



## **A Busca do Padrão Contemporâneo na Narrativa Transmídia do Projeto Latitudes<sup>1</sup>**

Vanessa de Cássia Witzki Colatusso<sup>2</sup>  
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

Latitudes, o projeto do diretor Felipe Braga, apresenta de maneira bastante didática o modo como uma narrativa transmídia se desenrola através de múltiplos suportes. Foi um projeto pioneiro no Brasil sendo lançado inicialmente na internet, logo após para TV e finalmente em longa metragem nos cinemas. Desta maneira, segundo Jenkins (2008), na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor. A performance progressista, a presença de marcas fazendo parte do contexto, o consumo, a tentativa da compreensão por meio de diversas mídias, aumenta a profundidade de experiência e oferece novos níveis de revelação, mas o que parece sustentar a obra é a contemporaneidade.

Palavras chave: transmídia, convergência, contemporaneidade.

### **Latitudes**

Chamaremos de Projeto Latitudes o conjunto da obra do gênero drama, com duração online de 10 minutos, TV 22 minutos e cinema 85 minutos, de origem brasileira com direção de Felipe Braga fazendo também o roteiro em parceria com Teodoro Poppovic e distribuído por Losbragas e House Entertainment. Foi concebido como uma obra de ficção, dividido em oito partes e apresentadas em três formatos complementares, além da versão em longa metragem, Latitudes estreou dia 28 de agosto de 2013 na internet por meio de um canal exclusivo criado em parceria com o *Google*. O canal de TV por assinatura TNT transmitiu para toda a América Latina. Com uma proposta inovadora o produto cinematográfico selou parcerias em formato inédito com uma rede de apoiadores e patrocinadores, encabeçados pela *P&G* e envolvendo empresas como *Heineken*, *Fiat*, *Estúdios Quanta* e *África Entretenimento*. Não é só no formato que o projeto chama a atenção, é importante observar no enredo alguns elementos que levam a compreensão da obra, entre eles a história do filme que conta o amor vivido por uma editora de moda e um fotógrafo, interpretados por Alice Braga e Daniel Oliveira, onde os dois viajam profissionalmente com muita frequência, por isso,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, email: vanessa@iparana.com.br



o principal cenário do romance são quartos de hotéis, mais especificamente em oito países nos quais o filme é ambientado: Brasil, Argentina, Uruguai, Itália, Portugal, Inglaterra, Turquia e França seguindo esta seqüência, os oito capítulos foram apresentados pela internet através do site do filme no Youtube.



Figura 01. Imagem veiculada no site Youtube durante a divulgação dos capítulos de Latitudes. Fonte: Google Imagens

Olivia é uma editora de moda que viaja muito para cobrir os principais desfiles de moda e observar o comportamento dos consumidores ao redor do mundo. O seu estilo carrega a praticidade de quem trabalha e viaja. Ela é bastante arrojada e traz estampado a caracterização da mulher moderna, indo de encontro com o estilo da linguagem do próprio projeto. Focada no trabalho, a personagem ao longo dos capítulos revela que mantém um casamento já enfraquecido pela distância por causa das longas e freqüentes viagens. A paixão pelo seu trabalho acaba sendo maior que a vontade de Olivia em resolver a sua problemática conjugal. Uma das cenas que caracteriza a profissão de Olivia chama a atenção por ter sido gravada durante um desfile de moda da marca Burberry. E entre um trabalho e outro a personagem conhece José e acaba vivendo uma seqüência de encontros e desencontros que levam os dois a longos diálogos voltados a procura de como estender os encontros sem desencadear um envolvimento maior entre os dois.

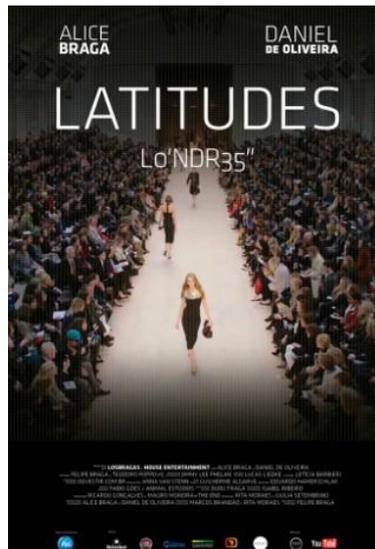


Figura 02. Desfile de moda da marca Burberry filmado numa das cenas de Latitudes. Fonte: Google Imagens

José, na trama, é um renomado fotógrafo que viaja o mundo fazendo editoriais. Ambos os personagens são brasileiros mas que acabam se encontrando pelo mundo entre um trabalho e outro e a medida que os dois vão se envolvendo emocionalmente os encontros vão acontecendo. As locações são geralmente em hotéis, como o clássico Hotel Danieli, em Veneza, que abriga a suíte mais antiga do mundo.



Figura 03. Cena filmada na suíte mais antigo do mundo, no Hotel Danieli. Fonte: Google Imagens

Entre aeroportos, estações de trem, hotéis e restaurantes o caso de amor avança, mas, além do passado e da vida real de cada um, a ansiedade de nunca saber quando vão se encontrar novamente se revela um ponto de tensão entre os dois, sempre em meio a cenários marcantes.



Figura 04. Arte desenvolvida para designar o local onde o capítulo se desenvolve, Buenos Aires. Figura 05. Porto. Figura 06. Istambul . Figura 07. São Paulo. Fonte: Google Imagens

### Latitudes e a Transmidialidade

A exemplo do que acontece com os demais mercados de consumo, o cinema está continuamente se reinventando. Trata-se de uma evolução lógica, afinal, o cinema sempre esteve na vanguarda de grandes experimentos desde sua concepção nos filmes dos irmãos *Lumière* ao *Avatar*, de James Cameron que ultrapassando a cifra de US\$2,75 bilhões de arrecadação se coloca entre as maiores bilheterias alcançadas por um filme, impulsionado pelo uso das tecnologias 3D. Na busca de quebrar paradigmas e no alcance da audiência, alguns projetos cinematográficos, ou ensaios, mudam também a sua forma e apresentação. Como diz Ivana Bentes em *Ecos do Cinema*

Estes ensaios tratam da contemporaneidade do cinema e do audiovisual, não só como eles se constituíram, mas como podem ser múltiplos e diferentes, apontando para este devir em aberto, esse "depois" do cinema (e é sintomático que as fronteiras sejam também um dos grandes temas do cinema contemporâneo), tudo o que coloca o cinema em mutação, tudo o que o cinema faz pensar. (BENTES, 1964, pg13)

Henry Jenkins utilizou o termo transmídia pela primeira vez em um artigo da revista *Technology Review*, em 2002. Três anos mais tarde o conceito conduziu seu discurso no livro *Cultura da Convergência*, publicado no Brasil em 2008. Apresentando, entre outros exemplos, o filme *Matrix*<sup>3</sup>, o autor dizia que a experiência dos irmãos

<sup>3</sup> O filme *Matrix*, lançado em 1999, foi produzido a partir de recursos multimídia e é conduzido por uma narrativa em que as personagens se conectam em um mundo simulado, *Matrix*, na tentativa de encontrar



Wachowski se expandia além das telas do cinema, constituindo-se numa narrativa transmidiática.

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, 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. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2008, p. 135).

Com base na conceituação proposta por Jenkins, Scolari (2009) define Narrativa Transmidiática como uma estrutura que se expande tanto em termos de linguagens quanto de mídias. Porém, uma importante característica para este tipo de narrativa, de acordo com o autor, é não se repetir ou simplesmente ser adaptada de uma mídia para outra. As histórias se complementam em cada suporte e devem fazer sentido isoladamente, conforme propõe Jenkins.

Porém, tudo culmina na convergência, ou seja, o ponto comum para onde se está caminhando, seja ela cultural, tecnológica, comercial ou corporativa a busca pela tendência é um dos caminhos neste processo do alcance. A convergência é definida pelas mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Podemos pegar como exemplo a campanha publicitária do aperitivo *Doritos* para a final do Super Bowl de 2006, onde a fabricante incentivava através da internet os consumidores a produzir o comercial o qual seria premiado e veiculado no horário mais caro e concorrido da televisão americana.

Naquele ano os consumidores publicaram no site da promoção uma série de vídeos que, de forma colaborativa, contribuía como a marca. A colaboração, assim constituída se insere em outros paradigmas contemporâneos em torno da propriedade ou mesmo da constituição de uma marca quando os consumidores se tornam co-responsáveis por ela. Em seu tempo, o filme aqui analisado a partir dos conceitos de transmidialidade encontram espelhados parâmetros de colaboração entre os diferentes meios. De certa forma, encontram-se presentes diferentes vozes ao redor de um objeto, assim como na campanha publicitária diferentes formas de apresentação do produto

---

Orpheu. Suas características transmidiáticas residem na continuidade e sequência de suportes perfazendo o caminho da obra literária, blogs, fórum de discussão, jogos entre outros.

competiam em busca de visibilidade. Na transmidialidade a visibilidade é o objetivo fim, a presença se multiplica, ou pode-se supor uma presença expandida do filme, rompendo com condições físicas do espectador, com o fluxo planejado televisivo (Marquioni, 2011) e com a temporalidade.



Figura 08. Cena do comercial do Doritos, escolhido e transmitido no intervalo do Super Bowl. Fonte: Youtube.com

Assim, segundo Jenkins, as idéias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de várias plataformas de mídia, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias e comportamento migratório da audiência, que vai a quase qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que deseja. Talvez, num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente.

Tendo como base estes dois conceitos, Transmídia e Cultura da Convergência, observa-se no projeto Latitudes uma busca por este novo padrão midiático e a preocupação em como chegar ao público. Na elaboração, o autor Felipe Braga desenvolve três produções diferentes, porém, com a mesma narrativa explorando além da internet, a TV e o cinema. Foi ousado também na execução, contando com uma equipe reduzida de apenas nove pessoas, incluindo os atores, que também são produtores associados do filme. Ou seja, opinam sobre o texto, figurino, maquiagem, etc. Um grande diferencial deste trabalho foi o curto espaço de tempo das gravações que duraram apenas seis semanas. Em menos de dois meses estava entregue a primeira etapa do projeto destinada para a internet.

Latitudes além de pouco tempo e equipe enxuta foi um trabalho totalmente financiado por instituições privadas, dando maior liberdade e garantindo a democratização da veiculação do conteúdo.

Assim, seu lançamento foi no site Youtube, em seguida adaptado para ser transmitido no canal de TV TNT. O fato de ter sido apenas adaptado gera neste ponto um conflito de identidade no projeto Latitudes, uma vez que segundo Jenkis a intenção deste tipo de narrativa não é apenas se repetir, mas se complementarem. Então para os episódios transmitidos semanalmente eram incluídos os bastidores das filmagens. Assim, de doze minutos que eram os capítulos da internet, passaram a dezenove minutos para a TV.



Figura 08. Cena do capítulo de Latitudes veiculado na TV a cabo TNT mostrando os ensaios das gravações. Fonte: Google Imagens

Finalmente, chegando ao cinema o longa metragem Latitudes com 85 minutos, mostra uma história de amor baseada em longos discursos e apoiada em cenários deslumbrantes. Partiria daí a observação de que um projeto transmidiático apóia-se apenas em seu formato? Ou é o seu conteúdo que o transcende?

Até aqui o Projeto Latitudes o foi observado segundo dois parâmetros: a situação de inovação nas idéias quando o autor vai ao encontro de um novo conceito de conteúdo e a necessidade do uso das mídias no sentido da convergência. Em que pese que o fator transmidiático do filme se configura uma estratégia singular e fundamental para a obra, deve-se destacar outras implicações sociais e culturais de um cotidiano contemporâneo.



## **Latitudes e líquidos**

Para tentar entender o que nos leva ao interesse por um produto e na tentativa de responder a questão levantada, nos dirigiremos para a hipótese de que o que iniciaria todo este processo seria a contemporaneidade. Por mais progressista que seja no quesito midiático, *Latitudes* traz o frescor do cotidiano e remete o observador a identificar-se com a trama por mais diferentes que sejam as suas realidades.

Olivia e José trazem para o centro da discussão a vida cotidiana contada aos olhos de Bauman. O pensador polonês diz em *Vida Líquida* que vivemos a era da liquidez, esse processo simbólico de liquefação dos valores mais elevados da condição humana manifesta-se em diversas perspectivas de nossa vida em sociedade, tendo como característica comum a incapacidade de nos relacionarmos com a pessoa do "outro" de maneira plena, compreendendo assim a sua subjetividade e singularidade. Expõe de maneira direta o fato de que com tantos avanços tecnológicos que seriam para nos proporcionar a tão sonhada qualidade de vida, favorecendo assim a dinamização do tempo para o seu uso em atividades mais aprazíveis, estamos fazendo mau uso dele. Simultaneamente ao fato de termos obtido um considerável desenvolvimento material, ao mesmo tempo nos diluímos enquanto pessoas (BAUMAN, 2007). Os personagens vivem este paradoxo durante todo o filme. Realizados profissionalmente, sem qualquer problema financeiro evidente, mas com a dificuldade de achar o "tempo" para a realização afetiva.

Na ótica de Bauman, a desculpa da falta de tempo seria influenciada pela insegurança e pelo esvaziamento da interatividade humana decorrente de um novo pensamento de que devemos aproveitar ao máximo o que o outro tem a oferecer e em seguida, descartá-lo sem nenhum peso na consciência. Isto também se aplica na prática do amor, onde se busca apenas o consumo em forma de relações sexuais, ou seja aumentar o número de experiências para a auto satisfação. Porém, quando existe a necessidade da interação entre as duas partes para que o amor genuíno aconteça, o egoísmo ainda assim prevalece com o propósito de oferecer o afeto ao outro mas com o intuito de satisfazer a sua própria felicidade. Este egoísmo também pode ser exemplificado como uma máscara que tenta esconder pobreza existencial, a fuga de si mesmo e a incapacidade de se realizar.

Esta fuga e total desprendimento dos personagens são reiterados com a mudança constante de cenários. Eles não fazem parte de um lugar, não tem raízes. E na busca da contemporaneidade, pertencer a um lugar é remeter ao passado, ou seja, característica

da sociedade arcaica, segundo Marc Augé. Ao discutir o sentido de contemporaneidade, buscando um sentido amplo de supermodernidade o autor se refere à três aspectos repensados pelas ciências sociais: ao indivíduo, aos fenômenos religiosos e ao espaço urbano. O espaço é sempre investido por grupos humanos, é sempre um espaço simbolizado seja por regras, marcas ideológicas ou esquemas organizadores. Assim ele também apresenta o *não-lugar* que caracteriza-se justamente pela ausência destes símbolos, sendo assim a negação do lugar.

O não-lugar é diretamente oposto ao lar, a residência, ao espaço personalizado. É representado pelos espaços públicos de rápida circulação, como aeroportos, rodoviárias, estações de metrô e pelos meios de transporte. Mas também pelas cadeias de hotéis e supermercados (AUGÉ, 2005, contra capa).

Ou seja, este *não-lugar* pode ser qualquer lugar onde coexistimos, ou coabitamos, assim como os personagens na frenética rotina de viagens a trabalho, pouco interagem com os ambientes onde estão, os quartos de hotéis, o carro utilizado para levar a Olívia do aeroporto ao hotel que irá se hospedar, ou a estação de trem onde ela espera José chegar são componentes de fuga, ambientes que reforçam a necessidade de ser só, de não manter laços estabelecidos. Este conceito trazido por Augé diz que os indivíduos detém apenas relações contratuais com os espaços, seja através de um bilhete de metrô ou de um cartão de crédito, ou um aparelho celular, algo que lhe autorize o seu deslocamento entre um lugar e outro.



Figura 09. Olívia e José, na cena os dois personagens falando ao telefone. Fonte: Google Imagens.



## Considerações Finais

Vimos neste artigo a diversidade de conceitos expostos no projeto, tendo como ponto de partida a criatividade e a ousadia fazendo parte da concepção e indo ao encontro com o novo. A transmidialidade e a convergência, características desta contemporaneidade em que o objeto está inserido, trazem o tom inovador não somente na maneira como ele foi distribuído, mas também na linguagem narrativa utilizada.

De fato, pudemos observar que a técnica midiática por si pode não sustentar o êxito do trabalho mas uma conjunção de fatores que levam a refletir também sobre o conteúdo. A partir da identificação do observador, passando assim pelas vertentes modernas de Bauman e Augé que trazem a reflexão das existências líquidas, não comprometidas com o "outro", voltada para o descompromisso generalizado e a desconstrução de conceitos pré-estabelecidos como os de família, emprego e relacionamentos. E também os não-lugares que reafirmam a volatilidade dos personagens pelo desapego aos espaços. Partindo deste ponto, no projeto Latitudes tudo está interligado, o enredo que culmina com produção e com a execução.

Contudo, a desconstrução do que conhecemos como padrão midiático para uma nova maneira de receber conteúdos a tempos já faz parte do dia a dia das pessoas, percebe-se a necessidade de tudo estar em todos os lugares o tempo todo, mas não fazendo parte de lugar algum, assim como a personalização cada vez mais forte como padrão. Por fim, vislumbrando através desta ótica moderna, seria este o caminho em que o cinema e as demais mídias seguirão na busca da contemporaneidade?

## REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papyrus, 1994.

BAUMAN, Zygmunt. **A sociedade individualizada** Rio de Janeiro. Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos** Rio de Janeiro. Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Zahar, 2007.



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

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. São Paulo: Forense Universitaria, 1993.

LOPARIC, Z. **Acerca da sintaxe e da semântica dos juízos estéticos**. In: Kant no Brasil, São Paulo: Escuta, 2005.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. **A TV Digital Interativa brasileira e o desenvolvimento do conceito de fluxo planejado**. Revista Conexão. V. 10, Caxias do Sul, 2011.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production**. International Journal of Communication, v. 3, 2009.