que citam a possibilidade de incorporação de aparelhos analógicos, campanhas territoriais e/ou eventos presenciais à projetos de matriz digital (Ardini & Caminos, 2018; Freeman & Gambarato, 2019; Igarza, 2017; Irigaray, 2019; Lovato, 2017, 2019; Moloney, 2012, 2018, 2019; Renó, 2013).

c) Trabalhos que, ao focalizar os meios de comunicação, tangenciam o debate sobre a lógica transmídia e, por isso, se mostram úteis (Cramer, 2015; Elleström, 2021; Gruszynski, 2015; Hjarvard, 2015; Meyrowitz, 2009, 2010; Ryan, 2004, 2020).

O segundo estágio englobou leituras exploratórias, seletivas, críticas e interpretativas (Salvador, 1981). Aqui, foi elaborado um instrumento que permitiu “pinçar das obras escolhidas os temas, os conceitos e as considerações relevantes para a compreensão do objeto de estudo” (Lima & Miotto, 2007, p. 41). Buscamos apreender como os autores, se fosse o caso, justificavam a existência de eixos não-digitais na produção transmidiática.

Por fim, o diagnóstico dos dados conduziu a esta síntese integradora (Salvador, 1981), a qual, de acordo com Lima e Miotto (2007), procura resumir as reflexões, apresentar os resultados e estabelecer possíveis desdobramentos.

3. Resultados

A partir do referencial teórico, surgiram três respostas centrais à pergunta de pesquisa, que serão detalhadas nos próximos tópicos. Na visão dos autores, o recurso ao analógico e a práticas similares em projetos transmídia de não-ficção é capaz de: a) expandir as narrativas; b) acessar novos públicos e c) construir experiências singulares de consumo.



3.1. Expansão narrativa

Começamos a análise pela capacidade expansiva da transmídiação a nível de conteúdo. Cada peça do quebra-cabeças “introduz um mundo narrativo” (Ardini & Caminos, 2018, p. 16) [10], contribuindo “para satisfazer a curiosidade dos usuários e *aprofundar a trama*” [11] (Lovato, 2019, s/p).

Trata-se de uma abordagem bastante explorada por Marie-Laure Ryan (2004, 2020). A pesquisadora sustenta que as propriedades intrínsecas de uma situação ou de um suporte determinados filtram elementos semânticos e incidem decisivamente sobre o relato. Já que a eficiência narrativa varia de um canal a outro, cabe ao desenvolvedor perguntar: qual deles melhor se adequa a segmentos particulares da pauta? Essa escolha dá concretude ao “puro significado” (Ryan, 2020, p. 4) e o fixa em um molde. “Gosto de visualizar a mídia como bicos de sacos de confeitiro. A substância informe do glacê é colocada no saco de confeitir, espremida no bico e sai em forma decorativa. Diferentes bicos . . . produzem diferentes formatos” (Ryan, 2020, p. 4).

Na mesma direção, Elleström (2021, p. 42) acredita que traços materiais, espaço-temporais, sensoriais e semióticos possibilitam a transferência de certos valores cognitivos “. . . da mente do produtor à do preceptor”, onde ocorre a interpretação. Logo, “não é qualquer tipo de valor cognitivo que pode ser criado livremente com base em qualquer tipo de mídia” (Elleström, 2021, p. 82).

Se acompanharmos Igarza (2017, p. 15), para quem tecnologias múltiplas intensificam “as remissões internas e externas à obra, facilitando a pluralidade de representações” [12], o ato de codificar pensamentos (Ryan, 2020) em eixos analógicos, com suas qualidades narrativas específicas, levará a história a este ou àquele lado, o que se mostra válido a depender dos objetivos.

3.2. Acesso a novos públicos

Uma vez estruturados, os blocos transmídia precisam chegar aos usuários. E aí emerge o item seguinte: a cibercultura tem reposicionado os indivíduos no ecossistema da comunicação. Ampliaram-se, vertiginosamente, os mecanismos para selecionar, difundir, conceber e modificar mensagens (Scolari, 2017) – dentro ou fora dos circuitos institucionais. Frente ao enorme leque de opções, “a audiência se espalhou” [13] (Moloney, 2018, p. 88), e o consumo se fragmentou. “Antes, nossa dieta midiática era composta de poucos meios, aos quais dedicávamos muita atenção; agora passamos pouco tempo em muitos meios” [14] (Scolari, 2017, p. 176).

Esse panorama complexifica a tarefa de se relacionar com usuários heterogêneos, de perfil nômade, habilidades multimodais e “demandas insaciáveis” (Ryan, 2020, p. 11). A saída, garante Moloney (2018), é levar o conteúdo até eles, num movimento proativo de definir grupos estratégicos, conhecer seus hábitos e estabelecer os canais ou as práticas capazes de acessá-los.

Por isso, ainda conforme o autor, a dinâmica transmídia, multifacetada em si, encara tão bem os desafios da atualidade. A adição de pontos de entrada favorece a conquista de novos públicos (Ryan, 2020), que orbitam nichos de interesse. Igarza (2017, p. 16) resume assim: “as diferentes plataformas captam a atenção em distintos momentos e contextos, de distintos perfis de leitor” [15].

A despeito do cenário de transformações sociotécnicas, em velocidade incomparável (López-García & Vizoso, 2021), as esferas digital e analógica tanto coexistem quanto se hibridizam de maneira dialética, recíproca e eventualmente caótica, desordenada. Além de habitarmos universos físicos (Moloney, 2012), as estéticas, os mercados e “as entidades midiáticas originais permanecem reconhecíveis” [16] (Balbi & Magauda, 2018, p. 4). Parte das pessoas será encontrada, então, em cenas ou dispositivos desconectados.

3.3 Construção de experiências de consumo



Para Rutledge (2019), esse senso de empoderamento do consumidor se liga a um crescente desejo de aproveitar experiências comunicacionais. Hoje, são exigidas apresentações mais ricas, imersivas, significativas (Rutledge, 2019) e vívidas (Lovato, 2019), elaboradas em ambientes performáticos (Longhi & Caetano, 2019) que simulam presença “. . . de modo envolvente, pondo em jogo nossa percepção de mundo e nossos sentidos, e impactando nossas emoções” [17] (Lovato, 2019, s/p).

Não por acaso, ao lado da racionalidade cognitiva, procura-se oferecer um conjunto de valores-experiência (Longhi & Caetano, 2019) que reforçam o engajamento afetivo, despertam estados patêmicos e criam “uma intensa oferta de sensações” (Longhi & Caetano, 2019, p. 87). Tais efeitos decorrem de arranjos tecnoestéticos planejados pelo enunciador e despontam no encontro do sujeito com o objeto, durante uma ocasião concreta, “situada no tempo, . . . no espaço (a materialidade do meio também cumpre um papel) e no corpo do usuário, que se envolve sensorial, intelectual e emocionalmente” [18] (Tosca & Klastруп, 2019, p. 393).

Outra vez, a transmídiação aparece como caminho viável, pois uma das chaves para caracterizá-la é a ideia mesma de experiência, “através [de] e entre as fronteiras onde múltiplas plataformas coalescem” [19] (Freeman & Gambarato, 2019, p. 6). Recuperando o argumento dos tópicos anteriores, cada unidade será provada ou recepcionada de um jeito próprio (Igarza, 2017; Moloney, 2018) – e a oferta de sensações (Longhi & Caetano, 2019) só vai estar completa se for reconhecida a potência estésica daquilo que escapa do online. “A raridade, a singularidade e a fisicalidade do analógico acrescentam uma profundidade inestimável à história” [20] (Moloney, 2018, p. 96).

As possibilidades de enriquecer experiências via atividades offline, como eventos, são imensas porque podem contribuir dramaticamente para (1) o sentimento de imersão, (2) o sentido de pertencimento e (3) a resposta emocional da audiência [21] (Freeman & Gambarato, 2019, p. 4).

4. Discussão

As três explicações enfatizam a contribuição dos meios, enquanto objetos, para o estabelecimento do sentido global de determinada circunstância comunicativa. Segundo Elleström (2021), Meyrowitz (2019, 2010), Moloney (2019) e Ryan (2004, 2020), jamais estamos diante de condutores passivos que ligam dois extremos sem interferir nas mensagens.

Pelo contrário, “a materialidade [sempre] importa” [22] (Ryan, 2004, p. 1). Qualquer mídia, em sentido lato, tem traços que a individualizam e delimitam usos e desusos, vantagens e desvantagens (Elleström, 2021; Meyrowitz, 2009; Ryan, 2004). Nós as selecionamos “por suas *affordances* e contornamos seus defeitos, tentando vencê-los ou fazê-los irrelevantes” [23] (Ryan, 2004, p. 19). Essas qualidades materiais iminentes interagem com os propósitos dos realizadores, as rotinas produtivas, as culturas organizacionais, a conjuntura econômica, política e social, as inclinações semânticas e os quadros de interpretação dos destinatários. Assim, influenciam (mas não determinam) os métodos de apropriação dos artefatos, os gestos e as posturas do utilizador (Gruszynski, 2015), as relações intersubjetivas que se estabelecem (Hjarvard, 2015), os gêneros empregados (Ryan, 2004, 2020) e o conteúdo em si (Elleström, 2021; Ryan 2004, 2020).

Existe aí um caminho argumentativo claro: a diversificação de meios, inclusive com o uso do analógico, do territorial e do presencial, amplia as características em jogo e concede aos projetos transmidiáticos novas soluções, que potencializam os relatos, alcançam diferentes públicos e desenham experiências de consumo de uma maneira que os suportes digitais, apesar das vantagens, não conseguiriam sozinhos.

A articulação analógico-digital se torna, portanto, uma multiplicadora de possibilidades. Juntas, as peças dialogam, se contrabalanceiam e se complementam para criar mosaicos híbridos, cuja síntese é mais do que a soma das partes.



5. Conclusão

Embora as ferramentas e os dispositivos digitais tenham alcançado um lugar de centralidade na produção contemporânea (Hepp, 2019), muitas ações transmidiáticas, como buscamos demonstrar, costumam integrá-los a objetos analógicos, campanhas territoriais e/ou eventos presenciais. Os exemplos citados trazem álbum de figurinhas, jogo de tabuleiro, placa de LED, outdoor, projeção urbana, exposição fotográfica, instalação e mostra itinerante. A lista, porém, tende ao infinito, se pensarmos em performances, desfiles, degustações, materiais impressos, apresentações artísticas, feiras, quermesses, palestras, rotas guiadas etc.

Especialmente, a tentativa foi compreender o que sustenta a relevância dessa estratégia em um contexto no qual os olhares se voltam à alta tecnologia, a equipamentos sofisticados (López-García & Vizoso, 2021), à plataformização do cotidiano e ao desenvolvimento de metaversos. Com base na pesquisa bibliográfica, foi possível reunir obras que sinalizaram três argumentos, estando a resposta, ao que tudo indica, na confluência entre eles. A articulação analógico-digital permite: a) expandir os relatos; b) acessar novos públicos e c) construir experiências de consumo. Para trabalhos futuros, cabe investigar se os achados se sustentam diante de outras metodologias, como observação direta de iniciativas transmidiáticas em desenvolvimento e entrevistas com realizadores.

As justificativas encontradas aqui derivam do princípio de que cenas/meios de comunicação transcendem o plano do conteúdo. Enquanto coisas, apropriadas ou vividas em circunstâncias específicas por sujeitos sensíveis e interpretantes, carregam atributos particulares, que determinam capacidades ou fraquezas e, no limite, promovem configurações sociais (Meyrowitz, 2009).

Se as mídias diferem, a diversificação de audiências, experiências e formas de narrar depende da diversificação das materialidades, sem o veto antecipado a qualquer alternativa. Como defende Cramer (2015), ao produzir (no jornalismo, na educação, na arte, no documentário ou na divulgação científica), é necessário recusar o automatismo das soluções digitais, optando sim pelos recursos mais adequados – que nem sempre serão os mais recentes.

Referências bibliográficas

Alzamora, G. (2019). A semiotic approach to transmedia storytelling. In M. Freeman, & R. Gambarato (Eds). *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 438-446). Routledge.

Ardini, C., & Caminos, A. (2018). *Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales*. Córdoba: Conexión.

Balbi, G., & Magaudda, P. (2018). *A history of digital media: An intermedia and global perspective*. Routledge.

Canavilhas, J. (2018). Journalism in the twenty-first century: to be or not to be transmedia? In R. Gambarato, & G. Alzamora (Eds). *Exploring transmedia journalism in the digital age* (pp. 1-14). Hershey: IGI Global.

Cramer, F. (2015). What is 'Post-digital? In D. Berry, & M. Dieter (Eds). *Postdigital aesthetics: Art, Computation and Design* (pp. 12-26). Palgrave.

Elleström, L. (2021). *As modalidades das mídias II: um modelo expandido para compreender as relações intermídiais*. Porto Alegre: EDIPUCRS.

Fechine, Y. (2018). Transmídiação como modelo de produção: uma abordagem a partir de estudos da televisão e de linguagem. In L. Santaella, J. Massarolo, & S. Nesteriuk. *Desafios da transmídia: processos e poéticas* (pp. 42-63). São Paulo: Estação das Letras e Cores.



- Freeman, M., & Gambarato, R. (2019). Transmedia Studies - Where Now? In M. Freeman, & R. Gambarato (Eds). *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 1-12). Routledge.
- Gambarato, R. (2019). A design approach to transmedia projects. In M. Freeman, & R. Gambarato (Eds). *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 401-409). Routledge.
- Gifreu-Castells, A. (2020). Documental Interactivo como Narrativa Compleja: Autor, Receptor, Modelo de Negocio y Preservación. In: R. Longhi, A. Lovato, & A. Gifreu-Castells. *Narrativas Complejas* (pp. 75-95). Aveiro: Ria Editorial.
- Gifreu-Castells, A. (2016). El ámbito de la no ficción interactiva y transmedia: aproximación a cuatro formas de expresión narrativa. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (9), 871-891.
- Gruszynski, A. Design editorial e publicação multiplataforma (2015). *Intexto* (34), 571-588.
- Hepp, A. (2019). *Deep mediatization*. Londres: Routledge.
- Hjarvard, S. (2015). Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. *Parágrafo*, (3) 51-62.
- Igarza, R. (2017). Escenas transmediales. In F. Irigaray (Coord.). *Transmediaciones: creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas* (pp. 11-20). Buenos Aires: La Crujía.
- Irigaray, F. (2019). Territorialidad Expandida en el Documental Transmedia. In F. Irigaray, V. Gosciola, & T. Piñero-Otero (Orgs.). *Dimensões Transmídia* (pp. 390-412). Aveiro: Ria Editorial.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Lima, T., & Miotto, R. (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. *Revista Katálisis*, (10), 37-45.
- Liuzzi, A. (2014). Transmedia "historytelling": de documentales interactivos y géneros híbridos. In F. Irigaray, & A. Lovato (Eds.). *Hacia una comunicación transmedia* (pp. 65-86). Rosario: UNR Editora.
- Longhi, R., & Caetano, K. (2019). Valor-experiência no contexto do jornalismo experiencial. *Galáxia*, (42), São Paulo, 82-95.
- López-García, X., & Vizoso, A. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional de la información*, 30(3), 1-12.
- Lovato, A. (2019). Diseño narrativo para AR y VR en proyectos transmedia de no ficción. *Anais do Congresso de la red de carreras de comunicación social y periodismo*, Salta, Argentina, 21. Não paginado.
- Lovato, A. (2017). Periodismo transmedia: hacia un modelo de producción basado en experiencias de no ficción. In F. Irigaray, & A. Lovato (Eds). *Comunicación post-convergente* (pp. 58-73). Buenos Aires: La Crujía.
- Lovato, A., & Irigaray, F. (2021). La no-ficción latinoamericana: del documental interactivo al documental transmedia. *Hipertext.net*, (23), 1-5.
- Meyrowitz, J. (2010). Media evolution and cultural change. In L. Grindstaff, M. Lo, & J. Hall (Eds.). *Handbook of cultural sociology* (pp. 52-63). Routledge.



Meyrowitz, J. (2009). Medium theory: an alternative to the dominant paradigm of media effects. In R. Nabi, & M. Oliver (Eds.). *The SAGE handbook of media processes and effects*. SAGE.

Moloney, K. (2018). Designing transmedia journalism projects. In R. Gambarato, & G. Alzamora (Eds.). *Exploring transmedia journalism in the digital age* (pp. 83-103). Hershey: IGI Global.

Moloney, K. (2019). Proposing a practical media taxonomy for complex media production. *International journal of communication*, (13), 3545–3568.

Moloney, K. (2012). *Transmedia journalism as a post-digital narrative*. Denver: University of Colorado Press.

Renó, D. (2013). Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia. *Doc on-line: Revista digital de cinema documentário*, (14), 93-112.

Rutledge, P. (2019). Transmedia psychology: creating compelling and immersive experiences. In M. Freeman, & R. Gambarato (Eds.). *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 350-363). Routledge.

Ryan, M. (2004). Introduction. In Ryan, M. (Ed.). *Narrative across media: the languages of storytelling* (pp. 1-40). University of Nebraska Press.

Ryan, M. (2020). Narratologia transmídia e narrativa transmídia. *Scripta Uniandrade*, 18, 1-20.

Salvador, A (1981). *Métodos e técnicas de pesquisa bibliográfica*. Porto Alegre: Sulina.

Scolari, C. (2017). El translector: lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. *La lectura en España*. Informe, 175-186.

Scolari, C. (2009). Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, (3), 586-606.

Tosca, S., & Klastруп, L. (2018). An experience approach to transmedia fictions. In M. Freeman, & R. Gambarato (Eds.). *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 392-400). Routledge.

Vázquez-Herrero, J., Benito, L., & Revello-Mouriz, N. (2021). Documental interactivo y transmedia en América Latina: modelos, temáticas y estrategias. *Hipertext.net*, (23), 7-20.

NOTAS

1. Segundo Gifreu-Castells (2020), *idoc* (ou webdocumentário, webdoc, documentário interativo) é um tipo de narrativa complexa que mantém características essenciais da tradição documental e as expande em alguns sentidos: produção espalhada por vários suportes; arquitetura multilinear; novos papéis para o produtor, que se torna um design de estratégias, e para o consumidor, que empreende movimentos ativos diante das mensagens.
2. No original: “from mobile devices . . . to paper airplanes”.
3. No original: “. . . pueden circular en medios on y offline, en diferentes soportes”.
4. No original: “los medios tradicionales encuentran su lugar, redefiniendo sus formatos y articulando discursos atravesados por la conectividad”.
5. No original: “los relatos transmedia tienen la extraordinaria capacidad de vincular medios digitales y analógicos, resignificar el papel de los medios tradicionales e incorporar una multiplicidad de plataformas válidas para contar historias”.
6. No original: “un ecosistema multientramado de relatos convergentes”.



7. No original: “La hibridación de flujos físicos y virtuales en el complejo entramado físico-digital, opera como territorio transmedia, con límites indeterminados y espacios superpuestos, lugar de articulación entre narrativas, tecnologías y participación”.
8. No original: “la interacción digital se complementa con la interacción territorial, a partir de lo que se construyen nuevas plataformas de sentido”.
9. No original: “La experiencia transmedia ocupa los espacios, los transita, los reconstruye, los desarma y vuelve a armar, empoderando la ciudad y transformándola en una plataforma narrativa compleja y diversa . . . La ciudad está repleta de dispositivos y géneros que se nutren y se hace eco de las voces de quienes la habitan, con sus múltiples lenguajes”.
10. No original: “nos introduce en un mundo narrativo”.
11. No original: “a satisfacer la curiosidad de los usuarios y a profundizar la trama”. O grifo é nosso.
12. No original: “las remisiones internas y externas a la obra y facilitan la pluralidad de representaciones”.
13. No original: “the audience has scattered”.
14. No original: “Si antes nuestra dieta mediática estaba conformada por pocos medios (a los cuales dedicábamos mucha atención), ahora pasamos poco tiempo en muchos medios”.
15. No original: “Las diferentes plataformas sirven para captar la atención en distintos momentos y contextos, de distintos perfiles de lectores”.
16. No original: “the original media entities are still recognizable”.
17. No original: “. . . de manera envolvente, poniendo en juego nuestra percepción del mundo y nuestros sentidos e impactando sobre nuestras emociones”.
18. No original: “situated, both in time, . . . in space (the materiality of the medium also plays a part), and in the body of the user, who is involved sensorially, intellectually and emotionally”.
19. No original: “across and between the borders where multiple media platforms coalesce”.
20. No original: “the rare, singular and physical of the analogue world add invaluable depth story”.
21. No original: “the possibilities to enrich experiences via offline activities, live events, are immense because they can dramatically contribute to (1) the feeling of immersion, (2) the sense of belonging, and (3) the emotional response of audience”.
22. No original: “materiality matters”.
23. No original: “for their affordances, and we work around their limitations, trying to overcome them or make them irrelevant”.

