

# **Oficina de Publicações Digitais: uma abordagem transmídia para desenvolver competências de design de comunicação**

*Digital Publications Workshop: a transmedia approach to develop communication design skills*

Bárbara Emanuel

design de comunicação, ensino de design, publicações digitais, transmídia, educação transmídia

A disciplina Oficina de Publicações Digitais, ministrada para estudantes de graduação de Jornalismo e Publicidade, buscou o desenvolvimento de competências relacionadas ao design de comunicação a partir de atividades práticas. Os estudantes criaram diferentes tipos de publicações experimentais em formatos digitais, incluindo páginas web, colagens, memes, infográficos, vídeos para TikTok, capas animadas de revistas e portfólios digitais. As publicações foram criadas com uma abordagem transmídia, ou seja, o mesmo tema estava presente em todas as publicações criadas por um aluno, sendo tratado de forma complementar, com diferentes pontos sendo cobertos em cada publicação. As atividades envolveram diferentes linguagens, métodos e ferramentas, trabalhando diversas competências do design de comunicação, como design editorial, design de informação, tipografia, design de interação, criação imagética e produção audiovisual. A abordagem transmídia trouxe, também, uma visão estratégica do conjunto de publicações.

*communication design, design education, digital publications, transmedia, transmedia education*

*The Digital Publications Workshop discipline, offered to bachelor students of Journalism and Advertising, sought to develop skills related to communication design, from practical activities. Students produced different types of experimental publications in digital formats, including web pages, collages, memes, infographics, TikTok videos, animated magazine covers and digital portfolios. The publications were created within a transmedia approach, that is, one theme was common to every publication created by the same student, and it was treated in a complementary way, with different parts being covered in each publication. The activities involved different languages, methods, and tools, working on different communication design skills, such as editorial design, information design, typography, interaction design, image creation and audiovisual production. The transmedia approach also brought a strategic view of the set of publications.*

## **1 Introdução**

Neste artigo, compartilho experiências vividas na disciplina Oficina de Publicações Digitais, ministrada em 2022 no Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, para alunos de Jornalismo e Publicidade. Dentre os objetivos da disciplina, está o desenvolvimento de competências de design de comunicação, com a produção autoral de diferentes publicações experimentais em formatos digitais.

### **Anais do 11º CIDI e 11º CONGIC**

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosangela Vieira de Souza (orgs.)

**Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI**  
Caruaru | Brasil | 2023

**ISBN**

### **Proceedings of the 11<sup>th</sup> CIDI and 11<sup>th</sup> CONGIC**

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosangela Vieira de Souza (orgs.)

**Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI**  
Caruaru | Brazil | 2023

**ISBN**

Tendo um caráter de oficina, a disciplina foi baseada em atividades práticas, e aconteceu em um laboratório com computadores conectados à internet e com programas de criação instalados. A elaboração das propostas de atividades seguiu uma abordagem transmídia, na qual o mesmo tema foi trabalhado de forma complementar em diferentes meios e linguagens.

Há diversas maneiras de trabalhar com diversidade midiática. Quando integramos diferentes linguagens em uma peça, temos uma abordagem multimídia, como em um website que combina texto, fotografias, vídeos e áudios. Quando os conteúdos são divididos em peças distribuídas em diferentes plataformas, temos abordagens que podem ser consideradas crossmídia ou transmídia.

O conceito de estratégia transmídia ainda encontra divergências na sua definição acadêmica, especialmente por seu caráter multidisciplinar e mutante (Villa-Montoya & Montoya-Bermúdez, 2020). O termo crossmídia, principalmente, é usado com diferentes significados, tendo sido utilizado nos anos 1990, no marketing e na publicidade, como referência a qualquer estratégia que empregasse mais de uma plataforma (Finger, 2012). Atualmente, é mais comum que crossmídia indique a veiculação do mesmo conteúdo em diferentes meios, de forma a disseminá-lo e aumentar o seu alcance (Antikainen et al., 2004; Finger, 2012).

Já as estratégias transmídia buscam a complementação, com cada peça contando uma parte diferente da história (Finger, 2012; Dudacek, 2015). Segundo Henry Jenkins, narrativa transmídia é uma “história que se desenrola em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo” (Jenkins, 2009, p. 384). Ou seja, uma narrativa transmídia acontece em diferentes plataformas, com cada unidade contribuindo de forma complementar para o todo e funcionando de forma autônoma, mas, ao mesmo tempo, sendo uma porta de entrada para o conjunto.

Como uma oficina de criação de publicações digitais, esta disciplina oferecia uma oportunidade concreta de empregar uma estratégia transmídia, com criação de conteúdo de forma complementar em diferentes plataformas. A natureza digital das publicações permite que elas sejam facilmente compartilhadas na internet de maneiras diversas e envolvam diferentes ferramentas e métodos de produção.

## 2 Metodologia

Para que houvesse, de fato, uma abordagem transmídia na produção autoral da turma, era fundamental que as publicações criadas por cada aluno fizessem parte de um mesmo universo, uma mesma narrativa. Assim, as publicações poderiam atuar de forma complementar, propiciando uma experiência articulada para o público. Foi determinado, então, que cada aluno (ou equipe de até três alunos) deveria escolher um tema que seria abordado em todas as suas criações ao longo da disciplina. A definição do tema foi livre, de forma a propiciar não apenas o desenvolvimento de competências de tomada de decisão e recorte narrativo, como também o

envolvimento emocional dos alunos com os temas, já que eles poderiam escolher assuntos que lhe interessavam particularmente.

A disciplina foi organizada nos seguintes módulos temáticos: (1) conteúdos digitais, (2) texto, (3) imagem, (4) como funciona / como fazer, (5) texto, imagem e movimento, e (6) compilação. O primeiro módulo teve um caráter introdutório, com apresentação e discussão de conceitos fundamentais para a disciplina. Em cada um dos demais módulos, foi feita uma breve introdução com discussões conceituais, seguida de proposta de criação de publicações digitais relacionadas ao módulo, com briefings que incluíam instruções e restrições específicas. As orientações eram voltadas não apenas ao desenvolvimento das competências específicas do módulo, mas também à consolidação da estratégia transmídia, com a complementação do conteúdo publicado ao longo do semestre.

A princípio, as atividades deveriam ser realizadas no tempo da aula, utilizando os computadores do laboratório em que a disciplina foi ministrada, mas poderiam, também, ser realizadas fora da sala, com o equipamento de preferência do aluno. Após produzirem a publicação digital, os alunos apresentavam o resultado para a turma em sala de aula, recebendo comentários e sugestões dos colegas. Este espaço de construção colaborativa permitiu que os alunos aprendessem com as experiências uns dos outros, e serviu como estímulo ao empenho na produção, considerando que os resultados seriam discutidos pelo grupo.

### 3 A disciplina

#### Módulo 01: conteúdos digitais

O primeiro módulo trouxe uma introdução à comunicação digital, apresentando e discutindo conceitos relevantes para a produção consciente das publicações ao longo da disciplina. Começamos com uma comparação entre distribuição e circulação de conteúdo, considerando que a primeira envolve o fluxo (quase) de mão única entre um produtor e seu público, e a segunda acontece em comunidades, de forma participativa.

Sobre a circulação de publicações, refletimos sobre as características que tornam um conteúdo *propagável* (Jenkins et al., 2014) ou *aderente* (Miller, 2004). A *propagabilidade* é o potencial de compartilhamento, considerando recursos técnicos das plataformas, estruturas econômicas e seus interesses, atributos do conteúdo da publicação, e as relações sociais entre os participantes (Jenkins et al., 2014). Já a *aderência* é a capacidade de atrair e reter pessoas para o seu espaço e o seu conteúdo, as envolvendo por longos períodos, considerando aspectos como a construção de uma comunidade, a possibilidade de personalização, o dinamismo do conteúdo, a presença de diferentes níveis de profundidade, e o uso de diversas linguagens compondo um conjunto multimídia (Miller, 2004). Discutimos também estratégias crossmídia e transmídia, considerando, respectivamente, a disseminação e a complementação de conteúdo.

A atividade do primeiro módulo foi a apresentação pessoal em um fórum criado no ambiente virtual de aprendizagem da disciplina. Cada aluno fez sua apresentação incluindo suas expectativas para a disciplina, sua experiência profissional, além de outras informações como curso, período, preferência de pronome e perfil em redes sociais.

## Módulo 02: texto

O segundo módulo foi dedicado a publicações textuais, ou seja, que continham apenas texto (e sua formatação), sem imagens. Como introdução, foram discutidas algumas questões tipográficas, como expressão e hierarquia visual.

Em relação aos tipos de publicação digital, este módulo concentrou-se em páginas HTML, com uso de CSS e JavaScript. A criação de páginas para a web frequentemente envolve três tipos de funcionalidade: a estrutura, controlada pelo HTML (Hyper Text Markup Language); a formatação do conteúdo, com CSS (Cascading Style Sheets); e as capacidades de interação, com o JavaScript (Carter et al., 2012). Os alunos viram fundamentos de HTML e CSS, como sintaxes e principais funções. Além disso, utilizamos o site Google Fonts, explorando suas possibilidades de busca, download e incorporação de fontes gratuitas.

## *Publicação: cartazes tipográficos interativos*

A primeira atividade do módulo foi a criação de uma página HTML que funcionasse como um cartaz interativo, ou seja, que apresentasse uma mensagem sintética e permitisse algum tipo de interação (Figura 1). Os alunos receberam arquivos-base, com funções simples de JavaScript já inseridas no código, para que pudessem personalizar com seu próprio conteúdo, editando o HTML, e formatar como preferissem, usando CSS. Eles deveriam explorar as possibilidades de expressão, tanto na formatação quanto na interação, para fortalecer a comunicação do conteúdo. Em um trabalho sobre presença negra na moda, por exemplo, a interação foi usada para fortalecer um questionamento, usando um recurso de revelação de conteúdo (Figura 2). O texto, traz o questionamento “Afinal, o que precisamos?”, que, quando clicado, revela a resposta, sobreposta ao texto: “SER REPRESENTADOS”.

Figura 1: Cartaz interativo de Andreza de Oliveira, sobre novelas. O texto inicial, combinando títulos de quatro produções, pode ser expandido, clicando em cada linha, para revelar informações sobre cada novela. (reproduzido com permissão da autora)



Figura 2: Cartaz interativo de Jenyffer Vidal, sobre representatividade racial na moda (reproduzido com permissão da autora)



A atividade trouxe tanto um desafio técnico, com o exercício de edição com HTML, CSS e JavaScript, quanto de design de comunicação, já que os alunos precisavam pensar estrategicamente sobre o conteúdo, a formatação e a interação, de forma a atingir os objetivos comunicacionais do cartaz.

#### *Publicação: páginas web com hierarquia tipográfica a partir de Google Fonts e CSS*

A segunda atividade do módulo foi um exercício de hierarquia tipográfica, utilizando fontes incorporadas no código de uma página HTML e aplicadas em trechos de um texto, usando CSS. O texto usado deveria ter três ou mais níveis hierárquicos, ou seja, com diferentes níveis de importância (como, por exemplo, título, entretítulos e notas de rodapé). A hierarquia deveria ser expressa por aspectos tipográficos, como fontes diferentes, tamanho e recursos de ênfase e tamanho (Figura 3). Trechos com o mesmo nível de importância ou com a mesma função deveriam estar com a mesma formatação.

Figura 3: Páginas HTML com formatação tipográfica em CSS. Página criada por Ana Beatriz Caparroz, Maria Rita Ferrari e Vitor Guedes (esq.), sobre a Copa do Mundo de 2022 e página criada por Juliana Palmeirim, sobre literatura. (reproduzidos com permissão dos autores)

**FIFA REJEITA PEDIDO DA SELEÇÃO CHILENA E EQUADOR MANTÉM VAGA PARA QATAR 2022**

O Comitê de Apelações da FIFA informou publicamente, no dia 16 de setembro, que rejeitou o recurso da Seleção do Chile e confirmou a participação do Equador na próxima edição da Copa. Mesmo com o resultado negativo, os chilenos vão recorrer na **Corte Arbitral do Esporte (CAS)** para reverter a situação.

O pedido foi feito por causa de um jogador da seleção equatoriana, que teria atuado de forma irregular durante a fase eliminatória. O zagueiro **Byron Castillo** foi acusado de usar documentos falsificados para esconder sua verdadeira nacionalidade - colombiana. No pedido, a Federação Chilena pede que todos os pontos ganhos pelo Equador nas partidas em que Castillo estava em campo fossem retirados. Caso isso ocorresse, a tabela classificatória seria alterada: Equador cairia de colocação e Chile ficaria em 4º lugar na tabela, o que garantiria a vaga aos chilenos.

A **FIFA** investigou a situação e declarou que não houveram irregularidades na participação de Byron. A entidade internacional afirmou que "com base nos documentos analisados, o jogador pode ser considerado como portador permanente de nacionalidade equatoriana". Dessa forma, a abertura da **Copa Qatar 2022** se mantém com Qatar X Equador no dia 20 de novembro.

**Outros países que foram barrados de participar do Mundial**

No história da **Copa do Mundo**, vários países tiveram o desprazer de serem vetados de participar das etapas classificatórias ou do próprio evento. Os motivos para essa privação geralmente são os mesmos: casos de conflitos com outros países ou como castigos por causa de condutas inadequadas, tanto da equipe quanto das federações.

**Cuba** foi barrada duas vezes, uma por perder o prazo de inscrição no torneio e outra por razões

**A influência das mídias sociais no hábito de leitura**

Através de vídeos interativos e críticos, os novos influenciadores digitais buscam promover o amor pela literatura entre os jovens

Por **Juliana Palmeirim**

O isolamento social que há mais de um ano foi estabelecido como uma importante medida sanitária contra o Covid-19, trouxe também problemas como a ansiedade, o estresse em casa e a monotonia do EAD e do home office para a população de Niterói. Com isso, muitos passaram a buscar diferentes meios que funcionaram como uma válvula de escape e de conexão com outros indivíduos com os mesmos interesses que eles, o que promoveu o desenvolvimento do hábito de leitura e a intensa utilização das plataformas digitais.

No cenário da pandemia do Covid-19, muitos amantes de literatura se uniram aos influenciadores digitais e passaram a divulgar os seus interesses e opiniões nas redes online. Devido ao grande uso dessas mídias, principalmente pelos jovens, muitos começaram a conhecer e aadir mais ao hábito de leitura a partir dos livros com forte notoriedade entre esse público. Dessa forma, muitas pessoas, além de utilizarem a Internet para entretenimento, buscaram dar visibilidade aos diferentes universos literários.

De acordo com a engenheira de telecomunicações **Larissa Povetilo**, os livros, além de serem uma ótima forma de lazer, elas ajudam a desenvolver diversas habilidades como raciocínio, interpretação, vocabulário, e conhecimento sobre vários assuntos. Para ela, a conexão entre as mídias sociais e a literatura, seria uma tendência para os próximos anos: **"Assim como as mídias hoje já influenciam padrões de beleza, moda e gêster musicais, elas também vão**

Estas publicações, diferentemente das anteriores, trouxeram espaço para textos mais longos, nos quais os alunos puderam se aprofundar em questões dos seus temas. O trabalho enfatizou questões de seleção tipográfica, como personalidade do tipo e versatilidade de famílias tipográficas. A atenção à hierarquia visual, com pelo menos três níveis, foi um exercício de design editorial, de programação HTML/CSS, assim como de edição de texto, já que era preciso pensar na estrutura hierárquica durante o processo de redação.

### **Módulo 03: imagem**

O terceiro módulo concentrou-se na discussão de questões de comunicação por imagens e como elas podem circular em diferentes plataformas. Como atividades, os alunos produziram dois tipos de imagem: colagens e memes.

#### *Publicação: colagens surrealistas*

A primeira atividade do módulo foi a criação de colagens surrealistas. Como introdução, vimos trabalhos de Max Ernst (1891–1976), artista que descreveu seu processo de criação de colagens como uma transformação do banal em dramas que revelam desejos secretos, com a reprodução do que ele via dentro de si mesmo, como uma imagem fiel e fixada da sua alucinação (Rubin, 1968).

As colagens criadas na atividade, comunicando conceitos relacionados ao tema escolhido, deveriam ser pensadas para diferentes plataformas — como websites, Instagram ou WhatsApp. Elas deveriam combinar mais de uma imagem em cada composição, usando uma estética surrealista. Foram estimuladas, por exemplo, a criação de combinações inusitadas de objetos, as relações ilógicas de escala, e a inserção de pessoas em contextos inesperados.

Dentro da estratégia transmídia de complementação do conteúdo, a abordagem surrealista foi usada para levantar críticas de forma indireta, com ambiguidade e/ou fantasia. Uma colagem sobre maquiagem, por exemplo, mostrou a paixão pelo assunto com mulheres mergulhando em produtos, enquanto a criação sobre o futebol europeu criticou o controle financeiro sobre os clubes mostrando jogadores como fantoches (Figura 4).

Os alunos usaram diferentes programas e aplicativos de sua preferência, exercitando habilidades de edição de imagem na produção das colagens. A criação exigiu a aplicação de princípios de composição visual, como equilíbrio, escala, ritmo, ênfase e movimento. Além disso, os alunos precisaram tomar decisões estratégicas de comunicação, considerando que ponto do tema escolhido seria mais adequado para a colagem e para a veiculação em plataformas que privilegiam as imagens.

Figura 4: Colagens surrealistas criadas por Clara Espíndola (esq.), sobre o uso de maquiagem; e por Aleksandro Rodrigues, Flavio Lucas do Nascimento e Lucas Casaes, sobre o futebol europeu. (reproduzidas com permissão dos autores)



#### *Publicação: memes de recontextualização*

A segunda atividade do módulo foi a criação de memes. O termo “meme de internet” é geralmente usado para descrever itens como piadas, rumores e comentários propagados entre pessoas na internet, mas, segundo Shifman (2014), pode ser definido como um grupo de itens digitais que compartilham características de conteúdo ou forma, tendo sido criados com consciência dessa associação, e que são circulados, imitados e/ou transformados por diversos usuários da internet. Memes se caracterizam por sua capacidade de replicar e se transformar (Martino, 2014). Uma de suas características principais é a remixagem, ou seja, a manipulação digital feita por usuários, que adicionam conteúdo, referências e perspectivas particulares aos memes que publicam.

Na criação de memes para esta atividade, trabalhamos com memes de recontextualização, que Shifman (2014) chama de “Photoshops de reação”, com imagens que incluem adaptações de outras imagens, como forma de reação a elas. Na atividade, os alunos deveriam selecionar parte de uma imagem e inseri-la em um contexto diferente, para comunicar algo sobre o tema escolhido. Dentro da estratégia transmídia, era uma oportunidade para abordar pontos polêmicos de forma provocadora. Um trabalho sobre maquiagem inseriu imagens virais de crianças com rostos pintados com maquiagem em capas de revistas femininas, provocando

uma reflexão sobre questões da infância (Figura 5). Já a aluna que tratou de presença negra na moda usou um registro da festa de Donata Meirelles, editora da revista Vogue, criticada por reforçar o estereótipo da mulher negra baiana como alguém que serve pessoas brancas. Os memes recontextualizaram a imagem da dona da festa, a posicionando em eventos explicitamente racistas: o assassinato por asfixia de George Floyd pela polícia nos Estados Unidos, e o assassinato por espancamento de João Alberto Silveira por seguranças de um supermercado em Porto Alegre (Figura 6).

Figura 5: Memes criados por Clara Espíndola. (reproduzidos com permissão da autora).



Figura 6: Imagem original (esq.) e memes criados por Jenyffer Vidal. (reproduzidos com permissão da autora)



Este exercício de remixagem trouxe uma combinação entre abordagens humorísticas e sóbrias, explicitando o próprio papel dos memes na contemporaneidade. As publicações criadas pelos alunos levantaram comentários, críticas e provocações sobre pontos controversos dos temas escolhidos. A experiência de recontextualizar partes de imagens foi também importante para a compreensão do contexto no design de comunicação, como aspecto relevante para a construção e a compreensão de mensagens.

#### Módulo 04: Como...?

O quarto módulo abordou maneiras de responder à pergunta “como?”, especialmente em relação a explicações sobre como algo funciona e a instruções de como fazer algo. Neste

módulo, trabalhamos com dois tipos de publicação digital: infográficos, para explicar como algo funciona, e tutoriais em vídeo, para mostrar como fazer algo.

*Publicação: Infográficos explicando como algo funciona*

A infografia trabalha com a combinação de imagem e texto (Pablos, 1998), conseguindo representar visualmente informações que o texto, sozinho, não representa com eficiência, além de permitir uma leitura mais rápida e naveável (Kanno, 2013).

Nesta atividade, os alunos deveriam criar infográficos que explicassem algo relacionado ao seu tema. Eles deveriam considerar aspectos como os objetivos de comunicação, as informações necessárias para a explicação, o estilo das imagens e a quantidade de texto. Esta atividade teve uma etapa preliminar de consultoria, com a colaboração do professor convidado, Dr. Rafael de Castro Andrade, especialista em infografia, na qual os alunos trouxeram suas ideias e puderam conversar sobre possibilidades de ajustes antes da versão final.

Como introdução, vimos questões abordadas no livro *The Back of the Napkin*, de Dan Roam (2008), como estratégias de representação — com variações nos binômios simples-complexo, qualidade-quantidade, visão-execução, atributos individuais-comparação e alteração-situação — e maneiras de responder visualmente a perguntas específicas: Quem/ o quê? Quanto? Onde? Quando? Como? Por quê?

A atividade foi um desafio para os alunos, já que nenhum deles tinha feito um infográfico antes, mas essa dificuldade inicial foi amenizada pela realização da sessão de consultoria. Na estratégia transmídia de distribuição de conteúdo, a atividade era o momento de abordar questões complexas de forma a explicitar conexões e processos, facilitando a compreensão. Uma aluna, que fez publicações sobre serviços de streaming, criou um infográfico explicando como a Netflix decide se vai renovar ou cancelar cada uma de suas séries, a partir de um fluxograma, anotações e um exemplo real (Figura 7).

Os alunos demonstraram um cuidado especial com os elementos visuais — como cores, ilustrações e personalidade tipográfica — em relação à contextualização e à persuasão. Isto mostra o entendimento da retórica visual como parte importante para a compreensão de infográficos, o que ainda é discutido (por alguns, mais apegados a tradições modernistas e à ilusão da neutralidade) no campo do design de informação, mas valorizado no campo da comunicação social. Uma aluna, que tratou de literatura, fez um infográfico explicando como funciona o processo de publicação de um livro. Usando uma metáfora de estante, ela usou objetos que se aproximavam de alguma forma da etapa que representavam, como uma pasta de arquivo para “ficha catalográfica”, uma impressora para “impressão” e caixas para “distribuição & venda” (Figura 8) — um recurso retórico para contextualizar o conteúdo e despertar o interesse do leitor.

Figura 7: Infográfico criado por Larissa de Oliveira. (reproduzido com permissão da autora)



Figura 8: Infográfico criado por Juliana Palmeirim, explicando como funciona o processo de publicação de um livro. (reproduzido com permissão da autora)



#### *Publicação: tutorial em vídeo para o TikTok ensinando a fazer algo*

Nesta atividade, os alunos deveriam produzir tutoriais, ensinando algo relacionado ao tema escolhido, em vídeos curtos (entre 30 e 60 segundos) no formato vertical, para publicação no TikTok. Tutoriais envolvem questões gerais de descrição de processos, como ordem e duração de etapas, e problemas específicos, como níveis de dificuldade de execução da ação ensinada. Quando fazemos um tutorial em vídeo, devemos ainda considerar aspectos próprios do audiovisual, como enquadramento e edição, e, no caso desta atividade, características da plataforma escolhida. Tutoriais no TikTok envolvem, entre outras decisões, o uso de texto dinâmico para enfatizar partes do conteúdo falado, a apresentação do rosto do instrutor ao

longo do vídeo, a duração do vídeo, e a combinação de elementos verbais e visuais (Ding et al., 2022).

Como etapa preliminar, os alunos apresentaram um roteiro, com o planejamento do vídeo, considerando decisões como aparecer ou não no vídeo, usar descrições faladas e/ou escritas, usar ou não trilha sonora, usar ou não elementos variados como gifs animados e ilustrações de apoio, e a definição da abordagem do vídeo (formal, informal, engraçada, dramática etc.).

Nesta atividade, os alunos desenvolveram competências relacionadas a aspectos da criação audiovisual, como roteirização, gravação, edição e pós-produção, com a adição de efeitos e elementos visuais como títulos, legendas e imagens de apoio. Diferentemente da explicação, feita com infográficos, os tutoriais precisam mostrar detalhes dos processos de forma que o público não apenas entenda como algo acontece, mas também seja capaz de reproduzir os passos. Foi preciso então considerar o que estava sendo ensinado, para estabelecer as estratégias mais adequadas em cada caso.

Dentro da estratégia transmídia, foi o momento de integrar o público com algo prático dentro do tema escolhido. Os tutoriais produzidos (Figura 9) incluíram, por exemplo, como utilizar um aplicativo para assistir a séries simultaneamente com amigos a distância (dentro do tema “serviços de streaming”), os caminhos para completar o álbum de figurinhas da Copa do Mundo (dentro do tema “Qatar 2022”), os 7 passos para uma pele perfeita (dentro do tema “maquiagem”) e como encontrar e comprar roupas inspiradas nos figurinos (dentro do tema “novelas”).

Figura 9: Quadros de vídeos com tutoriais para TikTok. Da esquerda para a direita: tutorial criado por Larissa de Oliveira, sobre como assistir a séries com amigos; tutorial criado por Ana Beatriz Caparroz, Maria Rita Ferrari e Vitor Guedes, sobre como completar o álbum de figurinhas da Copa do Mundo de 2022; tutorial criado por Clara Espíndola, sobre maquiagem; e tutorial criado por Andrezza de Oliveira, sobre figurinos de novelas. (reproduzidos com permissão dos autores)



### Módulo 05: texto, imagem e movimento

O quinto módulo abordou a combinação de texto, imagem e movimento, com a criação de capas animadas para revistas. Uma capa de revista precisa desempenhar várias funções, como reforçar a marca da publicação, expressar o conteúdo daquela edição, ser familiar para os leitores que a conhecem, atrair novos leitores, diferenciar a publicação da concorrência, e despertar no público o desejo de olhar dentro da revista (Caldwell & Zappaterra, 2014). As capas digitais ainda têm questões específicas, operando como elementos interativos, em sites e aplicativos, ou disputando a atenção em redes sociais. Se, por um lado, as capas digitais devem desempenhar todas essas funções com um tamanho bem menor que sua versão impressa, por outro lado, elas contam com uma possibilidade própria: o movimento.

Nesta atividade, os alunos deveriam criar revistas e produzir capas para uma edição, incluindo elementos animados, numa combinação de texto, imagem e movimento. Os arquivos finais poderiam ser entregues no formato GIF, para publicação em websites, e no formato MP4, para publicação no Instagram. Era preciso testar as capas em relação ao tamanho, as visualizando em telas de telefones celulares para verificar se mesmo os textos com o menor corpo estavam legíveis.

A experiência de criar capas de revista foi combinada com a experiência de criar gifs animados para a internet. A síntese visual própria de capas exigiu um trabalho cuidadoso de seleção de imagens, edição de texto e estabelecimento da relação entre imagem e texto. Já o uso do movimento envolveu um pensamento estratégico sobre o que deveria se mover (imagem, texto ou ambos) e o que o movimento deveria comunicar. Foi preciso testar essas escolhas, descobrindo se um movimento poderia dificultar a compreensão.

Foram utilizadas diferentes estratégias em relação ao movimento. Na capa de revista sobre serviços de streaming, por exemplo, a aluna abordou o *binge watching* e escolheu manter o texto e uma imagem fixos, enquanto apenas o conteúdo da tela era alterado (Figura 10). Já na capa sobre o futebol europeu, abordando a aposentadoria do jogador Gerard Piqué, os alunos produziram uma composição em camadas, revelando cada camada em um frame até que ela ficasse completa (Figura 11).

Figura 10: Alguns quadros da capa animada da revista Série Diária, criada por Larissa de Oliveira, sobre o hábito de maratonar séries em serviços de streaming. (reproduzidos com permissão da autora)



Figura 11: Alguns quadros da capa animada da revista Olho no Lance, criada por Alexsandro Rodrigues, Flávio Lucas do Nascimento e Lucas Casaes, sobre a aposentadoria do jogador de futebol Gerard Piqué. (reproduzidos com permissão dos autores)



## Módulo 06: compilação

### *Publicação: website com portfólio digital*

O último módulo concluiu a disciplina com a criação de websites agregando a produção de cada aluno. Nesta atividade, os alunos deveriam montar um portfólio online, utilizando a ferramenta ou plataforma de sua preferência, e publicando nele uma seleção de pelo menos três publicações criadas ao longo da disciplina. Cada trabalho deveria ser acompanhado de uma breve descrição, que poderia incluir uma contextualização, a proposta da atividade, algo sobre o tema ou observações sobre o processo de criação. Diferentemente das atividades anteriores, a criação do website deveria ser individual, com cada aluno produzindo seu próprio portfolio, embora incluindo publicações feitas em conjunto (acompanhadas de créditos para todos os autores).

Para que o portfólio online fosse útil não apenas na disciplina, mas também como ferramenta profissional, o website deveria incluir informações pessoais que valorizassem o aluno profissionalmente, como escolaridade, experiência, áreas de interesse e/ou

conhecimentos técnicos. Os alunos poderiam também, opcionalmente, incluir outros trabalhos, realizados fora disciplina, informações de contato e links para perfis em redes sociais.

#### 4 A estratégia transmídia

A complementação do conteúdo tratado em cada publicação dentro de um mesmo tema global pode ser observada em cada conjunto. As especificidades de cada módulo não apenas permitiram que diferentes competências fossem desenvolvidas, mas também contribuíram para a complementação na distribuição do conteúdo.

Vejamos, por exemplo, as publicações de uma aluna que tratou de *sex toys* e sexualidade feminina e como ela trouxe diferentes partes do conteúdo em cada criação (Figura 12). Na colagem surrealista, ela mostrou a tendência de vibradores que imitam formas de animais, inserindo os objetos em ambientes naturais. No meme de recontextualização, ela inseriu um vibrador e um lubrificante em parte de *A Criação de Adão*, de Michelangelo Buonarotti, para enfatizar a importância da lubrificação. Já seu infográfico trouxe informações sobre o orgasmo feminino, incluindo como e onde ele ocorre, e seus diferentes tipos. Seu tutorial foi sobre o cuidado adequado de *sex toys*, mostrando como limpar e armazenar. Finalmente, a capa de revista abordou a masturbação feminina, utilizando o movimento para enfatizar os gestos.

Figura 12: Publicações criadas por Analice de Cól: colagem (topo, esq.) sobre vibradores em formatos que imitam animais; meme valorizando o uso de lubrificantes; infográfico sobre o orgasmo feminino; tutorial sobre limpeza e armazenamento de *sex toys*; e capa animada de revista “Gozando a Vida” sobre masturbação feminina. (reproduzidas com permissão da autora).



## 5 Considerações finais

A abordagem prática, com produção autoral, é tradicional no ensino do design de comunicação. A expressão criativa que vem com essa abordagem estimula a participação e aumenta a

sensação de recompensa e a percepção de evolução pessoal dos alunos. Assim foi também nesta disciplina, que contou tanto com a produção autoral, como com o compartilhamento e a colaboração entre a turma durante a execução das atividades em sala e a apresentação coletiva dos resultados.

Considerando que os estudantes, atualmente, estão acostumados a um universo midiático complexo, é natural que eles esperem, da mesma maneira, uma forma contemporânea de educação, na qual possam exercitar a criatividade (Dudacek, 2015; Pence, 2012). Neste contexto, uma abordagem transmídia pode tornar o processo de ensino-aprendizagem mais divertido e proveitoso, com maior engajamento dos alunos (Dudacek, 2015).

A produção transmídia dos alunos — com publicações feitas para diferentes plataformas, com linguagens diversas, e usando diferentes técnicas e ferramentas — possibilitou um conjunto abrangente de práticas e de reflexões. Os alunos precisaram desenvolver e aplicar diferentes competências de design de comunicação, incluindo questões de design editorial, design de informação, tipografia, design de interação, criação imagética e produção audiovisual.

O tema único, que esteve presente ao longo da disciplina, permitiu que os alunos exercitassem a articulação de uma estratégia transmídia, com decisões sobre que ponto daquele tema seria mais apropriado para cada publicação, mantendo o caráter complementar da abordagem. Além disso, a livre escolha do tema valorizou os interesses dos alunos e proporcionou a expressão pessoal e o engajamento emocional.

A articulação entre as diferentes publicações ofereceu uma oportunidade de criação coordenada, com uma visão estratégica da narrativa como um todo. Assim como o consumo de diferentes mídias em uma narrativa transmídia aprofunda a experiência do público, aqui, na disciplina, a experimentação em diferentes tipos de publicação contribuiu para o desenvolvimento não apenas de competências específicas, como também de uma compreensão geral do design de comunicação.

### **Agradecimento**

Agradeço a todos os alunos que participaram da disciplina, em especial àqueles que gentilmente permitiram a reprodução das imagens neste trabalho: Ana Beatriz Senra Caparroz, Analice de Cól, Andressa Vitoria Gomes de Oliveira, Clara Espíndola Fonseca, Flavio Lucas do Nascimento Santos, Jenyffer Vidal Oliveira, Juliana Palmeirim da Silva, Larissa Vitoria de Oliveira, Maria Rita Ferrari do Nascimento e Silva e Vitor Guedes da Rocha.

### **Referências**

- Antikainen, H., Kangas, S., & Vainikainen, S. (2004). *Three views on mobile cross media entertainment*. VTT Information Technology, Espoo.
- Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Design editorial*. São Paulo: Gustavo Gili.
- Carter, R., Day, B., & Meggs, P. (2012). *Typographic Design: Form and Communication*.

- Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Ding, N., Xu, X., & Lewis, E. (2022). Short instructional video for the TikTok generation. *Journal of Education for Business*.
- Dudacek, O. (2015). Transmedia Storytelling in Education. *7th World Conference on Educational Sciences*, (WCES-2015) (pp. 694-696). Atenas: Elsevier.
- Finger, C. (jul./dez. de 2012). Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. *Em Questão*, 18(2), 121-132.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H., Green, J., & Ford, S. (2014). *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph.
- Kanno, M. (2013). *Infografe: Como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente*. São Paulo: Infolide.
- Martino, L. M. (2014). *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis: Vozes.
- Miller, C. H. (2004). *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Oxford: Elsevier.
- Pablos, J. M. (maio de 1998). Siempre ha habido infografía. *Revista LATINA de Comunicación Social*, 5.
- Pence, H. E. (2012). Teaching with transmedia. *J. Education Technology Systems*, 40(2), 131-140.
- Roam, D. (2008). *The Back of the Napkin*. New York: Portfolio / Penguin Group.
- Rubin, W. S. (1968). *Dada, Surrealism, and their heritage*. New York: The Museum of Modern Art.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: The MIT Press.
- Villa-Montoya, M. I., & Montoya-Bermúdez, D. (diciembre de 2020). ¿Transmedia o cross-media? Un análisis multidisciplinar de su uso terminológico en la literatura académica. *Co-herencia*, 17(33), 249-275.

### Sobre a autora

Bárbara Emanuel, Dr., UFF, Brasil <be@id.uff.br>