



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

SKAM: A Narrativa Transmídia na Televisão Pública Norueguesa¹

Vinícius Guida²

Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

Conforme discutido por Jenkins (2009) e Scolari (2015), as narrativas transmídia englobam um conjunto de produtos em múltiplos meios e plataformas constituintes de um universo ficcional, com pontos de vista diferentes e conteúdos independentes. Promove, portanto, a habilidade dos telespectadores interagentes de perpassar múltiplas linguagens e mídias e promover o desenvolvimento da cultura participativa e inteligência coletiva. A partir deste aporte teórico, este artigo pretende analisar as ações transmídia lançadas durante a exibição da terceira temporada da série norueguesa SKAM, entre outubro e dezembro de 2016. Tem o intuito de compreender como a série, produzida no âmbito da comunicação pública e com baixo orçamento, foi capaz de promover engajamento dos jovens em escala mundial ao absorver e se apropriar de seus modos de consumo, suas percepções e suas temáticas próprias.

Palavras-chave: SKAM; narrativas transmídia; cultura de fãs.

Introdução

O ecossistema da convergência midiática emergiu do advento das tecnologias digitais, tal como descrito por Jenkins (2009, p. 40-44) como uma revolução tecnológica, social e, principalmente, cultural que “envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir meios de comunicação” (JENKINS, p.44). A concentração de diferentes formas de conteúdo e a possibilidade de interação, características do ambiente *online*, proporcionaram o desenvolvimento em rede da cultura participativa e da inteligência coletiva a nível global.

De acordo com Lemos (2010), a cibercultura resulta da apropriação social das novas tecnologias, permitindo a expansão da capacidade de expressão, com alcance massivo, a usuários

¹Trabalho apresentado no 3º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado no dia 10 de outubro de 2018.

²Pesquisador do Observatório da Qualidade no Audiovisual – FACOM/UFJF. Orientado pela profª Dra. Gabriela Borges e coorientado pela Me. Daiana Sigiliano. E-mail: vinicius_guida@outlook.com



amadores, não detentores de poderes relacionados às grandes corporações da indústria cultural. Nesse sentido, o fluxo da informação perdeu sua característica historicamente fundamental: enquanto os meios tradicionais se comportavam hierarquicamente de cima para baixo, do emissor ao receptor, as novas mídias permitem que haja maior trânsito entre esses dois momentos do processo comunicativo.

O fenômeno da convergência abrange um espaço ambíguo, de duplo fluxo comunicacional, visto que as relações ocorrem em duas vias, dividindo-se entre os processos corporativos e a apropriação dos consumidores (JENKINS, 2009, p. 46). No entanto, apesar das reduções de custos, tanto produtivo quanto distributivo, permitindo a distribuição global de conteúdo amador, a indústria do entretenimento concentra-se crescentemente em um pequeno número de conglomerados.

De todo modo, Jenkins (2009, p. 46) aponta para as novas relações de consumo advindas da expansão e dos usos da tecnologia: consumidores integrados, interagindo entre si e aprendendo a direcionar-se a fim de deter maior controle sobre as narrativas. As corporações, nesse sentido, precisam reaprender e repensar seus processos produtivos para contemplar essa nova gama de potenciais telespectadores, a fim de desenvolver novos formatos narrativos, incorporando e estimulando a participação da audiência com os produtos culturais e o diálogo entre os próprios telespectadores.

Conforme discutido por Jenkins (2009) e Scolari (2015), a narrativa transmídia compõe um complexo universo ficcional que permite explorar diferentes partes da concepção diegética, demandando e promovendo a habilidade de interpretar diversas formas de expressão em múltiplos níveis narrativos (SCOLARI, 2015, p. 8-10).

Situado no seio da cultura participativa, tal formato de construção narrativa prevê a interação, a imersão e a colaboração dos consumidores ávidos para desvendar problemas apresentados, aprofundar arcos narrativos e se apropriar do universo ficcional, formando uma rede colaborativa interessada na diegese. As narrativas transmídia necessitam, portanto, da inteligência coletiva dos telespectadores interagentes³ para efetivar seus propósitos e, muitas vezes, superá-los.

A partir desse aporte teórico, este artigo tem o objetivo de discutir as ações transmídia desenvolvidas pela emissora pública norueguesa NRK durante a terceira temporada da série *SKAM*, exibida entre outubro e dezembro de 2016, distribuída online, através do website do canal, assim como na televisão linear. As estratégias de expansão ficcional concentravam-se no website criado para a

³O termo telespectador interagente é usado, neste artigo para designar o público que interage (propaga, retuíta, produz conteúdo, responde às enquetes, etc.) com o universo ficcional das séries televisivas (SIGILIANO; BORGES, 2017).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

série⁴, onde eram disponibilizadas, sem aviso prévio, as cenas componentes do episódio televisivo (em formato de pílulas audiovisuais), as capturas de tela de mensagens trocadas entre os personagens, assim como suas postagens em redes sociais.

Narrativa Transmídia: Uma História em Múltiplas Plataformas

Conforme definida por Jenkins (2009, p. 138-161), a narrativa transmídia se devolve através de múltiplas plataformas e meios, compondo-se de frações independentes na formação de um espectro complexo, denominado universo ficcional. O autor aponta ainda que “[...] nenhuma obra em particular reproduz todos os elementos, mas cada uma deve usar os elementos suficientes para que reconheçamos, à primeira vista, que essas obras pertencem ao mesmo universo ficcional” (JENKINS, 2009, p. 161).

Este modelo de produção da indústria é composto pelo conteúdo de referência, isto é, a nave mãe, e a partir dela são desenvolvidas as ações transmídia. Como pontua Lessa (2017, p.94), são “[...] elementos dispostos em múltiplas plataformas de mídia e que adicionam e agregam algo à história, expandindo a narrativa”. É importante ressaltar que estes conteúdos demandam diálogo entre si, de modo que não reproduzem mas complementam a concepção de universos complexos, repletos de polissemias e experimentados de maneira distinta pelos consumidores, à revelia do planejamento dos autores.

Apesar de ser um fenômeno contemporâneo, a expansão de narrativas ficcionais seriadas por diversos meios é anterior ao ambiente de convergência. Segundo Mittell (2012) a série *Dragnet* (1951-1959), veiculada pela NBC, teve sua trama expandida em distintas plataformas. Criada por Mark Frost e David Lynch, *Twin Peaks* (ABC, 1990-1991⁵) também aprofundou sua história em outras mídias. Conforme pontuam Sigiliano e Borges (2017, p. 3) foram lançados livros e um longa-metragem que exploravam novas perspectivas desta atração televisiva.

Conforme considera Mittell (2015, p. 293-295) as ações transmídia na televisão objetivam “promover, apresentar e divulgar um conteúdo; ampliar e detalhar o universo ficcional apresentado na nave mãe [narrativa central]; engajar e recompensar os telespectadores interagentes e sustentar o interesse do público durante os hiatos” (*apud* SIGILIANO; BORGES, 2017, p. 4). É importante

⁴ Disponível em: <http://skam.p3.no>. Acesso em: 10 abr. 2018

⁵ Em 2017 o canal estadunidense Showtime produziu novos episódios da série. Os 18 episódios inéditos davam continuidade e expandiam o universo ficcional da trama.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ressaltar, portanto, que os interesses no entorno das narrativas transmídia são flutuantes: variam desde o capital social e as questões que emergem da cultura participativa à capacidade mercante da franquia.

Atualmente, grande parte das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses contam com ações transmídia, tais como *Game of Thrones* (HBO, 2011-atual), *Mr. Robot* (USA Network, 2015-atual), *Westworld* (HBO, 2016-atual), *Agents of S.H.I.E.L.D* (ABC, 2013-atual). No Brasil, conforme apresentam Borges e Sigiliano (2017, p. 189-192), também podemos encontrar experiências de estratégias multiplataforma como telenovelas, séries e projetos no YouTube.

Skam e as ações transmídia na televisão pública

Conforme discutido por Jenkins (2009, 2014) e Mittell (2012), a composição de narrativas transmídia está geralmente ligada a motivações econômicas. Isto é, um mesmo universo ficcional que pode ser explorado, e comercializado, em múltiplas plataformas e com maior vida útil, mas que não disperse a audiência em outros meios e, sim, faça-a retornar à televisão. Jenkins (2014, p. 157) destaca que a indústria do entretenimento ainda privilegia conteúdos de primeira exibição, a fim de obter receitas de publicidade, exigindo segurança e rentabilidade naquilo em que se compromete a investir. Mittell (2015) aponta que embora as redes comerciais de televisão pareçam mais flexíveis em relação a audiência, ainda prevalecem is altos índices de audiência obtidos nos meios tradicionais, a fim de conservar e cooptar anunciantes.

Entretanto, o âmbito público da comunicação nos permite repensar a construção de universos ficcionais. Conforme discutido por Borges (2014), o serviço público de televisão pretende desenvolver narrativas que propiciem a reflexão, fujam do óbvio e que não perpetuem estereótipos a fim de produzir conteúdos de qualidade. Esse modelo deve preocupar-se com a preservação das garantias democráticas, a informação plural, o respeito à independência profissional, o compromisso com a promoção da diversidade, a abordagem de diferentes pontos de vista, as concepções culturais, sociais, educativas e políticas além do estímulo à participação sociocultural e à cidadania (BORGES, 2014, p. 59-61).

A comunicação pública prevê financiamento estatal, o que a torna independente dos anunciantes e, em parte, de influências externas. Bucci (2013, p. 131) defende ser fundamental que

“esses aportes financeiros estejam previstos em lei e sejam protegidos por lei, de tal forma que não possam ser desviados, pela autoridade pública, para outras finalidades, e também não possam ser contingenciados de acordo com a discricionariedade do agente público”.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Em primeiro lugar, isso implica na ingerência sobre si mesma, isto é, a comunicação pública abre a possibilidade para gerenciamento e controle de suas próprias pautas, sem as pressões econômicas sob as quais estão submetidas as estruturas comerciais. Em segundo lugar, o modelo público formula produtos culturais com fins não-comerciais, suprimindo a necessidade de gerar lucro a partir deles, propiciando a liberdade criativa e a autoria cooperativa à revelia da reprodução de modelos seguros de sucesso.

SKAM foi realizada entre 2015 e 2017 por uma empresa pública de comunicação, a NRK, permitindo aos produtores experimentar novos formatos. Constituída a partir dos preceitos do serviço público, a série retrata importantes temáticas da contemporaneidade, explorando os inúmeros desdobramentos da narrativa como espaços de discussão em relação às minorias sociais, contrapondo-se aos estereótipos audiovisuais e respeitando as idiossincrasias dos grupos representados. Comportase, ainda, informativa e educativamente como, por exemplo, ao apresentar a aplicabilidade da legislação norueguesa em determinado momento ou refletir sobre a reprodução de preconceitos por membros da comunidade LGBT+.

Ao longo de suas quatro temporadas a série explora as adversidades relacionadas à adolescência, principalmente de jovens componentes de minorias sociais. Ambientadas no colegial, cada uma delas apresenta um novo protagonista, integrantes do mesmo universo. A alteração de perspectivas permite que os telespectadores interagentes acompanhem a trama a partir de outros pontos de vista, em momentos distintos. Três das temporadas são centradas em personagens femininas: Eva Mohn (Lisa Teige), Noora Sætre (Josefine F. Pettersen) e Sana Bakkoush (Iman Meskini). A terceira temporada é a única protagonizada por uma figura masculina, o personagem homossexual Isak Valtersen (Tarjei Sandvik Moe).

A igualdade de gênero e o desenvolvimento identitário feminino são as temáticas sociais centrais apresentadas na primeira temporada. Eva envolve-se com um rapaz comprometido e é culpabilizada não somente por sua ação, mas tida como responsável pelo ocorrido. Após ser excluída e renegada por seus amigos, o enredo culmina com o fortalecimento da personalidade, a demanda de autoafirmação e presunção de autossuficiência, servido como modelo representativo para as jovens telespectadoras.

Na segunda temporada, a narrativa assume a função de debater, informar e esclarecer vítimas de estupro sobre a legislação que as acolhe. Noora acredita ter sido estuprada e é coagida a calar-se,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

pelo agressor, o qual detém fotos suas nua, produzidas ilegalmente quando esta encontrava-se alcoolizada. Destaca-se a cena em que a personagem confronta o agressor, momento em que nos é apresentada a jurisprudência relacionada ao caso. São citadas leis criminalizando os atos do assediador, por fim, servindo como fonte de informação inserida na narrativa ficcional.

O processo de formação identitária da comunidade LGBT+ é abordado no desenvolvimento da terceira temporada. São apresentadas problemáticas envolvendo a estigmatização de homens gays, inclusive dentro da própria camada minoritária. Isak representa o jovem confuso e pretende dissociar-se de imagens tidas como de um homem gay, ideias desconstruídas ao longo da série pelos diálogos de personagens secundários e pelas relações construídas.

Já a quarta temporada retoma a figura feminina como protagonista, retratando uma jovem muçulmana e abordando as relações com a fé e a religião, incluindo questionamentos internos e a dificuldade de inserção e diálogo com a sociedade norueguesa, predominantemente cristã.

Para definir as temáticas e construir as histórias de acordo com as necessidades e expectativas do público-alvo (adolescentes com cerca de 16 anos de idade), a emissora realizou extensa pesquisa baseada em um método utilizado pela rede desde o início dos anos 2000, denominado *modelo NABC*. Realizaram-se, portanto, entrevistas com telespectadores em potencial a fim de compreender seus gostos e percepções, assim como buscou-se formar a equipe com atores e atrizes inexperientes, também com cerca de 16 anos de idade. Isso permitiu que o elenco colaborasse na elaboração da narrativa, apresentando suas próprias demandas enquanto integrantes da população jovem. As temporadas não eram gravadas previamente, de modo que os episódios eram filmados semana a semana, permitindo alterações no enredo a partir das demandas da audiência, localizadas, principalmente, nas respostas dadas às ações de engajamento no website oficial⁶, transformando os telespectadores interagentes em parte fundamental do processo de construção do enredo.

A narrativa de *SKAM* foi concebida para ser experimentada em diferentes plataformas de mídia, de diferentes modos. A emissora adotou um modelo de distribuição híbrido no qual os episódios eram disponibilizados online e na televisão. O seriado possuía seu próprio website, destinado a hospedar as ações transmídia e ampliar o universo ficcional.

A experiência obtida pelo acompanhamento online da narrativa difere-se significativamente da experiência dos que assistiram pela televisão. Os episódios da série eram um conjunto de cenas

⁶Disponível em: <http://skam.p3.no>. Acesso em: 10 abr. 2018



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

independentes, introduzidas por um título indicativo do dia e horário. Na televisão linear, assistia-se da mesma maneira usualmente concebida: as partes eram unidas em um todo, exibidas em sequência. Os telespectadores interagentes assistiam as cenas como pílulas, publicadas no mesmo dia e horário indicados no letreiro inicial. Unindo o tempo diegético ao tempo real, estimulava-se o acompanhamento diário do website para ter acesso às novas informações.

Expandindo o universo ficcional, os produtores disponibilizavam as mensagens trocadas pelos personagens via celular. Seguindo a mesma lógica de aproximação entre diegese e realidade, as postagens das capturas de tela eram realizadas no momento indicativo do envio. Os telespectadores interagentes, portanto, podiam experimentar a sensação de imersão na narrativa: o período relativo entre uma mensagem e outra seria equivalente ao esperado pelo personagem. Conforme o ressalta Sundet (2017, p. 11), ao invés de assistir à espera de uma resposta, os telespectadores interagentes esperavam juntos ao personagem por ela. O diálogo virtual e a angústia experimentada pela espera poderiam perdurar por alguns minutos ou vários dias, assim como são experienciados no ambiente da convergência midiática.

Além disso, os produtores criaram outra ação transmídia, em que os personagens possuíam perfis em redes sociais⁷ nos quais eram feitas diversas publicações. Os protagonistas dispunham de contas no Facebook e no Instagram, em que poderiam ser postadas fotos e textos. O personagem secundário Elias Bakkoush (Simo Mohamed Elhbabí), irmão mais velho da protagonista da quarta temporada, possuía ainda um canal no YouTube⁸, não explorado na série. Neste sentido, de modo geral, *SKAM* foi norteadora por duas questões centrais: o modo de desenvolvimento, abrangendo a criação dos roteiros e as temáticas abordadas, e as ações de distribuição e engajamento adotadas pela NRK, as quais dialogam com os hábitos culturais dos jovens.

As ações transmídia de *SKAM* permitiam ao público experienciar os sentimentos dos personagens e imergir na narrativa ao acompanhar os discursos externos ao produto audiovisual. As formas de produção e distribuição promoveram um modo de acompanhamento surpreendente, não-linear e ausente de indicativos da disponibilidade de novas informações. Isso gerou a necessidade de acompanhamento em “tempo real” e propiciou a mobilidade entre diferentes plataformas e linguagens.

⁷ Disponível em: <http://skam.p3.no/profiler/>. Acesso em: 10 abr. 2018

⁸ Disponível em: <https://goo.gl/3M7wSD>. Acesso em: 10 abr. 2018



SKAM retoma a discussão a respeito da produção midiática e amplia o espectro da narrativa transmídia ao transpor as barreiras de pontuações de audiência e as limitações impostas pelo mercado do entretenimento. O sucesso da série, não apenas a partir de métricas de audiência, mas em relação à capacidade de compreensão dos hábitos e modos de consumo de uma parcela da população, é representativo da necessidade de repensar os modelos tradicionais de produção e distribuição de conteúdos audiovisuais. A televisão comercial ainda batalha para a manutenção da audiência, através de “[...] um sistema de avaliação de valor, para a condução de acordos e negócios” (JENKINS *et al*, 2014, p. 156) que ignora as especificidades e capacidades do público. Nesse sentido, os produtores de *SKAM* foram capazes de articular diversas formas de expressão e linguagem, abarcando diferentes sujeitos nos modos de representação e, também, de interação.

As ações transmídia da terceira temporada de *SKAM*

Jenkins (2009, p. 161) aponta que nas narrativas transmídia os ambientes “[...] não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia”. Este aspecto pode ser observado em *SKAM*, a cada temporada a trama era expandida e ganhava novas perspectivas não só pela troca dos protagonistas, mas principalmente pelas estratégias desenvolvidas a partir da narrativa central exibida na televisão.

Figura 1: Esquema do universo transmídia de *SKAM*



Fonte: Produzido pelo autor.

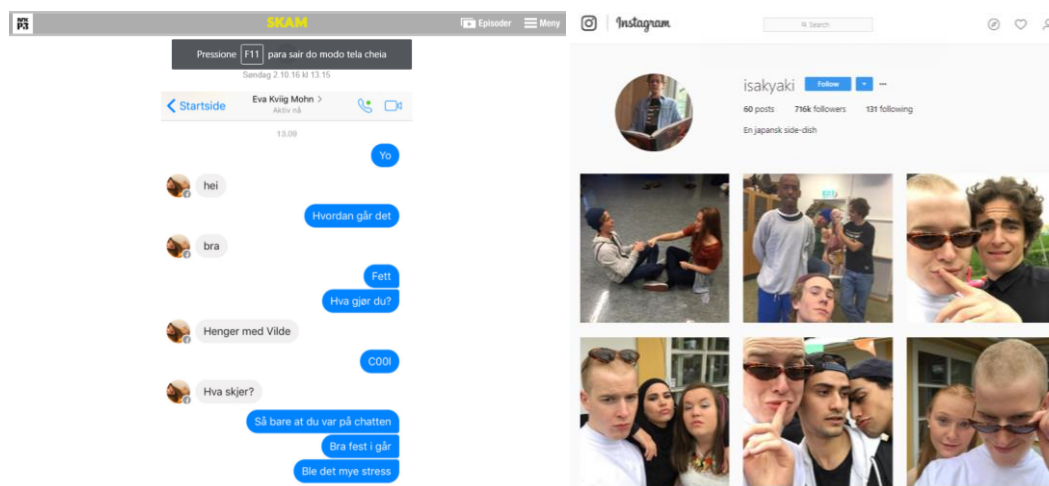


COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A terceira temporada da série é protagonizada por Isak Valtersen (Tarjei Sandvik Moe). Acompanhamos o personagem na busca pelo autoconhecimento e o desenvolvimento de seu primeiro relacionamento homossexual, com Even Bech Næsheim (Henrik Holm). Exibida durante três meses, entre outubro e dezembro de 2016, às sextas-feiras no canal NRK P3, antes de ir ao ar na TV a história estreou na web. O arco narrativo de Isak Valtersen se desdobrou em múltiplas plataformas (tais como as redes sociais digitais, a televisão e o *chat*), sendo o website oficial um espaço centralizador dessas tramas dispersas. O site de *SKAM* era organizado da seguinte forma: na seção *Profiler*⁹, era possível acessar os dados de todos os personagens: nome, data de nascimento e o perfil nas redes sociais. A seção *Sesong 3*¹⁰ abrangia as atividades online dos personagens, durante essa temporada, como a conversação via mensagens de texto do protagonista e suas fotos postadas no perfil *@isakyaki* (Instagram)¹¹.

Figura2: Primeiro diálogo via mensagem de texto durante a temporada, no website oficial; perfil de Isak no Instagram.



Fonte: NRK

Na televisão era exibido o episódio completo, formatado a partir da conjugação das pílulas disponibilizadas em tempo real na web durante a semana. Como, por exemplo, a primeira cena foi lançada no domingo, dia 02 de outubro de 2016 às 1h05, cinco dias antes do primeiro episódio ir ao ar na TV. A ação transmídia mostrava os personagens em uma festa e as postagens acompanhavam os desdobramentos narrativos.

⁹Disponível em: <http://skam.p3.no/profiler/>. Acesso em: 8 abr. 2018

¹⁰Disponível em: <http://skam.p3.no/sesong/3/>. Acesso em: 8 abr. 2018

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/isakyaki/>. Acesso em: 8 abr. 2018



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A produção audiovisual constrói a narrativa central de *SKAM*, no entanto os telespectadores interagentes teriam a disposição uma experiência mais completa ao acessar e acompanhar as ações, imergindo na trama e explorando outras perspectivas como as mensagens trocadas entre os personagens que apresentavam novos aspectos sobre os arcos narrativos e contribuía para o aprofundamento da história.

A conversação *online* entre os personagens ampliava a narrativa exibida na televisão dando sequência aos acontecimentos. Como, por exemplo, quando Even convida o protagonista para uma festa de *Halloween* e, sem saber que o convite se estendia às suas ex-namoradas, o adolescente aceita. Somente no website é possível ter acesso às mensagens trocadas no dia seguinte: frustrado, Isak tenta confrontá-lo, mas parece desistir. Logo em seguida, resignado, envia uma mensagem para Emma W. Larzen (Ruby Dagnall) informando o horário definido para se encontrarem.

As plataformas digitais expandem o universo ficcional de *SKAM*, explorando tramas que não estavam presentes na nave-mãe, isto é, na narrativa televisiva. Dessa forma, ao acessá-las os telespectadores interagentes tinham acesso às novas informações sobre a série. Por exemplo, um encontro, sábado à noite, entre os amigos: os personagens combinam sair para jantar juntos via mensagens de texto e são postadas fotos e vídeos do momento, porém essa sequência não foi mostrada no episódio televisivo.

Outro exemplo de narrativa paralela explorada exclusivamente através das ações transmídia diz respeito ao *Operasjon Dagsverk*¹². Na Noruega, cerca de 90.000 estudantes do colegial dedicam a última quinta-feira de outubro ao trabalho voluntário. A arrecadação é destinada para diversos programas de incentivo e promoção da educação em países carentes. Em mensagens de texto e nas redes sociais, Isak conversa com os amigos sobre o trabalho que procura e posta uma foto deste momento. Na pílula subsequente esse assunto é retomado, sem explicação, e somente aqueles que acompanharam a subtrama são capazes de entender a referência.

O telespectador interagente poderia ainda explorar outros desdobramentos, além do disposto na página oficial, ao seguir outros personagens nas redes sociais. Essa questão pode ser observada quando Isak falta ao aniversário de um de seus amigos: essa parte da trama não é exibida no episódio televisivo,

¹² Em tradução livre, Obras do Dia da Operação. Disponível em: <http://www.od.no/OD-in-English>. Acesso em: 8 abr. 2018. (N.A.)



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

mas pode ser acompanhada através do Instagram @jonas9000¹³, referente ao personagem Jonas Noah Vasquez (Marlon Valdés Langeland).

A construção de um universo ficcional demanda coerência e planejamento prévio, a fim de que todas as partes se componham harmonicamente. Tendo como exemplo os momentos em que, por diversos motivos, Isak tende a se isolar, como, por exemplo, quando anseia conhecer melhor o rapaz por quem se interessa e acaba inventando desculpas para não encontrar os amigos e a namorada. Na televisão, exibe-se o personagem evitando responder aos questionamentos dos amigos, ignorando suas mensagens. Por consequência, nesse período não são postadas novas capturas de tela no website oficial, indicando o estado mental do personagem, explicitando como *SKAM* foi construído e pensado previamente como um todo.

Desse modo, podemos perceber como as ações da série colaboravam para a percepção estendida dos acontecimentos narrados. Além de contribuir para a sequência da narrativa central, a trama na web permite uma experiência completamente diferente da experiência televisiva linear. O lançamento de novas informações condicionado aos hábitos e à rotina dos adolescentes tornou possível o acompanhamento dos personagens como se fossem colegas do telespectador, aproximando o público da ficção. Do mesmo modo, a imersão narrativa propiciou ao público a sensação de ser acolhido, de ser escutado e de se sentir representado.

Considerações Finais

SKAM foi concebida como um universo ficcional em que todas as partes dispersas se reúnem para contar vários espaços de uma mesma história, o que se torna evidente quando se analisam as ações transmídia em conexão com a narrativa televisiva. Existem inúmeros caminhos possíveis para percorrer a fim de estender os conhecimentos sobre a série: continuidade do enredo na web, narrativa paralelas em outros espaços, informações que alteram a percepção do telespectador interagente. A habilidade com que a equipe maneja e se adequa aos costumes do público, propiciada pela liberdade criativa permitida por modelos regulamentados de comunicação pública, cria um complexo terreno a ser explorado pelo público. A série produzida com baixo orçamento foi capaz de atrair os jovens para a televisão e promover engajamento do público.

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/jonas9000/>. Acesso em: 8 abr. 2018



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Deste modo, conclui-se que as narrativas transmídia são potenciais meios de estabelecer o diálogo dos jovens com as narrativas televisivas no ecossistema da convergência midiática. Percebe-se tanto a importância de refletir sobre novos modelos de negócio, os quais atendam às necessidades e respeitem os hábitos de consumo desses consumidores, quanto a atualização da produção no âmbito público da comunicação, a fim de atender e acolher a juventude.

Referências

BORGES, Gabriela. **Qualidade na TV pública portuguesa: Análise dos programas do canal 2**. 1. ed. Juiz de Fora: Editora da UFJF, 2014.

BORGES, Gabriela; SIGILIANO, Daiana. A qualidade na ficção seriada lusófona. In: CUNHA, Isabel Ferin; CASTILHO, Fernanda; GUEDES, Ana Paula. (Orgs.). **A ficção seriada e o espaço lusófono: conceitos, trânsitos e plataformas**. São Paulo/Lisboa, p. 183-202, 2017.

BUCCI, Eugênio. Sobre a independência das emissoras públicas no Brasil. **Revista Eptic online**, v. 15, n. 2 (2013), Aracaju: UFS (p.121-136).

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

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LESSA, Rodrigo. Explorações conceituais acerca de narrativa transmídia e ficção seriada televisiva. In: CUNHA, Isabel Ferin; CASTILHO, Fernanda; GUEDES, Ana Paula. (Orgs.). **A ficção seriada e o espaço lusófono: conceitos, trânsitos e plataformas**. São Paulo/Lisboa, p. 87-105, 2017.

MITTELL, Jason. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. New York: NYU Press, 2015.

SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. Transmedia Literacy: uma análise da repercussão das estratégias transmídia de The X-Files. In: **I Congresso TeleVisões. Anais...** Niterói (RJ): UFF, 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/KxDwgc>>. Acesso em 8 abr. 2018.

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. **Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM**, São Paulo, Jan./Jun2015, v. 1, n. 3, 2015. Disponível em <<https://goo.gl/ncyPLh>>. Acesso em: 08 abr. 2018.

SUNDET, Vilde. From secret online teen drama to international cult phenomenon: The global expansion of SKAM and its public service mission. In: MCCULLOCH, Richard; PROCTOR, William (Orgs.). **The Scandinavian Invasion: The Nordic Noir Phenomenon and Beyond**. Oxford: Peter Lang, 2017.