

## **A ARTE TRANSMÍDIA: UMA ANÁLISE SOBRE O ARTISTA SAMUEL DE SABOIA**

Matheus Garcia da SILVA  
Universidade de Sul de Santa Catarina – Unisul

### **Resumo**

O artista Samuel de Saboia, tem ganhado um crescente destaque na mídia nos últimos anos, se tornando uns dos principais nomes no mercado do mundo da arte. Tendo uma carreira promissora, tais conquistas foram atingidas tendo como ferramenta apenas a internet e as ferramentas digitais. Com isso, este artigo tem como objetivo geral analisar como os mecanismos transmidiáticos podem contribuir no consumo de arte, utilizando como objeto de análise o artista recifense Samuel de Saboia. A metodologia utilizada terá caráter exploratório, apresentando um estudo bibliográfico e, por fim, a análise de conteúdo. Os resultados obtidos mostram estratégias práticas e eficientes, que poderão ser utilizadas por outros artistas, podendo agregar as informações aqui apresentadas em seus processos criativos, assim, potencializando o alcance obtido.

**Palavras-chave:** Cultura da Convergência. Transmídia. Arte Transmídia. Samuel de Saboia.

### **Introdução**

O setor cultural nacional tem passado por uma situação bastante conturbada e instável já há alguns anos, tendo piorado desde a posse do atual presidente Jair Messias Bolsonaro, como aponta o jornal Folha de São Paulo (2020). Após assumir a presidência, foi decretado o fim do Ministério da Cultura, tornando-se agora a Secretaria da Cultura dentro do recém criado Ministério da Cidadania, sendo transferido para o Ministério do Turismo, segundo decreto publicado no dia 07 de novembro de 2019, como aponta a matéria de Vitor Sorano para o G1. Ainda segundo dados disponibilizados pelo portal de notícias G1, o investimento destinado ao turismo no ano de 2020 foi de R\$ 668,1 milhões, tendo queda de 1% para o ano de 2021, somando R\$ 661,2 milhões.

Com os constantes cortes, instabilidades, ameaças, o fim do MinC e o abalo mundial sofrido devido à pandemia do COVID-19, o setor cultural, assim como os demais campos dos saberes, precisou encontrar novos meios e se reinventar em como fazer e divulgar

as expressões artísticas. Graças aos avanços gerados pela era digital, a arte vem ganhando cada vez mais destaque dentro do ciberespaço, conquistando novos significados por quem a consome, dando mais liberdade criativa para o artista. Temos, como exemplos, inúmeras exposições onde a obra de arte se tornou interativa ou onde existem *QR code* para incentivar a cultura participativa dando mais oportunidades de o receptor explorar ainda mais a história por trás da arte que está consumindo. O tema, além de apresentar relevância social, foi escolhido movido à admiração que o autor do artigo possui pelo artista escolhido.

Este artigo tem como objetivo geral analisar como os mecanismos transmidiáticos podem contribuir no consumo de arte, utilizando como objeto de análise o artista recifense Samuel de Saboia, de 22 anos, um artista de origem humilde, nascido e criado no bairro Totó, em no Recife, capital do estado de Pernambuco, que iniciou sua carreira aos 15 anos, em 2012, utilizando a internet como a sua principal ferramenta de divulgação, se tornou um dos maiores nomes do mundo artístico atual, alcançando galerias nacionais e internacionais, como aponta a matéria de Matheus Martins para o jornal O Globo (2019). Entre as mostras e exposições realizadas pelo artista, estão as individuais “Beautiful Wounds” realizada em 2018, na Ghost Gallery, em Nova York, e “Guardiões” realizada em 2019, na Galeria Kogan Amaro, em São Paulo, 2019, e as coletivas “Paredão” realizada em 2017, no Centro Cultural de São Paulo e “The Skin I’m In”, realizada em 2018, na Space 776, em Nova York, 2018.

Diante disso, este artigo responde a dois problemas de pesquisa: 1) Como a cultura transmídia pode auxiliar no consumo da arte na era digital? 2) Como o artista Samuel de Saboia utilizou esse mecanismo em sua rede social? Em tempos onde as expressões artísticas se veem forçadas à encontrar outros meios de entregar sua mensagem ao público, os mecanismos transmidiáticos se mostram uma opção acessível e prática de se utilizar.

Para dar conta dessa demanda, foram mobilizadas noções de Cultura da Convergência, Transmídia, Arte, Arte transmídia, Internet e Redes Sociais, realizaram-se pesquisas bibliográficas com base em livros e artigos científicos e a análise de conteúdo de entrevistas para jornais, portais de notícia, canais de produtores de conteúdo no *YouTube* e postagens nas redes sociais do artista. Entende-se por pesquisa bibliográfica:

[...] a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Para tanto, é de suma importância que o pesquisador realize um

planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação. (BOCCATO, 2006, p. 266).

Para a realização desse artigo, inicialmente foram utilizadas cinco obras, dois artigos acadêmicos e três livros. Os artigos fichados foram “Arte Transmídia: um estudo sobre uma forma de expressão artística na era digital”, escrito por Luciana Allegretti, em 2018, e “A produção de artes visuais e novas tecnologias”, escrito por Sandra Souza, em 2011. Os livros fichados foram a segunda edição de “Cultura da Convergência”, escrito por Henry Jenkins, de 2009, a terceira edição de “Por que as comunicações e as artes estão convergindo?”, escrito por Lucia Santaella, de 2008, e a primeira edição de “Análise de Conteúdo”, escrito por Laurence Bardin, de 2011.

O artigo está subdividido em duas seções teóricas. A primeira delas apresenta as questões referentes aos estudos sobre Cultura da Convergência, baseando-se principalmente nas obras de Henry Jenkins. Para o autor, a convergência se trata do encontro de mídias distintas, dentro desse encontro surge o termo transmídia, que explora as vantagens oferecidas pela convergência midiática para potencializar o alcance e vida útil de um conteúdo, gerando a sua divisão e complementação. A segunda seção apresenta as ferramentas transmídia inseridas dentro dos campos das artes e cultura, expondo suas diversas finalidades e utilizações. Para facilitar o entendimento do leitor, as análises dos objetos escolhidos acontece em conjunto com a fundamentação das seções.

Para a análise realizada, foram utilizados os métodos de análise de conteúdo de Laurence Bardin, para a autora (2011, p. 15), a análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a "discursos" (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. Em alguns dos objetos, foi realizada uma análise de entrevista.

A principal dificuldade da análise de entrevistas de inquérito deve-se a um *paradoxo*. De forma geral, o analista confronta-se com um conjunto de "x" entrevistas, e o seu objetivo final é poder inferir algo, por meio dessas palavras, a propósito de uma realidade (seja de natureza psicológica, sociológica, histórica, pedagógica...) representativa de uma população de indivíduos ou de um grupo social. Mas ele encontra também - e isto é particularmente visível com entrevistas - *pessoas* em sua unicidade. (BARDIN, 2011, p. 94).

Com este estudo, podemos ressaltar a importância de entender os mecanismos transmidiáticos quando utilizados dentro do universo artístico, se aprofundando e levantando mais informações sobre as contribuições geradas no consumo de arte para que, futuramente,

outros artistas possam acrescentar essas informações em seus processos criativos e de divulgação.

### **Cultura da Convergência**

A história da internet tem como início na Guerra Fria, no ano de 1969, com a criação de uma rede de computadores desenvolvidos pela *Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA)<sup>1</sup> e pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos (USDOD)<sup>2</sup> com a finalidade de troca de informações através de conexões independentes. O que um dia foi uma forma de se comunicar em situações de guerra começou a se tornar, em 1990, um meio de comunicação extremamente versátil e global.

A internet não só concretizou, mas ultrapassou todas as expectativas que McLuhan tinha sobre a aldeia global, se tornando o primeiro meio de comunicação a unir a massividade e interatividade. A interatividade é conceituada como as relações de reciprocidade entre indivíduos no ciberespaço, essa relação ultrapassa o processo de comunicação interpessoal, assumindo-se uma relevante dimensão social. Essas relações são mutáveis e variáveis, pois dependem do grau de conhecimento que um indivíduo possui do outro. Segundo Recuero (2000, p. 01), “a Internet [...] proporcionou a extensão de várias capacidades naturais. Não apenas podemos ver as coisas que nossos olhos naturalmente não vêem.” Para a autora, a internet proporciona aos seus usuários a capacidade de interagir, escolher quais conteúdos quer acessar, se comunicar e socializar com pessoas de todos os cantos do mundo e criarmos o nosso próprio universo.

Em 2014, segundo dados do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC)<sup>3</sup>, já eram mais de 85 milhões de brasileiros que possuem acesso à internet, proporcionando gradualmente, a democratização do acesso à informação e aos conteúdos disponíveis on-line. Esse crescimento só foi possível devido ao aumento do uso de aparelhos portáteis, como os *smartphones*, *tablets* e *notebooks*. (O GLOBO, 2020). De maneira mais contextualizada e atual, as nossas relações com as mídias digitais aumentaram significativamente no primeiro semestre de 2020 agora que estamos vivendo em distanciamento social, devido à pandemia da COVID-19. Segundo dados

---

<sup>1</sup> Agência de Projetos de Pesquisa Avançada de Defesa

<sup>2</sup> A História da Internet, USP.

<sup>3</sup> A História da Internet, USP.

disponibilizados pela Agência Nacional de Telecomunicações em Junho de 2020, o uso da internet no Brasil aumentou cerca de 45%. (GAZETA WEB, 2020).

Com as barreiras impostas pelas práticas do distanciamento social, o entretenimento tem se reinventado e encontrado formas de continuar existindo mesmo de forma virtual.

A internet se mostrou uma plataforma muito eficiente quando se trata da distribuição de conteúdo e na aproximação dos relacionamentos, graças às suas ferramentas interativas, fazendo com que o consumidor se torne um produtor de conteúdo.

Dessa forma, o produtor de conteúdo contemporâneo se torna um grande gerente de talentos e recursos, desenvolvendo, em cada projeto, um empreendedorismo inédito no mercado audiovisual com uma mistura inteligente de gerenciamento de projetos, inspiração artística e visão tecnológica que se torna um disruptor de modelos de negócios com base em franquias, enriquecendo toda a experiência da audiência que passa a consumir e produzir conteúdo, produtos e serviços relacionados à obra, quase que simultaneamente [...] (ARNAUT, 2015, p. 12).

A Cultura da Convergência tem se tornado cada vez mais presente em nosso cotidiano. Para Jenkins (2009, p. 30-31), a convergência refere-se não somente ao fluxo de conteúdo gerado pelo encontro das novas plataformas de mídia com as tradicionais, mas também “à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.”. A convergência aqui abordada se resume nas transformações tecnológicas e nas mudanças mercadológicas e socioculturais que consigo traz. Na Cultura da Convergência há o encontro entre os novos meios de mídia e os tradicionais, onde quem produz e quem consome estão cada vez mais ligados e interagindo entre si, onde a experiência é influenciada dependendo de quem está falando e do que imaginam estar sendo falado.

Para Santaella (2003, p. 7), convergir é muito mais que apenas o encontro dos meios de mídia, “significa, isto sim, tomar rumos que, não obstante as diferenças, dirijam-se para a ocupação de territórios comuns, nos quais as diferenças se rocam sem perder seus contornos próprios.” É o ato de se utilizar ao máximo os mecanismos de cada meio de mídia, é aproveitar os pontos fortes de cada mídia a fim de atingir cada vez mais pessoas. Tomemos como exemplo o artista Samuel de Saboia, em seu perfil no *Instagram* (@samueldesaboia) o vemos compartilhando bastidores de ensaios fotográficos, detalhes do seu processo criativo, novidades de projetos ou até mesmo vídeos do processo de pintura de algumas de suas obras.

O que antes era exclusivo do mundo físico acaba ganhando espaço dentro do ambiente digital.  
É tornar acessível o que antes estava recluso e isolado em alguns pontos da sociedade.

**Figura 1 – Screenshot (2019)**



**Fonte:** Instagram (@samueldesaboia), 2020.

**Figura 2 – Screenshot (2019)**



**Fonte:** Instagram (@samueldesaboia), 2020.

**Figura 3** – Screenshot (2019)



Fonte: Instagram (@samueldesaboia), 2020.

Ao postar os bastidores da sua rotina, o espectador se sente parte do processo e ainda mais próximo do artista que admira, quase como se estivesse fazendo parte de algo secreto. Como sugere Damin (2015), “séries com diferentes temas conectam o usuário e criam um enredo que leva ao conteúdo e faz com que seus seguidores esperem por mais. Detalhes de ações offline, teasers ou complementos de comerciais são ideias interessantes para se contar.” Para o autor, postagens que se conectam entre si se tornam mais efetivas, pois trazem consigo uma narrativa e a criação de um universo.

A convergência se tornou algo muito além da esfera tecnológica, passando a ser um movimento sociocultural, pois molda nossa percepção, produção e consumo de mídia. Jenkins (2009, p. 43) aponta que “a convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento.”. Este fenômeno tem levado as pessoas a se interessarem por conteúdos e experiências que seja benéficas para si, que proporcionem algum tipo de crescimento ou aprendizagem por meio de trocas de informações, experiências e conhecimentos.

Na convergência, as pessoas se tornam objetos da aprendizagem e também as construtoras de novos sentidos. Dentro dessa convergência, Jenkins cria o termo *transmídia* em seu livro “*Cultura de Convergência*”, que consiste no uso de múltiplas mídias, sejam elas tradicionais ou digitais, para a transmissão e disseminação de conteúdos que se complementam, pertencentes ou não de uma mesma narrativa. Arnaut (2011) aponta que a narrativa deve partir de um conteúdo principal envolvente; ser distribuído nas múltiplas

plataformas de mídia; utilizar o melhor de cada uma delas; gerar interesse, possibilitando a visibilidade; manter a atenção e o engajamento das pessoas (compartilhando ou interagindo); permitir que novos conteúdos sejam produzidos (estáticos, audiovisuais, interativos etc.); obter resultado positivo ou êxito; levar à transversalização, ou seja, tornando-se um fenômeno.”

Nos últimos anos, a carreira do artista ganhou o destaque que merecia, dando inúmeras entrevistas e participando de eventos. Em 2019, o artista foi destaque da matéria “*A New Brazilian Magazine Is a Fantasy for Dark Days*” do renomado jornal *The New York Times*. A matéria coloca sob os holofotes e revista independente *Samba Zine*, que conta com a participação e organização de profissionais, artistas, organizações e causas LGBTQIA+, exaltando a importância de artistas e ferramentas que exerçam sua representatividade em tempos obscuros, citando nomes como Liniker<sup>4</sup>, Pedro Alves<sup>5</sup> e Samuel de Saboia. A matéria ganhou destaque nas redes sociais, sendo postada pelo próprio artista em seu perfil no *Instagram*.

**Figura 4** – A New Brazilian Magazine Is a Fantasy for Dark Days (2019)



Fonte: The New York Times, 2019.

A narrativa transmídia se diferencia da crossmídia, pois não é preciso que o conteúdo seja propagado em sua integralidade através das mídias, é preciso que objeto, mesmo compartilhado separadamente através dos canais de mídia, ainda assim se complementem, ao invés de apenas se gerar uma repetição. As postagens feitas no *Twitter* e *Instagram* do artista não apresentaram a totalidade do conteúdo real da matéria do *The New*

<sup>4</sup> Liniker tem 25 anos, é cantora, compositora, negra e mulher trans

<sup>5</sup> Pedro Alves tem 18 anos, é artista, ator e bissexual.

*York Times*, mas sim trechos e mensagens de força, gratidão e encorajamento, assim, resignificando e atribuindo novos sentidos à essa narrativa.

Figura 5 – Screenshot (2019)



Fonte: Instagram (@samueldesaboia), 2020.

A narrativa transmídia se trata de arte, a arte de se criar um universo percorrerá inúmeras plataformas midiáticas, cada uma dessas plataformas proporciona um novo conhecimento e um novo olhar para cada aspecto da narrativa, assim gerando diferentes significados com base na vivência e experiência de cada espectador.

A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. [...] Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009, p. 49-141).

Jenkins não foi o único a estudar e conceituar transmídia e sua narrativa, para Scolari (2013, p. 46), a narrativa transmídia se trata de “um tipo de narrativa na qual a história se desenrola por meio de múltiplas mídias e plataformas de comunicação, em que uma parte dos consumidores assume um papel ativo nesse processo de expansão.”. Tome como exemplo uma franquia audiovisual de sucesso, é cada vez mais comuns que se consuma esse conteúdo

em outros meios de mídia além do cinema. Ela se encontra na moda, através de estampas de camisetas, em outras formas de entretenimento, através de *cosplays* ou parques temáticos, até mesmo nos *fast-foods*, com ações de *crossmarketing*. Transmídia nada mais é do que um novo método de comunicação descentralizada, que só se tornou possível devido às condições favoráveis proporcionadas pelas novas tecnologias e a digitalização dos meios de comunicação.

Enquanto a convergência ocorre quando tecnologias que eram usadas separadamente passam a compartilhar o mesmo meio e interagem entre, a transmídia ocorre de forma, quando um mesmo conteúdo é distribuído por diversas mídias se adaptando a cada uma delas. Os conteúdos transmidiáticos são independentes uns dos outros, mas se complementam.

A articulação dos conteúdos entre as plataformas, no entanto, nem sempre é presidida pelo mesmo tipo de relação de complementaridade e aprofundamento, ainda que o objetivo seja sempre promover o engajamento do fruidor. Há casos, porém, em que os conteúdos de uma ou mais mídias estão correlacionados, mas não estão implicados diretamente uns nos outros, o que acaba configurando um segundo tipo de estratégia. [...] Um conteúdo repercute ou reverbera o outro, colaborando para manter o interesse, o envolvimento e a intervenção criativa do consumidor de mídias no universo proposto, mesmo que não desempenhe, a rigor, uma função narrativa. (FECHINE e BRONSTEIN, 2016, p. 5).

Como apontam Fechine e Bronstein (2016), as histórias que começam a ser contadas na tela do cinema têm continuidade na tela da tevê e, depois, no computador. O procedimento também ocorre ao contrário com narrativas que surgem nas telas de computador, desdobram-se na tela do cinema e, a partir daí, chegam à tevê. Com esse tipo de estratégia, o objetivo agora é construir um complexo mundo ficcional que sustenta múltiplas relações entre os personagens e suas histórias. Com os avanços tecnológicos, uma maior acessibilidade das novas ferramentas de mídia e as dificuldades geradas pela pandemia da COVID-19 e as práticas de distanciamento social, *lockdowns* e a crise econômica, têm se visto o uso de táticas transmidiáticas em diversos outros campos, principalmente na arte cultura e entretenimento.

No dia 15 de junho de 2020, o artista Samuel de Saboia postou em seu perfil do *Instagram* um vídeo produzindo a obra “*O Beijo de 8 mil Quilômetros*”, o vídeo conta também com uma trilha sonora tocada por ele. A obra, se consumida separadamente, ainda teria seu significado e relevância, mas seu consumo em conjunto com o vídeo torna seu significado ainda mais forte, pois traz consigo o intimismo por detrás do processo da pintura

e a possibilidade de interação com o seu criador. A obra também foi postada nos stories do perfil oficial do *Instagram* em conjunto com uma frase do artista sobre o *Pride Month*<sup>6</sup>. O conteúdo criado pelo artista é frequentemente repostado ou citado em outra plataforma além da inicial, foi através do perfil no *Twitter* que o artista informou a seus seguidores que faria parte do grupo de criadores do perfil oficial do *Instagram*, citando a postagem que exibia obra.

**Figura 6** – O Beijo de 8 mil Quilômetros (2020) por Samuel de Saboia



**Fonte:** Instagram (@samueldesaboia), 2020.

Com auxílio das ferramentas transmidiáticas, como o princípio da Criação de Universos, criado por Henry Jenkins e a facilidade do compartilhamento de informações a nível global proporcionada pela internet, uma única obra se tornou uma narrativa transmídia, se desdinhando em postagens e em outras formas de expressões artísticas criando um único universo rico em detalhes e significados.

---

<sup>3</sup> Mês do Orgulho LGBTQIA+.

Figura 7 – Screenshot (2020)



Fonte: Twitter (@samueldesaboia), 2020.

Jenkins (2010) define sete princípios de uma narrativa transmidiática, sendo eles: a potencialidade de compartilhamento X a profundidade, a continuidade X a multiplicidade, a imersão X a extração, a construção de universos, a serialidade, a subjetividade e, por fim, o desempenho.

#### Quadro 2 – Os Sete princípios da narrativa transmídia de Henry Jenkins

<p><b>Potencialidade de Compartilhamento X Profundidade</b></p> <p>Capacidade do envolvimento do público ativo com o conteúdo transmídia.</p> <p>A habilidade e o grau do conteúdo, além da motivação do espectador em compartilhar o conteúdo <i>versus</i> o aprofundamento da interpretação, a exploração e o conhecimento do conteúdo (consumo das mídias na forma de coletivo - por exemplo: redes sociais, <i>blogs</i>, fórum).</p>
<p><b>Continuidade X Multiplicidade</b></p> <p>Coerência e Narrativa plausível no mundo ficcional transmidiático.</p> <p>A junção de várias peças distintas (mesmo que essas sejam universos paralelos) proporcionando uma experiência completa da narrativas original <i>versus</i> a produção de histórias por parte de fãs, a possibilidade de versões alternativas dos personagens ou versões de universo paralelo das histórias.</p>
<p><b>Imersão X Extração</b></p> <p>Consumidor tem a própria experiência de identidade criada pela narrativa (entra na história) em suas múltiplas formas (por exemplo: parques temáticos) <i>versus</i> a</p>

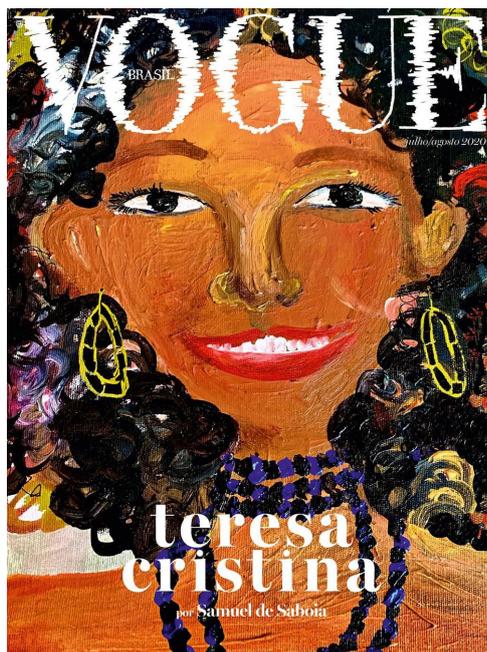
vivência da franquia de produtos (por exemplo: brinquedos da loja do parque), a representação do personagem à caráter ( <i>cosplay</i> ).
<b>Construção de Universos</b> Elementos não diretamente relacionados à narrativa principal (extensões/franquias transmídias) que proporcionam uma descrição mais rica do universo no qual a narrativa principal se desencadeia. Franquias podem explorar tanto o universo digital quanto experiências reais.
<b>Serialidade</b> Desdobramento do arco narrativo em pequenos e discretos pedaços, disseminando-os em diversas plataformas.
<b>Subjetividade</b> Extensões transmídia muitas vezes exploram o conflito central por meio de outros olhares, como por exemplo, os de personagens secundários ou pessoas de fora. Essa diversidade leva os fãs a considerarem mais cuidadosamente quem está contando a história e por quem eles falam.
<b>Desempenho</b> A habilidade que as extensões transmídia têm de levar os fãs a produzirem performances que podem acabar se transformando em parte da narrativa transmídia em si próprias. Algumas performances são por convite do criador do conteúdo, mas nem sempre. Muitas vezes os fãs procuram ativamente espaços para potenciais performances.

**Fonte:** JENKINS, 2010

Uma narrativa transmídia não necessariamente fará uso de todos os 7 princípios apontados por Jenkins, mas sim àqueles que mais se adequarem com a proposta. Cada mídia tem um tom de comunicação padrão, podendo até dificultar os processos transmidiáticos, mas não os impedindo de acontecer. É importante alterar um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia utilizada, podendo assim atingir um mercado ainda maior.

O artista utiliza constantemente da Potencialidade de Compartilhamento X Profundidade, pois têm as redes sociais como uma das principais ferramentas de compartilhamento de informações e do próprio trabalho. Em 2020, a revista *Vogue Brasil* teve sua primeira capa composta exclusivamente por uma pintura, a edição de julho/agosto de 2020 celebrou a cantora Teresa Cristina através da pintura desenvolvida pelo artista.

**Figura 8** – Teresa Cristina (2020) por Samuel de Saboia



Fonte: Vogue, 2020.

Através de uma postagem em seu *Instagram*, o artista compartilhou um pouco da sua trajetória até chegar nesse grande marco em sua carreira.

*[...] Ainda assim algo me confortava, histórias de artistas, da elite brasileira e internacional, a imagética da opulência e dos filhos de alguém que não sabiam se queriam ser designers ou seguir os passos de suas famílias elucidavam uma realidade da qual eu estava muito distante, era 2011 eu tinha 13 anos, esses últimos 9 anos tantas coisas mudaram e ainda que não apenas devido ao amor mas também a necessidade de adaptação aos novos sistemas mercantilistas estamos nas conversas, nos rodapés, vez ou outra numa nota, ou algumas páginas, olha lá estou na capa...narrativas, histórias, sonhos e tantas revoluções diárias que fazem com que cada vitória tenha um sabor um tanto menos amargo. (SABOIA, 2020).<sup>7</sup>*

A publicação alcançou mais de 400 comentários que, em sua maioria, carregavam elogios, agradecimentos ao artista e depoimentos mostrando empatia sobre a caminhada que foi necessária para chegar onde chegou. Já através do perfil no *Twitter* da cantora, a publicação chamou atenção de grandes nomes nacionais, como o rapper Emicida e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, utilizando-se da repercussão para impulsionar o alcance midiático.

---

<sup>7</sup> Para as falas do artista se utilizará da fonte Times New Roman, itálico e em tamanho 12.

Fechine e Bronsztein (2016) fazem uma síntese apontando, de forma mais contemporânea, a diversidade nas estratégias transmidiáticas.

**Tabela 3** – Síntese das estratégias transmidiáticas

Propagações Transmidiáticas	Expansões Transmidiáticas
repercussões ressonâncias reiteraões retroalimentação	extensões desdobramentos complementaridades aprofundamentos

**Fonte:** FECHINE e BRONSZTEIN, 2016

Fechine e Bronsztein (2016) usam o termo *transmidiação* para se referirem à diversidade de estratégias de integração midiática. Para elas, a *transmidiação* está ligada com a cultura participativa, não se prendendo somente aos *reality shows* ou filmes, como é visto em grande parte dos estudos.

[...] a transmidiação pode ser pensada como uma lógica de produção multiplataforma ancorada no consumo participativo das mídias no cenário de convergência. Nesta perspectiva, não se limita apenas aos conteúdos ficcionais e de entretenimento no audiovisual, embora se observe nestes os desenvolvimentos mais expressivos até aqui. (FECHINE e BRONSZTEIN, 2016, p. 6).

A convergência trouxe uma fluidez e continuidade para as narrativas midiáticas. Segundo Jenkins (2009, p. 150-161), “a convergência das mídias torna inevitável o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas de mídia. [...] estamos descobrindo novas estruturas narrativas, que criam complexidade ao expandirem a extensão das possibilidades narrativas, em vez de seguirem um único caminho, com começo, meio e fim.” O destaque de uma mídia não necessariamente significa a queda de outra, o que se tem visto são os velhos meios de comunicação sendo transformados e adaptados às novas tecnologias.

Essa mudança na relação que temos com as mídias, em destaque a internet, criou também a Cultura Participativa: na qual o consumidor deixa de ter uma atitude passiva e agora tem voz ativa e constante. Com o desenvolvimento das novas tecnologias, a internet tem se tornado uma plataforma estratégica de relacionamentos e distribuição de produtos artísticos, graças às mídias interativas.

Pense em sua relação pessoal com as mídias. Todos nós temos uma. Você é um fã que usa as mídias para assistir aos seus programas favoritos. Você é um anunciante

que usa as mídias para vender seus serviços. É um artista que usa as mídias para distribuir os conteúdos criados por você. Qualquer que seja sua relação com as mídias, certamente você percebeu que ela mudou muito nos últimos anos. (WARSHAW, 2009, p. 8-9).

Com essas mudanças seus hábitos de entretenimento, o consumo das mídias tradicionais migrou para as novas plataformas digitais, como a internet. Com o aumento do uso dos smartphones e outras ferramentas portáteis, os produtores de conteúdo precisaram entender o funcionamento dessas novas mídias e como o público irá engajar com os conteúdos nessas plataformas. Diferente das mídias tradicionais, a internet e seus meios trouxeram aos espectadores uma nova forma de se consumir mídia, uma forma em que todos os espectadores conseguem opinar sobre determinados assuntos, acrescentar informações, críticas, correções e/ou atualizações.

Dentro do espaço virtual, os seguidores acabam por se tornarem fãs em muitas das situações, para Jenkins (2009), os fãs possuem um papel crucial na articulação e propagação dos conteúdos. Dessa maneira, os espectadores se sentem estimulados a buscarem todos esses lados de um conteúdo, criando conexões entre os elementos encontrados em cada uma das ferramentas de mídia. Essas descobertas não ficam presas à apenas um espectador, os usuários acabam compartilhando suas novas descobertas para que vejam e conheçam seus gostos e interesses.

Foi através do reconhecimento gerado pelos fãs que hoje o artista se tornou umas dos principais nomes do cenário artístico nacional e internacional. Através da entrevista concedida para o canal do *YouTube O Tempo de Uma História*, o artista afirma que se tornou conhecido através do seu perfil na rede social *Tumblr*, migrando logo em seguida para o *Facebook*, atraindo olhares de diversos expectadores, recebendo muitas mensagens e compradores da sua arte. Cerca de 4 anos depois, o jovem artista estreou sua primeira exposição solo na *GHOST Gallery: New York*. Nas redes sociais, os fãs e amigos compartilham o trabalho e publicações do artista, contribuindo assim para a divulgação do seu trabalho.

Figura 9 – Screenshot (2020)



Fonte: Twitter (@samueldesaboia), 2020.

Para Jenkins (2010), a convergência proporciona aos espectadores um novo uso para as redes sociais, gerando novas formas de conexão entre usuários. Assim, o espectador e o criador de conteúdo trabalham em juntos, lado a lado, facilitando o acesso aos conhecimentos (ALLEGRETTI, 2018). Algumas redes sociais, como o *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* se tornaram ferramentas para inúmeros artistas, criando um espaço onde podem compartilhar seus trabalhos, seus pensamentos e um pouco do seu dia a dia. Segundo Molina (2013), a internet é considerada o meio de comunicação que expandiu a capacidade de comunicação global, alterou todos os parâmetros estabelecidos até então de se viver em sociedade. A internet permitiu que o artista criasse personagens e escolhesse para quem e como iria falar, fazendo com que uma carreira que iniciou em um bairro simples de Recife – PE alcance as galerias de Nova York. Com os avanços da internet, foi possível que, apenas com a força visual de suas obras, o artista ganhasse destaque e reconhecimento.

Atualmente, o artista possui perfis ativos no *Twitter* e *Instagram*, é possível notar que os conteúdos e o comportamento variam de acordo com a rede social utilizada.

**Figura 10** – Perfis do artista (2020)



**Fonte:** Twitter e Instagram (@samueldesaboia), 2020.

No *Instagram*, o artista apresenta uma postura mais séria, as postagens são mais voltadas à carreira e bastidores de produções as quais o artista participa, já no *Twitter*, a postura adotada é mais leve e descontraída, a interação com os fãs e amigos é maior e o conteúdo é voltado ao entretenimento, mostrando seus gostos pessoais e momentos de lazer. Tornando postagens simples, como uma ida à praia, ou um momento de desabafo, dividindo parte da sua jornada, em algo de grande interesse para os seguidores.

**Figura 11** – Screenshot (2020)



 samueldesaboia  Essas fotos são de tempos mais simples, eu era menos observado, pintava por instinto e passava dias sem dormir no processo de umas nove telas...eu também mal tinha o que comer, andava todos os dias de casa pra o estúdio, meu antigo landlord tinha roubado 3000 dólares e meu passaporte hahahah nesse período eu tinha acabado de viver um dos Agostos mais intensos da vida com @cybellecorwin @shamshawan e @bluemarze2 e foi muito surreal tudo que vivemos e compartilhamos e como Deus tem um propósito que nós apenas somos capazes de compreender vivendo. New York foi caótica, linda, explosiva, cheia de crianças brilhantes e ao mesmo tempo perdidas e um ambiente que me deu a certeza de que o que estava por vir era muito maior. Enquanto medito e por uma das primeiras vezes me dou o luxo de pensar no tanto que já fiz eu só consigo me sentir grato, de peito aberto e sorriso ainda mais por tanta loucura vivida, certeza que a maior das loucuras é a que está por vir, to com uma sensação muito especial sobre a expo de Los Angeles e por maiores ou menores o percurso posso finalmente dizer que estou livre...livre de contratos, de pessoas que exploram e que tentam prender meu próprio trabalho, tanta coisa acontece no backstage e sinto que isso influi em tudo que produzo no final, agora é apostar no presente/futuro pois o passado ele já foi.

Essas são fotos de quando eu tinha quase nada mas estava feliz como se fosse tudo, no final somos tudo, apenas estamos em processo de reconhecimento! Thanks my love @cybellecorwin for such beautiful mementos, I'll be hugging you next week! ❤️

**Fonte:** Instagram (@samueldesaboia), 2020.

Para Johnson (2001), a internet propiciou uma forma de interação social jamais vista antes, que reflete uma mudança cultural abrupta, na qual a ideia de individualidade é ameaçada pela rede, ou seja, todos nós estaremos interconectados. Cada vez mais, sentimos a necessidade de nos conectarmos com aqueles que compartilham interesses em comum, queremos conhecer o íntimo dos nosso ídolos e saber o que acontece nas vidas pessoais de cada um dos membros do nosso ciclo social e digital. É notável o constante uso dessa estratégia pelo artista, mesmo que de forma inconsciente, pois busca sempre trazer seu lado humano e sua essência ao realizar entrevistas ou suas postagens.

*Com meu trabalho, estou comprovando que várias das limitações que nos são impostas não nos definem. Recife tem muitos artistas incríveis e não quero pegar para mim um lugar de representante de uma cena e de uma geração. O que eu sinto é que permito para esse imaginário de jovem artista que vem do Nordeste,*

*do Recife, outras rotas. O meu trabalho, tudo que eu faço, é sobre construir essas rotas para permitir acessos aos corpos pretos, queer, indígenas, que vieram da quebrada e não tiveram acesso aos grandes mestres. Minha luta é por uma arte libertadora, que seja fator de mudança; é para as pessoas que sonham e que enxergam a arte como único meio possível. (SABOIA, 2020).*

De forma bastante descontraída, o artista traz detalhes, novidades e informações para seus seguidores no *Twitter*, foi através de uma postagem feita no dia 1 de junho de 2020 que o artista informou que participaria de uma entrevista no programa *Encontro com Fátima Bernardes*, contando um pouco sobre o processo criativo da parceria feita com a *Vogue Brasil*. Nessa mesma postagem, o artista respondeu alguns fãs e amigos dando mais detalhes.

**Figura 12** – Screenshot (2020)



Fonte: Twitter (@samueldesaboia), 2020.

Mais do que apenas seu cotidiano e bastidores, através das redes sociais a arte ganha um novo olhar e significado, mesclando pintura, música e o audiovisual, criando uma atmosfera híbrida e única.

Nas artes plásticas, o século XX é caracterizado pela “natureza experimental” das obras. Não apenas a pintura e a escultura obtêm espaço. Os artistas questionaram a arte em si, incorporando objetos cotidianos em suas obras, meios de comunicação em massa, novas tecnologias (como arte digital ou realidade aumentada), vídeo, performances, computação, realidade virtual e uma série de formas de interação entre o receptor (ou observador) e o trabalho. (ALLEGRETTI, 2018, p. 60).

A pintura “*Pássaros Azuis*” (2017) foi feita em parceria com a Motorola para a série de entrevistas #hellomoto, postadas no perfil da marca no *YouTube*, a obra foi posteriormente postada no Instagram do artista em 2019. Segundo o próprio artista, a internet teve um papel crucial para sua carreira, para Saboia (2018),

*[...] a internet é “um meio de transformar as realidades que eu queria que existissem em, primeiro um arquétipo e um protótipo virtual, para a partir da força virtual, transformar em algo real. (SABOIA, 2020).*

**Figura 13** – Pássaros Azuis (2017)



**Fonte:** Instagram (@samueldesaboia), 2020.

A arte têm se beneficiado com os avanços tecnológicos há séculos, desde o uso da gravura como ferramenta artística, até o desenvolvimento de plataformas e softwares, criando inúmeras possibilidades de expressões e ressignificações. Toda narrativa transmídia necessita de algum dos princípios definidos por Jenkins, a arte transmídia está tornando-se cada vez mais dependente da interação do espectador, pois necessita da complementaridade e serialidade gerada entre o artista e o expectador, a arte transmídia é uma experiência de colaboração coletiva.

## **Arte transmídia e Redes Sociais**

No que se refere às artes, os mecanismos transmidiáticos pode ser utilizados e explorados de inúmeras maneiras. O surgimento de novas mídias e tecnologias é muito benéfico aos processos transmidiáticos, que, por sua vez, potencializam as possibilidades de criações e narrativas transmídia na arte. Seu uso é motivado principalmente por razões econômicas e sociais, visto que o intuito da narrativa é prolongar a existência de um produto e impulsionar seu alcance por meio de sua ampla vivência através das mídias.

Artistas [...] perceberam que podem surfar nessa nova onda do mercado e produzir trabalhos mais ambiciosos e desafiadores. Ao mesmo tempo, esses artistas estão construindo uma relação mais cooperativa com os consumidores: trabalhando juntos [...]. Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia. (JENKINS, 2009, p. 142-157).

O uso de novas mídias e suas tecnologias possibilita aos artistas expandirem seus campos artísticas para outras interfaces. Com os avanços tecnológicos, a própria divulgação da arte passou por transformações e passou a utilizar diferentes materiais publicitários. Segundo Santaella (2008), as artes foram crescentemente incorporando os dispositivos tecnológicos dos meios de comunicação como meios para a sua própria produção. [...] Os artistas foram se apropriando sem reservas desses meios para as suas criações como aconteceu com o cinema, a gravura, a fotografia ou a música, mas também impulsionaram o desenvolvimento de técnicas, softwares e plataformas que auxiliassem para as expressões artística. É importante ressaltar que as ferramentas transmidiáticas têm auxiliado na democratização da arte, antes um privilégio das elites.

[...] tudo isso foi levando o conhecimento sobre as artes para um público cada vez mais amplo, e um maior número de pessoas foi tomando conhecimento da existência da arte, de sua história e tendo acesso a ela, mesmo que seja por meio de reproduções em cartões postais, calendários, ou por meio de programas de televisão, vídeos etc. [...] Essa popularização das artes facilitada pelas mídias é sem dúvida responsável pelo aumento considerável do número e do tamanho dos museus e das galerias, e pelo impressionante aumento de público que frequenta esses lugares. (SANTAELLA, 2008, p. 15).

Quando aplicada à arte, a transmídia aumenta a capacidade do usuário de influenciar e interagir aquilo que está consumindo, além de possibilitar a facilidade de acesso por meios de comunicação distintos. Houve uma mudança entre o artista e espectador, dessa

forma, a arte ficou conectada e mais próximo tanto do artista quanto do espectador, que, em muitas vezes, se tornam peça chave da obra de arte (ALLEGRETTI, 2018). Grande parte das novas tecnologias e mídias não foram criadas com viés artístico, mesmo assim, artistas se apropriaram dessas tecnologias e as tornaram ferramentas para se comunicar e expressar sua arte. Com esses avanços tecnológicos, a arte precisou se desenvolver ainda mais para garantir o seu desenvolvimento artístico. Como aponta Souza (2011), “é preciso apropriar-se de seus códigos e crias novos. Somente assim podem trazer um avanço em termos de conhecimento artístico.”

Com a transmídia, as obras de arte se tornam interativas e cheias de inovação no que se diz respeito aos métodos de arte tradicionais, a obra deixa de ser exclusiva de espaços elitistas como museus e galerias para serem expostas, mudando de estatuto e alcance para se tornar algo um pouco mais acessível para o público (PLAZA. 2003).

*[...] é criar o seu grau de importância, é não esperar que um curador defina quem você é, que uma galeria defina quem que você é, é fazer isso por si só. [...] Pegar ferramentas mínimas: internet, rede social, e-mail, WhatsApp, Instagram, Facebook, Tumblr; pegar essa força visual e transformar em força motora. (SABOIA, 2018).*

Vale salientar que o espaço digital não é exclusivo para a arte digital, cada vez mais temos visto expressões artísticas tradicionais conquistando espaço nas mídias digitais proporcionando novos sentidos da visualidade. Graças às características, interativas e transmidiáticas, se tornam cada vez mais comuns as expressões artísticas híbridas, que passaram a repensar sua poética através dos novos meios tecnológicos

Nas artes plásticas, o século XX é caracterizado pela “natureza experimental” das obras. Não apenas a pintura e a escultura obtêm espaço. Os artistas questionaram a arte em si, incorporando objetos cotidianos em suas obras, meios de comunicação em massa, novas tecnologias (como arte digital ou realidade aumentada), vídeo, performances, computação, realidade virtual e uma série de formas de interação entre o receptor (ou observador) e o trabalho. (ALLEGRETTI, 2018, p. 60).

Em todos os anos de sua carreira, o artista explorou diversos campos artísticos, mas sempre se mantendo mais focado nos meios híbridos da arte tradicional, mesclando inúmeras técnicas em uma mesma obra. E é utilizando dos mecanismos da Cultura da Convergência e dos conceitos de *transmídiação* de Fechine e Bronsztein, que o artista consegue inserir a arte tradicional dentro dos seus perfis nas redes sociais, tanto através de

ferramentas audiovisuais mostrando a produção de uma obra ou com textos e imagens para contextualizar, apresentar significados pessoais de suas obras ou informações sobre sua participação em exposições e mostras culturais, como é o caso da postagem em que o artista apresenta a obra “*O Passinho*” (2017), na qual o artista expôs os significados e inspirações para a produção da pintura, além de detalhes da sua exposição solo que ocorreu no mês de abril em Zurich.

**Figura 14** – Screenshot (2020)



**Fonte:** Instagram (@samueldesaboia), 2020.

Interação social é o processo através do qual duas ou mais pessoas estabelecem uma relação. Essa interação entre artista e receptor se tornou muito mais fácil e prática com o crescimento das redes sociais, um termo que sempre foi bastante utilizado no espaço digital, mas que vem ganhando destaque no cotidiano de muitas pessoas, seu principal objetivo é proporcionar interação e relacionamento entre pessoas, estando elas próximas ou, até mesmo, em países distintos. As redes sociais permitem a criação de um perfil pessoal ou comercial com termos de condição de uso, dessa forma as pessoas que utilizam as redes podem interagir e criar vínculos. Segundo Recuero (2005, p. 9) “Esses sistemas funcionam com o primado fundamental da interação social, ou seja, buscando conectar pessoas e proporcionar sua

comunicação e, portanto, podem ser utilizados para forjar laços sociais.”.

Rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Esses laços são ampliados, complexificados e modificados a cada nova pessoa que conhecemos e interagimos. (RECUERO, 2009, p. 29).

Para Castells (2003), as redes sociais podem ser definidas como um conjunto de nós que estão interligados, para o autor, uma estrutura social, com base em redes, é um sistema altamente dinâmico, aberto, susceptível de inovação e isento de ameaças ao seu equilíbrio.

Com todos os dados aqui apresentados, torna-se claro efeitos provocados pelos mecanismos transmidiáticos na divulgação da arte, oferecendo oportunidades antes dificultosas de serem alcançadas. Quanto maior o alcance e mais prático de se atingi-lo maior será o benefício para se continuar buscando a democratização da arte e da cultura.

### **Considerações finais**

Com os avanços tecnológicos e as restrições sociais durante a pandemia da COVID-19, torna-se clara as mudanças nas formas de consumir arte, cultura e qualquer outra forma de entretenimento. Com a proibição de eventos com aglomeração de pessoas, eventos como exposições, shows, mostras culturais etc. houve uma intensificação do número de usuários da internet. Uma vez que esses fatores prejudicam o acesso à cultura, artistas e criadores de conteúdo precisaram se adaptar às necessidades desse novo mundo, como citado anteriormente, Johnson (2001), a internet propiciou um novo método de se interagir, se tornando o principal espaço para interação social, busca de informação e entretenimento. Assim, as artes precisaram migrar para o espaço digital para que pudessem tirar o máximo de oportunidades desse momento de crise.

No caso do artista Samuel de Saboia, foi levantada a questão a relação dos mecanismos transmidiáticos com sua representação artística. Com os dados analisados, foi possível apontar que o artista utiliza constantemente de tais mecanismos para entregar sua arte ao seu público alvo, trazendo não apenas o entretenimento artístico, mas informações pessoais, pensamentos, seu posicionamento perante questões sociais, bastidores de produções e muito mais. Com isso, ficou evidente que a narrativa transmídia teve grande impacto no desenvolvimento da sua carreira e divulgação do seu trabalho.

Assim, foi constatado que as ferramentas da narrativa transmídia podem gerar impactos positivos para a divulgação das artes. Isso fica claro quando, por exemplo, o artista afirma em entrevistas e em suas postagens que utilizou apenas da internet e das mídias sociais para começar a divulgar seu trabalho e através dos feitos alcançados por ele, se tornando o primeiro artista a pintar a capa da revista *Vogue Brasil*.

Desse modo, os objetivos de pesquisa propostos foram todos atingidos, uma vez que, após a análise, pode-se afirmar que, em conjunto com o crescente interesse do público pela vida pessoa daqueles que admira, os princípios da narrativa transmídia são capazes de beneficiar a divulgação da arte, no caso do artista analisado, os princípios da Potencialidade de Compartilhamento X Profundidade foram os mais presentes nos objetos analisados, pois é comum vermos um mesmo conteúdo sendo abordado em diferentes mídias, mas sempre atribuindo um novo significado. Este fato sustenta o apontamento de Santaella (2008), de que cada vez mais as mídias desempenham um papel crucial no sucesso de uma carreira. Logo, pode-se afirmar que a narrativa transmídia tem a capacidade de contribuir no processo de democratização das artes, reforçando o pensamento de Santaella (2008), em que as artes estão sendo entregues para um público cada vez mais amplo, e um maior número de pessoas foi tomando conhecimento da existência da arte, de sua história e tendo acesso a ela. Tais impactos podem ser observados através de relatos do próprio artista.

*Representando os jovens que tem mudado presente e futuro em meio ao caos fui escolhido como a capa e história principal da nova edição da Le Mile, uma das mais incríveis revistas de moda e arte mundiais. Me sinto muito feliz e grato em continuar a mostrar que possuímos sim muitas possibilidades de ser, de estar e de viver e por mais que tentem arrancá-las de nós continuaremos sendo pois já naturalmente SOMOS. (SABOIA, 2018).*

Um ponto a ser reforçado é a importância que a arte tem para a sociedade, a arte é um mecanismo de expressão extremamente poderoso, a arte crítica, afaga, conforta e choca. A existência e persistência das expressões é ainda mais importante em períodos de caos. A transmídia se tornou uma tática importante para a divulgação dos diversos campos criativos, mas ainda assim, ao realizar este estudo, diversas barreiras foram encontradas, pois ainda são poucas as pesquisas realizadas sobre sua relevância e importância, afinal transmídia surge como uma grande aliada.

## REFERÊNCIAS

ALLEGRETTI, Luciana. **Arte Transmídia: um estudo sobre uma forma de expressão artística na era digital.** Disponível em: <[https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/93/93131/tde-10042019-113944/publico/2018\\_LucianaAllegretti\\_VOrig.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/93/93131/tde-10042019-113944/publico/2018_LucianaAllegretti_VOrig.pdf)>. Acesso em: 09 abr. 2020.

ARNAUT, Rodrigo. **Módulo 4: Transmídia**, 1ed., São Paulo: APRO, 2015.

ARNAUT, R.; HIPÓLITO, L.; NOGUEIRA, F.; RODRIGUES, B.; UHIEDA, S.; BUENO, M.; BLASCZAK, D.; MARZOLLA, A.; DION, D.; SIENA, N. **Era Transmídia.** Revista GEMInIS, v. 2, n. 2, p. 259-275, 7 dez. 2011. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/93>>. Acesso em: 17 set. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**, 1 ed., São Paulo: Edições 70, 2011.

BERNARDO, Nuno. **The producers guide to transmedia: how to develop, fund, produce and distribute compelling stories across multiple platforms.** Lisboa: beActive, 2011.

BRAGA, R., DIAS, M. **A História da Internet.** Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3463587/mod\\_resource/content/1/Aula09-HistoriaInternet.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3463587/mod_resource/content/1/Aula09-HistoriaInternet.pdf)>. Acesso em: 12 set. 2020.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** A sociedade em rede (Vol. 1). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

DAMIN, Hiram. **Quando e como investir em Marketing no Instagram.** Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/quando-como-investir-marketing-instagram/>. Acesso em: 24 out. 2020.

FECHINE, Y. C., BRONZSTEIN, K. P. **Consumo transmídias de conteúdos televisivos:**

**explorações em torno de uma agenda de investigação.** Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2016.1.21335>>. Acesso em: 04 out. 2020.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Sob Bolsonaro, Cultura fica abandonada e Congresso tenta suprir deserto de ideias.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/06/sob-bolsonaro-cultura-fica-abandonada-e-congresso-tenta-suprir-deserto-de-medidas.shtml>>. Acesso em: 18 nov. 2020.

GAZETA WEB. **Uso da internet no Brasil cresce de 40% a 50% durante a pandemia.** Disponível em: <[https://gazetaweb.globo.com/porta1/noticia/2020/06/\\_107633.php](https://gazetaweb.globo.com/porta1/noticia/2020/06/_107633.php)>. Acesso em: 12 set. 2020.

G1. **Bolsonaro transfere Secretaria de Cultura para Ministério do Turismo.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/11/07/bolsonaro-transfere-secretaria-de-cultura-para-ministerio-do-turismo.ghtml>> Acesso em: 3 nov. 2020.

G1. **Orçamento 2021: veja quais áreas devem perder recursos, e quais terão mais verba no próximo ano.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/08/31/orcamento-2021-veja-quais-areas-devem-perder-recursos-e-quais-terao-mais-verba-no-proximo-ano.ghtml>> Acesso em: 3 nov. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**, 2 ed., São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Sites of Convergence; an interview with Henry Jenkins.** Revista Contracampo, n. 21. Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17190/10828>>. Acesso em: 04 out. 2020.

JENKINS, Henry. **Sete princípios da narrativa transmídia**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1767-1.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2020

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

O GLOBO. **Artista plástico recifense de 21 anos é considerado nome quente do mercado**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/gente/artista-plastico-recifense-de-21-anos-considerado-nome-quente-do-mercado-23934242>> Acesso em: 23 ago. 2020.

O GLOBO. **Número de internautas no Brasil alcança percentual inédito, mas acesso ainda é concentrado**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/numero-de-internautas-no-brasil-alcanca-percentual-inedito-mas-acesso-ainda-concentrado-13027120>> Acesso em: 20 ago. 2020.

PLAZA, Julia. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PRATTEN, Robert. **Getting started in transmedia storytelling: a practical guide for beginners**. London: Robert Praten, 2011. Disponível em: <<http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>>. Acesso em: 12 set. 2020.

RECUERO, Raquel. **Rede Social. In: Para entender a Internet (versão beta): noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. Disponível em: <<http://paraentenderainternet.blogspot.com/2009/01/rede-social-raquel-recuero.html>>. Acesso em: 18 set. 2020.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais**. E Compós, v. 2, 2005.

MOTOROLA BRASIL. **A arte do conforto de Samuel d' Saboia**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ycVg8o0Fhzw>>. Acesso em: 25 out. 2020.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?**, 3 ed., São Paulo: Paulus, 2008.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan.** Barcelona: Ediciones Deusto, 2013.

SOUZA, Sandra, M. F. **A produção de artes visuais e novas tecnologias.** Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/79660/000895478.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

THE NEW YORK TIMES. **A New Brazilian Magazine Is a Fantasy for Dark Days.** Disponível em: < <https://www.nytimes.com/2019/08/28/style/samba-zine-brazil-queer-culture.html> >. Acesso em: 10 set. 2020.