

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS

MATHEUS ALBERTO BUENO

**TRANSMÍDIA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO DO
LIVRO "DEUS NOS LIVRE" POR MARIO SERGIO CORTELLA**

CAMPINAS

2025

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
ESCOLA DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM LINGUAGENS, MÍDIA E ARTE
MATHEUS ALBERTO BUENO

**TRANSMÍDIA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO DO
LIVRO "DEUS NOS LIVRE" POR MARIO SERGIO CORTELLA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Linguagens, Mídia e Arte da Escola de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, como exigência para obtenção do título de Mestre em Linguagens, Mídia e Arte.

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Monezi Andrade
Coorientador: Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva

CAMPINAS
2025

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
ESCOLA DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM LINGUAGENS, MÍDIA E ARTE
MATHEUS ALBERTO BUENO

**TRANSMÍDIA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO DO
LIVRO "DEUS NOS LIVRE" POR MARIO SERGIO CORTELLA**

Dissertação defendida e aprovada em
de 2025 pela comissão examinadora:

Prof. Dr. André Luiz Monezi Andrade
Orientador
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva
Coorientador
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

RESUMO

Este estudo analisa a divulgação do livro *Deus nos Livre*, de Mario Sérgio Cortella, com base na narrativa transmídia, utilizando elementos através da revisão bibliográfica de Carlos Alberto Scolari: continuidade, profundidade e expansão. Foram examinadas postagens no Instagram, Facebook e LinkedIn, além de um talk show presencial, para identificar como a mensagem do livro foi disseminada por diferentes mídias. A continuidade verificou a coerência temática entre as plataformas, garantindo a manutenção da mensagem central. A profundidade analisou o nível de detalhe oferecido, observando conteúdos reflexivos e envolventes. Já a expansão identificou como novas informações e perspectivas foram adicionadas ao universo narrativo do livro em cada mídia. Os resultados demonstraram que Cortella utilizou os elementos da narrativa transmídia de forma eficaz. O Instagram se destacou pela interação visual e colaborações, enquanto o Facebook adaptou a mensagem a um público mais formal. O LinkedIn ofereceu uma abordagem técnica e o talk show proporcionou maior interação com o público. Assim, a divulgação integrou diferentes mídias, criando uma experiência rica e coesa.

Palavras-chaves: Transmídia. Comunicação digital. Mario Sergio Cortella.

ABSTRACT

This study analyzes the promotion of the book *Deus nos Livre* by Mario Sérgio Cortella, based on transmedia storytelling, using elements from the literature review of Carlos Alberto Scolari: continuity, depth, and expansion. Posts on Instagram, Facebook, and LinkedIn, as well as a live talk show, were examined to identify how the book's message was disseminated across different media. Continuity assessed the thematic coherence between platforms, ensuring the maintenance of the central message. Depth analyzed the level of detail provided, observing reflective and engaging content. Expansion identified how new information and perspectives were added to the book's narrative universe in each medium. The results showed that Cortella effectively applied transmedia storytelling elements. Instagram stood out for its visual interaction and collaborations, while Facebook adapted the message for a more formal audience. LinkedIn offered a technical approach, and the talk show provided greater interaction with the public. Thus, the promotion integrated different media, creating a rich and cohesive experience.

Keywords: Transmedia. Digital Communication. Mario Sergio Cortella.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Evolução da interação dos usuários com múltiplas plataformas e efeito Transmídia (2018-2024).....	26
QUADRO 2: Atuação da Transmídia.....	29
QUADRO 3: Temas de palestras de Mario Sérgio Cortella	40
QUADRO 4: Publicações nas mídias.....	53

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: I Love Lucy (1951-1957): Uma comédia familiar.....	21
Figura 2: The Ed Sullivan Show: Apresentações de grandes nomes da música.....	21
Figura 3: Guerra do Vietnã: Primeira cobertura televisiva.....	22
Figura 4: Queda do Muro de Berlim transmitida ao vivo.....	22
Figura 5: Martin Cooper, ex-engenheiro da Motorola.....	23
Figura 6: Quadrinho Cortella e Philó.....	42
Figura 7: Capa do Livro: Conectados, mas com cuidados!.....	43
Figura 8: Postagem de Cortella no Facebook.....	47

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. UNIVERSO CULTURAL DO FENÔMENO TRANSMÍDIA.....	20
1.1. A EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO	20
1.2. INÍCIO DA NARRATIVA TRANSMÍDIA.....	26
1.3. NARRATIVA TRANSMÍDIA: DEFINIÇÃO E IMPORTÂNCIA	27
2. DE MARIO SERGIO CORTELLA À FILOSOFIA POP	35
2.1. BIOGRAFIA E OBRAS	35
2.2. LIVRO “DEUS NOS LIVRE!”	47
2.3. FILOSOFIA POP	49
3. RESULTADOS.....	54
3.1. O DIÁLOGO ENTRE PLATAFORMAS NO LANÇAMENTO DO LIVRO “DEUS ME LIVRE” DE MÁRIO SÉRGIO CORTELLA	55
3.2. RELEVÂNCIA DO LIVRO “DEUS NOS LIVRE”	55
3.3 ESTUDO DE CASO	56
3.4. ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS.....	57
3.4.1. Critérios de Seleção das Postagens	58
4. DISCUSSÃO	68
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
6. REFERÊNCIAS.....	73

MEMORIAL DESCRITIVO

Em um primeiro momento, é importante destacar que os meus trabalhos acadêmicos estão ligados a minha jornada desde 2008 até o presente momento em que fui admitido no programa LIMIAR da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, no ano de 2023, sob orientação do professor doutor André Luiz Monezi Andrade e Coorientação do professor doutor Tarcisio Torres Silva. Nesse sentido, ele está relacionado com obstáculos e avanços que mudaram o meu caminho ao longo dos anos, pois trata-se de uma história de autodescobertas ligadas à evolução (um crescimento pessoal), e o amadurecimento quem me levou no desenvolvimento de novos caminhos e me fez tornar um pesquisador cada vez mais dedicado ao campo da comunicação e aspectos filosóficos.

Minha busca se inicia pela Faculdade Hoyler, no bacharelado em Comunicação Social. Neste momento, senti um ambiente desconhecido, onde pude desfrutar de sentimentos de possibilidades e muitas dúvidas do que estaria por vir. É interessante destacar que as disciplinas que vivenciei expandiram meus conhecimentos a partir de diversas teorias de comunicação, até novas estratégias de marketing para que eu pudesse ter uma base cada vez mais sólida no meu processo acadêmico e profissional. Somado a isso, vivenciei projetos práticos que complementam aqueles de cunho teórico, de modo que minha capacidade de aplicar de modo criativo estes processos foi continuamente testada (minha sensação diante disso). Assim, ao longo do tempo minha paixão foi se transformando em uma espécie de vocação, sendo que eu mergulhei profundamente em seus diversos aspectos, sendo que a possibilidade de escolha na vocação em marketing foi apenas uma decisão mais natural possível dentro do que eu já vinha vivenciando.

Desde a minha juventude, tenho me interessado pela publicidade, desde seus aspectos do envio de mensagens até a criação de publicidades e o impacto no público-alvo. Assim, cada oportunidade acadêmica eu considero importante para meu desenvolvimento. Neste sentido, durante a graduação pude desenvolver uma base mais robusta em termos de persuasão, branding e comportamentos do consumidor, e buscando aperfeiçoar minhas habilidades realizei uma especialização em marketing digital durante o período de 1 ano (entre 2025-2016).

Para mim, este foi um momento importante pois percebi que a era digital estava crescendo (evoluindo), para um mercado de comunicação e marketing. A pós-

graduação, portanto, me ajudou a explorar melhor o mundo do marketing virtual, como alguns tópicos importantes (SEO, marketing de conteúdo, análise de dados, publicidade digital, etc). Esta expansão de conhecimentos ajudou a navegar de modo confiante neste mundo virtual.

Desafios em relação ao empreender

Considerando minha especialização, conforme descrito acima, abri uma agência de publicidade chamada BNO Publicidades, sendo que empreender foi uma decisão ousada, mas me senti motivado a partir do meu desejo de aplicar o conhecimento acadêmico a questões de praticidade do dia-dia. Construir a empresa do “zero” foi um desafio gratificante, o que me mostrou muita coisa a respeito de gestão, empreendedorismo e a própria relevância em se inovar constantemente. Neste sentido, ao longo de anos, a marca cresceu e foi conquistando espaço, com a adesão de uma clientela cada vez maior, e toda esta experiência contribuiu para meus aperfeiçoamentos na área de marketing digital.

Considerando a virada de jogo

Mesmo com as reviravoltas que fazem parte de um caminho acadêmico, tanto a minha trajetória como empreendedor quanto a minha formação na área de comunicação acabaram me levando para o campo acadêmico. A chance de transmitir algum conhecimento e experiência para os alunos me estimulou na busca de uma nova carreira, de modo que a sala de aula é um espaço interessante para o debate de ideias, conceitos, troca de experiências, aprendizagem etc.

Assim, senti que ser professor não foi apenas algo ligado a uma mudança de profissão, mas também de propósito de vida. Neste sentido, novos modos de comunicação estimulam a desafiar formas de pensar para que estas pudessem ser mais inovadoras, e o ensino me ofereceu esta oportunidade. Assim, senti que o compartilhamento de ideias, o debate de técnicas de ensino inovadoras e a colaboração em programas educacionais poderiam aprimorar substancialmente a minha jornada. Assim, além das aulas serem inovadoras e terem palestras teóricas, estas tornaram-se oportunidades para despertar o interesse dos alunos e estimular a minha trajetória na vida acadêmica.

Assim, o início da minha trajetória acadêmica foi marcado por uma vontade, ou seja, uma motivação de aprofundar os meus estudos ao mergulhar em questões

socioculturais e estimular críticas a respeito da identidade e representação, acabei descobrindo um novo caminho. Meu compromisso com o mestrado foi um passo natural na minha evolução acadêmica, pois paralelamente ao meu papel já como docente na universidade da PUC Campinas, iniciei um projeto orientado pelo professor doutor André Luiz Monezi Andrade, sendo meu foco em analisar a narrativa transmídia no lançamento do livro “Deus nos livre” do filósofo renomado Mario Sergio Cortella entre as plataformas, YouTube, Instagram, LinkedIn e TikTok.

Este tópico se relaciona a diversas áreas que venho explorando em minha jornada, incluindo filosofia (reflexões sobre a sociedade e os seres humanos), comunicação, marketing e educação. A transmissão acaba por se destacar como uma área relevante para se pesquisar como ideias filosóficas são transmitidas e recebidas entre as pessoas. O estudo sobre a narrativa transmídia é interessante porque acaba desafiando a visão tradicional de que a filosofia está limitada a contextos acadêmicos ou a grupos específicos.

Ao expandir os limites tradicionais da mídia, vejo que a transmídia fornece uma ampla plataforma para pesquisas de comunicação. Estou motivado para aprofundar minha compreensão da comunicação moderna na era digital por meio de minha dissertação de mestrado. Acredito que uma abordagem multidisciplinar é crucial e me dedico constantemente ao meu crescimento acadêmico, impulsionado por paixão e determinação.

Agradeço a todos que me acompanharam nessa jornada, desde o início na Faculdade Hoyler até os desafios impostos na abertura da minha empresa cujo nome é BNO Publicidades. Cada experiência foi crucial para me formar como pessoa e pesquisador. Agora, meu objetivo é compreender melhor o papel do mundo digital na comunicação moderna, estudando a transmídia e sua natureza plural. Superar os obstáculos e descobrir novos caminhos, confiante de que esta jornada me enriquecerá e contribuirá para o conhecimento em uma sociedade em evolução.

INTRODUÇÃO

O uso das mídias digitais transformou a maneira como nos comunicamos e consumimos informações tornando-se parte do nosso cotidiano e essa transformação no sistema comunicacional advinda das plataformas digitais modificou a forma de interação e entretenimento com uma diversidade enorme de canais, mídias e plataformas. Essas mudanças trazem consigo uma nova maneira sociocultural e até socioeconômica, resultando em mudanças comportamentais que se adaptam constantemente.

O conceito de transmídia, desenvolvido por diversos estudiosos ao longo das últimas décadas, tem se tornado importante na compreensão das dinâmicas de comunicação e produção de conteúdo. Entre os principais autores deste campo, está Carlos Alberto Scolari, cuja obra oferece uma análise detalhada e profunda sobre como as narrativas transmídia moldam a cultura contemporânea. Vamos nos amparar na visão de Scolari sobre a transmídia abordando suas definições, características e implicações para a comunicação e o consumo de conteúdo.

A narrativa transmídia traz ao usuário maior imersão aos conteúdos divulgados, pois através da diversidade em plataformas, tornou-se mais fácil compartilhar ideias e opiniões de modo instantâneo e adaptado a cada veículo de comunicação, os tornando mais atrativos e imersivos, McLuhan (1964) afirma que “[...] o meio é a mensagem. Isso porque ele molda e controla a escala e forma das ações e pensamentos que resultam dele”.

Segundo Scolari (2013) a transmídia é “[...] um processo em que elementos de uma ficção são dispersos sistematicamente através de múltiplos canais de mídia com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada”, o autor afirma ainda que a narrativa transmídia não é apenas uma adaptação de um conteúdo de um meio para outro, mas uma forma criativa de expansão, onde cada plataforma contribui com novos significados atribuindo detalhes que aumentam a compreensão do público sobre a narrativa central, assim destacando a importância da diversidade de mídias na criação de uma experiência coesa e imersiva.

Para termos melhor compreensão da narrativa transmídia, é importante abordarmos o processo de “convergência da mídia”. Scolari (2013) afirma que “[...] convergência não é apenas uma questão tecnológica ela transforma a lógica da produção, distribuição e recepção dos conteúdos culturais e midiáticos”, entende-se que a convergência não apenas altera a forma como consumimos conteúdo midiático,

mas também influencia a produção, distribuição e recepção da informação e da cultura. Henry Jenkins (2006) explica que a cultura da convergência é o processo pelo qual mídias antigas e novas se chocam, onde produtores e consumidores de mídia interagem de maneiras imprevisíveis. Jenkins explora em seu livro "Cultura da Convergência" como a convergência afeta tanto a cultura popular como as práticas de produção e consumo de mídia, e traz a importância da colaboração entre diferentes setores da indústria de mídia e a participação dos consumidores na reconfiguração do cenário midiático. Um dos pontos principais da convergência é a multiplicidade de plataformas e dispositivos, isso vai desde smartphones passando para tablets até consoles de videogame e dispositivos de streaming. Os consumidores têm à sua disposição um arsenal de opções para acessar e interagir com o conteúdo e toda essa diversidade pode criar novas formas de interação, como a transmissão ao vivo, o compartilhamento de conteúdo em redes sociais e a criação de conteúdo gerado pelo usuário.

Marsha Kinder (1991), autor pioneiro na discussão do conceito transmídia, defende que esta narrativa permite a criação de conexões imersivas entre a história e o público: "A narrativa transmídia no processo de ensino e aprendizagem de adolescentes pode ser uma solução para integrar professores e alunos de forma a desenvolver e compartilhar o conteúdo com maior efetividade". Todo esse contexto destaca o potencial educativo entre as narrativas transmidiáticas sugerindo que as mesmas sejam de alguma forma uma ferramenta para divulgar mensagens e até ampliar vozes ao mesmo tempo em que promovem uma colaboração mais estreita entre pessoas que querem ensinar, tanto quanto, pessoas que querem aprender, Kinder vê a transmídia como uma maneira de transcender as barreiras tradicionais da educação, oferecendo novas oportunidades para explorar e interagir com o conteúdo de maneira significativa (Kinder, 1991).

Entendemos que a transmídia se utiliza de várias plataformas de mídia para contar histórias elas se entrelaçam e criam um universo narrativo rico e complexo ressoando fortemente com a cultura pop, que também é alimentada por conteúdos que capturam a imaginação do público e se espalham rapidamente através de diferentes meios. Intelectuais como Luiz Felipe Pondé, Mario Sergio Cortella e Leandro Karnal têm uma presença significativa na mídia contribuindo para o diálogo cultural e filosófico. Dentro do contexto da cultura pop eles utilizam a exposição midiática para

discutir temas que vão desde a felicidade até questões éticas e morais e alcançam um vasto público através de programas de televisão, seus livros e suas palestras.

Este estudo visa expandir as discussões iniciadas por Scolari, examinando em um estudo de caso que exemplifica as qualidades de um ambiente transmidiático e apresenta dados em termos midiáticos. Argumenta Scolari (2013) “[...] antes de desenhar boas narrativas transmídia devemos conhecê-las a fundo, ver como funcionam e compreender a potencialidade que os diferentes meios e plataformas de comunicação nos oferecem”. Como metodologia usaremos estudo de caso, com objetivo de analisar como Mario Sergio Cortella utilizou diferentes plataformas de maneira transmidiática para promover o livro "Deus nos Livre" (2024) com intuito de explorar a utilização adotada em cada meio o conteúdo produzido e como foi-se desenvolvendo cada abordagem narratológica.

Filosofia, Educação e a Cultura Pop na Era Transmídia

Toda essa exposição midiática é um exemplo de como a transmídia pode ser aplicada na prática, autores como: Pondé, Cortella e Karnal, não apenas compartilham suas ideias através de um único canal, mas suas perspectivas são ampliadas por meio das diversas plataformas que utilizam, como redes sociais, vídeos online e participações em eventos ao vivo. Toda essa atuação midiática permite que suas mensagens alcancem e engajem um público mais amplo, característica fundamental da cultura pop.

Como será abordada a cultura pop, é importante portanto trazer sua conceituação: um conjunto de ideias, perspectivas, atitudes e imagens que emergem das massas influenciadas pela mídia e pelo entretenimento, ela abrange diversos elementos tais como: música, cinema, televisão, moda, tecnologia e até mesmo literatura, alcançando um amplo público e promovendo uma conexão entre diferentes gerações e culturas

Segundo Kellner, a cultura pop e a mídia estão intrinsecamente ligadas, formando um espaço onde ideologias são tanto reproduzidas quanto contestadas o autor propõe que “as mídias e criações audiovisuais podem ser utilizadas como oposição a essas transmissões vindas de cima” (*apud* Rodrigues, 2016).

Mário Sérgio Cortella

Mário Sérgio Cortella nasceu em Londrina, Paraná, em 5 de março de 1954 e sua atuação se concentra no cenário intelectual brasileiro. O filósofo é conhecido por

sua vasta produção acadêmica e por sua capacidade de traduzir conceitos filosóficos complexos em uma linguagem com maior adesão popular, além de ser uma figura atuante na mídia.

Formação acadêmica

A formação acadêmica de Mário Sérgio Cortella começa com a Filosofia na Faculdade de Filosofia Nossa Senhora Medianeira, depois continuou seus estudos, fazendo o mestrado e defendeu em 1991 seu doutorado em Educação na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) sua tese de doutorado levou o título de "A Escola e o Conhecimento: fundamentos epistemológicos e políticos" que aborda a interseção entre epistemologia e política na educação. Como professor, Cortella atuou durante muitos anos como titular do Departamento de Teologia e Ciências da Religião da PUC-SP, onde também atuou como pró-reitor (PUC-SP, 2023). De 1991 a 1993, foi Secretário Municipal de Educação da cidade de São Paulo, durante a administração de Luiza Erundina.

Sua atuação se concentra no cenário intelectual do país, ele é conhecido por sua capacidade de comunicar conceitos filosóficos de maneira acessível e relevante para o público em geral. Como parte de sua abordagem integradora entre teoria e prática, Cortella utiliza diferentes plataformas para disseminar suas reflexões, ele apresentou o programa "Diálogos Impertinentes" na TV PUC durante 11 anos, trazendo para a filosofia os mais diversos temas da sociedade. Além disso, sua presença nas redes sociais e sua participação em eventos ao vivo permitem que suas mensagens alcancem um público mais amplo.

A instantaneidade e conectividade das mídias sociais têm sido objeto de análise por parte de Cortella. Ele aponta que, embora todos tenham "alguma opinião sobre algo", poucos fundamentam essas opiniões de maneira refletida e ponderada. Entende-se que sua atuação midiática permite que suas mensagens cheguem para um público mais amplo, característica fundamental da cultura pop contemporânea.

O livro

O livro "Deus me Livre", nosso objeto de estudo, é descrito pela Livraria Vozes, como um material que [...] "estuda cada indivíduo, em sua jornada, busca compreender a gratuidade de sua própria existência, mesclando virtudes e vícios, desejos e necessidades, em busca da paz de espírito". E ainda nos convida a refletir

sobre nossa essência, sobre o porquê de nossa existência, sobre o significado que atribuímos à vida e ao mundo ao nosso redor. Uma leitura profunda que nos faz questionar não apenas o que somos, mas por que somos.

A Editora Vozes, responsável pela publicação do livro "Deus me Livre", é uma das mais antigas e tradicionais editoras do Brasil. Vozes foi fundada em 1901 na cidade de Petrópolis no Rio de Janeiro e surgiu como um projeto dos frades franciscanos, com o objetivo de divulgar e promover a literatura religiosa e teológica no país.

Ao longo dos anos a editora ampliou seu catálogo e incluiu uma variedade de temas como filosofia, psicologia, ciências humanas, educação, literatura e desenvolvimento pessoal. Atualmente Vozes é conhecida por seu compromisso com a qualidade editorial e por contribuir significativamente para a formação cultural e intelectual de várias gerações de leitores brasileiros (Novaes, 2006), publica obras de renomados autores nacionais e internacionais e tem uma forte presença no mercado editorial de livros acadêmicos e científicos (Jornal do Comércio, 2022).

Elementos das narrativas transmídia

Scolari (2013) realiza uma análise dos “princípios fundamentais” das narrativas transmídia, originalmente propostos por Jenkins em suas obras. O autor destaca que tais princípios possuem uma base acadêmica sólida. De acordo com Scolari (2013), os elementos das narrativas transmídia podem ser classificados nas categorias: Expansão, Profundidade, Continuidade, Multiplicidade, Imersão, Extratibilidade, Construção de Mundos, Serialidade, Subjetividade, Realização.

A expansão ocorre quando novos textos adicionam informações inéditas, aprofundando o universo narrativo e incentivando os seguidores a explorar mais detalhadamente sua complexidade. A profundidade, por sua vez, é alcançada ao criar camadas detalhadas que recompensam o engajamento, enriquecendo a experiência do consumidor. A continuidade garante a coerência e consistência da narrativa entre diferentes mídias, preservando sua integridade. A multiplicidade permite a existência de versões ou interpretações alternativas, incluindo universos paralelos e novas perspectivas. Já a imersão é responsável por absorver os consumidores, permitindo-lhes mergulhar profundamente no universo fictício. A extratibilidade possibilita que os consumidores extraiam fragmentos da narrativa e os incorporem em seu cotidiano, seja por meio de produtos, frases ou outros elementos tangíveis. A construção de mundos organiza de forma coesa a arqueologia, as normas e a temporalidade do

universo narrativo, garantindo a consistência das expansões. A serialidade fragmenta a narrativa em partes disseminadas por diversas plataformas, enquanto a subjetividade explora diferentes pontos de vista, aprofundando a compreensão por meio de perspectivas variadas. Por fim, a realização destaca o papel ativo do público na produção e expansão da narrativa, transformando-os em cocriadores que enriquecem e dão novas direções ao universo em questão. Essas categorias, juntas, delineiam a complexidade e o potencial das narrativas transmidiáticas como fenômeno contemporâneo de envolvimento e criatividade.

Objetivo

O objetivo deste estudo foi analisar como Mário Sérgio Cortella aplicou os elementos da narrativa transmidiática, conforme proposto por Scolari (2013), na divulgação do livro "Deus nos Livre" através de plataformas digitais como Instagram, Facebook, LinkedIn e Talk Show. Buscou-se identificar como a narrativa foi expandida e adaptada para diferentes canais, e de que forma esses canais contribuíram para a divulgação do livro ao público e a disseminação das ideias de Cortella.

Para explorar os efeitos transmídia no lançamento do livro "Deus nos Livre" de Mario Sergio Cortella, foram escolhidos 3 dos 10 elementos apresentados, sendo eles: continuidade, profundidade e expansão. Esses três elementos foram considerados os mais adequados para investigar a maneira como Cortella articula os recursos das plataformas digitais para promover uma experiência narrativa ampliada e coerente com sua proposta filosófica e comunicacional.

Os três elementos citados, foram considerados os mais adequados por serem os mais evidentes e verificáveis na divulgação da obra. Esses elementos demonstraram-se metodologicamente mais adequados à análise de conteúdos em redes sociais e eventos midiáticos, permitindo observar com clareza a coerência da mensagem entre plataformas (continuidade), o aprofundamento reflexivo dos conteúdos apresentados (profundidade) e a adição de novas informações e interpretações em cada mídia (expansão). A escolha por este recorte analítico visa garantir a consistência da investigação e o foco nos aspectos mais recorrentes do fenômeno observado, sem dispersar a análise em categorias que, embora relevantes, não apresentaram manifestação significativa no objeto de estudo.

Foram analisadas as publicações das plataformas oficiais de Mario Sergio Cortella que de alguma forma estão relacionadas ao lançamento do livro "Deus nos

livre”. Esta análise ocorre desde o mês de lançamento dia 01/05/2024 até 06/10/2024, nas plataformas: 1. Instagram; 2. Facebook; 3. LinkedIn; 4. Talk Show.

Hipótese

Parte-se da hipótese de que a estratégia de divulgação do livro Deus nos Livre (2024), de Mario Sergio Cortella, nas plataformas digitais e em eventos presenciais, apresenta características de uma narrativa transmídia, conforme definidas por Scolari (2013), especialmente nos elementos de continuidade, profundidade e expansão. Supõe-se que tais elementos contribuam para a construção de uma experiência comunicacional integrada e envolvente, ampliando o envolvimento do público com os conteúdos filosóficos propostos pelo autor. Segundo Scolari (2013), a narrativa transmídia é “um relato expandido, fragmentado, no qual cada fragmento contribui com algo novo para o entendimento e a experiência total da história”, sendo esses elementos essenciais para promover a imersão do público em diferentes mídias.

CAPÍTULO 1

UNIVERSO CULTURAL FENÔMENO TRANSMÍDIA



1. UNIVERSO CULTURAL DO FENÔMENO TRANSMÍDIA

1.1. A EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO

A história da comunicação caminha junto às necessidades sociais em diferentes formas e modelos, e a cada nova mídia, surgem novos desafios na forma como usamos e interagimos com a informação. Os autores DeFleur e Ball-Rokeach (1993, p. 11) classificam estes processos comunicacionais em 6 subdivisões, entre Eras e Idades: Era dos Símbolos e Sinais (até 30.000 a.C. - aproximadamente), Idade ou Era da Fala e da Linguagem (cerca de 100.000 a.C. - 10.000 a.C.), Era da Escrita (cerca de 3.200 a.C.), Idade ou Era da Imprensa (cerca de 1450 d.C.), Idade ou Era da Comunicação de Massa (final do século XIX - início do século XX) e Era dos computadores (segunda metade do século XX).

Da Era dos Símbolos à invenção da imprensa por Gutenberg, no ano de 1455 na cidade alemã de Mainz, momento onde aconteceu a primeira reprodução de um livro feito por uma prensa que tinha tipos móveis feitos de metal, houve um avanço nos modos de comunicação e uma nova era para toda a humanidade (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993). Reinaldo Gontijo é um autor e pesquisador brasileiro, conhecido por seu trabalho sobre a história da comunicação, em seu livro *História da Comunicação: da caverna ao chip* (2004), ele aborda como a comunicação evoluiu ao longo dos séculos e os impactos dessa evolução na sociedade. A informação pôde então ser difundida em grande escala, contribuindo para o desenvolvimento cultural e social. "Quando foi possível mecanizar esse processo através da prensa e reproduzir em série, o livro tornou-se portátil e o saber extrapolou os limites dos mosteiros, feudos e nações. Ultrapassando barreiras tradicionais de valores e diplomacia." (Gontijo, 2004).

Agora com a prensa, os jornais, panfletos e também livros se tornaram os principais meios da informação, moldando a opinião pública e também influenciando os debates sociais, todas essas grandes modificações no processo de comunicação deu origem ao jornalismo impresso, onde surge a Era da Comunicação em Massa, segundo DeFleur e Ball-Rokeach com a obra *Teorias da Comunicação de Massa* (DeFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993) esse processo se dá no século XIX com a proliferação de periódicos que informavam e educavam a população, aqui figuras como Joseph Pulitzer (1847-1911) foi um jornalista e editor húngaro-americano, conhecido

por sua influência no jornalismo moderno e por ter fundado o Prêmio Pulitzer, uma das premiações mais prestigiadas do jornalismo, literatura e música nos Estados Unidos. (Carey, 1989) e William Randolph Hearst, onde o historiador David Nasaw (2001) na obra: *The Chief: The Life of William Randolph Hearst*, analisa como Hearst transformou os jornais, introduzindo manchetes sensacionalistas, ilustrações chamativas e narrativas envolventes para atrair leitores e puderam inovar no formato e no conteúdo dos jornais, buscando conquistar a atenção do público com manchetes sensacionalistas e histórias envolventes em *After Seven Years* (1939), Raymond Moley examina os primeiros anos do New Deal, assim como a liderança de Franklin D. Roosevelt, e enfatiza o papel crucial da imprensa na formação da opinião pública nos Estados Unidos, a imprensa se transformou em um império da comunicação, moldada pela cultura popular, afetando eventos históricos, enquanto continua a desempenhar um papel fundamental na sociedade, as obras como *Dom Quixote*, de Cervantes (1605), ou *Orgulho e Preconceito*, de Austen (1813), deslumbraram leitores ao longo dos séculos e mantiveram a literatura importante no cenário global, esse dialogo entre autores destacar a interação entre o impacto da imprensa e da literatura na formação da sociedade.

No começo do século XX foi a época marcada pelo som e imagem, nesse tempo teve uma mudança com a chegada da rádio, cinema e televisão, o que trouxe um impacto profundo na sociedade moldando valores e crenças, esses novos meios de comunicação deram experiências ricas que logo ficaram famosas com a vinda dos programas, noticiários e detalhes ao vivo, os quais tornaram parte da vida do dia a dia moldando a cultura popular e alterando os hábitos de consumo.

O rádio tornou-se um símbolo da nova era ao longo das dimensões de convergir as vozes e a música de pessoas em todo o mundo em milhões de ouvidos e possíveis experiências de vida. Tais experiências foram proporcionadas quase que inteiramente por suas 'transmissões ao vivo' de eventos históricos, os maiores como o da Segunda Guerra Mundial ou o pouso do homem na lua, toda essa popularidade do rádio em reunir a massa de pessoas e a cobertura dos grandes eventos consolidaram como um meio popular de comunicação, essa característica do rádio foi, e ainda é, muito importante, onde serviu com propósito significativo na formação de identidade e disseminação de informações no século 20 (Ferraretto, 2020).

Luiz Artur Ferraretto (2020), em seu artigo "Rádio no Brasil: histórias a serem

contadas" aponta que a transmissão radiofônica no Brasil não foi apenas para lazer, mas também funcionou como meio de escolarização e conhecimento, especialmente nesse país desigual geográfica e socialmente. Por exemplo, a Rádio Nacional foi um evento na história do rádio brasileiro, que cobria programas - de novelas a notícias, tornando-se uma das principais emissoras do país durante a chamada era de ouro do rádio.

Já o cinema se firma como forma de arte, tendo sua fase dourada ocorrendo entre 1920 até 1960, toda mágica das telas grandes cresceu junto com a cultura popular e novas chances midiáticas, influenciando uma sociedade, mas deixando legado eterno na história arte. Mesmo se o cinema começou com o ceticismo dos próprios progenitores que nele viam algo sem futuro, como referiram os irmãos Lumière, não deixa de ser certo que, enquanto arte, media ou entretenimento, o seu papel ao longo de mais de um século é de enorme relevância cultural e mesmo civilizacional, Carlos Nogueira, professor associado na Universidade da Beira Interior (UBI) e diretor do doutoramento em Media Arts da mesma instituição, em uma de suas entrevistas, ele discute, por exemplo, o impacto do cinema independente americano e como movimentos como o "Outsiders – Cinema Independente Americano" contribuíram para moldar uma nova abordagem artística e crítica dentro do cinema. Nogueira ressalta que, embora o cinema tenha evoluído de uma simples curiosidade tecnológica para uma forma de arte de grande expressão cultural, sua capacidade de influenciar e refletir as mudanças sociais e políticas permanece uma de suas características mais marcantes (Nogueira, 2022).

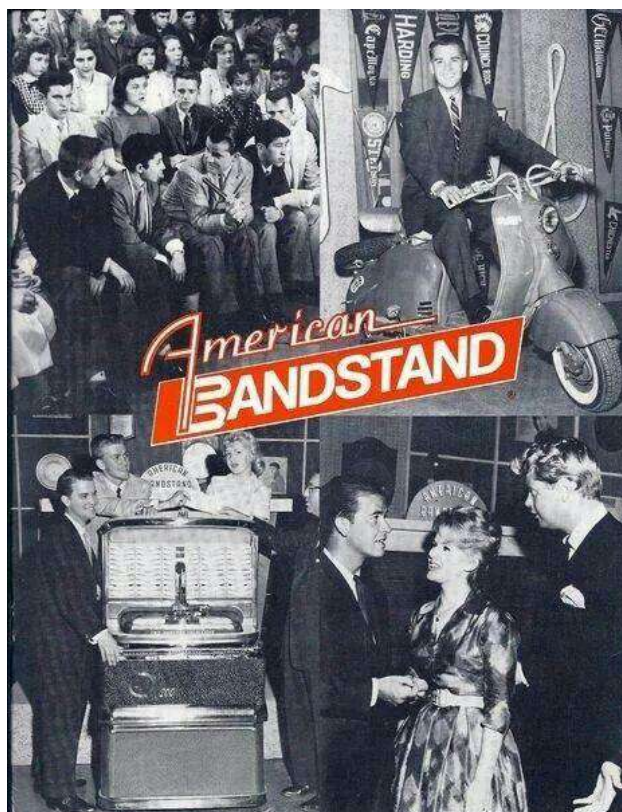
A história da TV começa em 1873 com a descoberta do selênio por Willoughby Smith, que possui propriedades fotocondutoras. Em 1923, o russo Vladimir Zworykin patenteou o iconoscópio, um dispositivo crucial para a transmissão de imagens. Em 1931, a EMI tentou padronizar o número de linhas e quadros transmitidos por segundo no sistema de televisão. A primeira transmissão significativa foi a coroação do Rei Jorge VI na Inglaterra em 1936, assistida por mais de 50 milhões de telespectadores. No entanto, as transmissões foram interrompidas durante a II Guerra Mundial, retomando em 1944, quando houve um crescimento no número de aparelhos de TV vendidos. A televisão se consolidou no século XX como um grande veículo de massa, trazendo entretenimento, informação e formação cultural. A TV teve um impacto tão significativo que outros meios de comunicação, como cinema, rádio, jornais e revistas, precisaram se reestruturar em resposta ao seu crescimento (Santos; Luz, 2013).

FIGURA 1: "I Love Lucy" (1951-1957): Uma comédia familiar que acompanhava as aventuras de Lucy Ricardo e seu marido Desi Arnaz, um casal que vivia situações hilárias em Nova York.



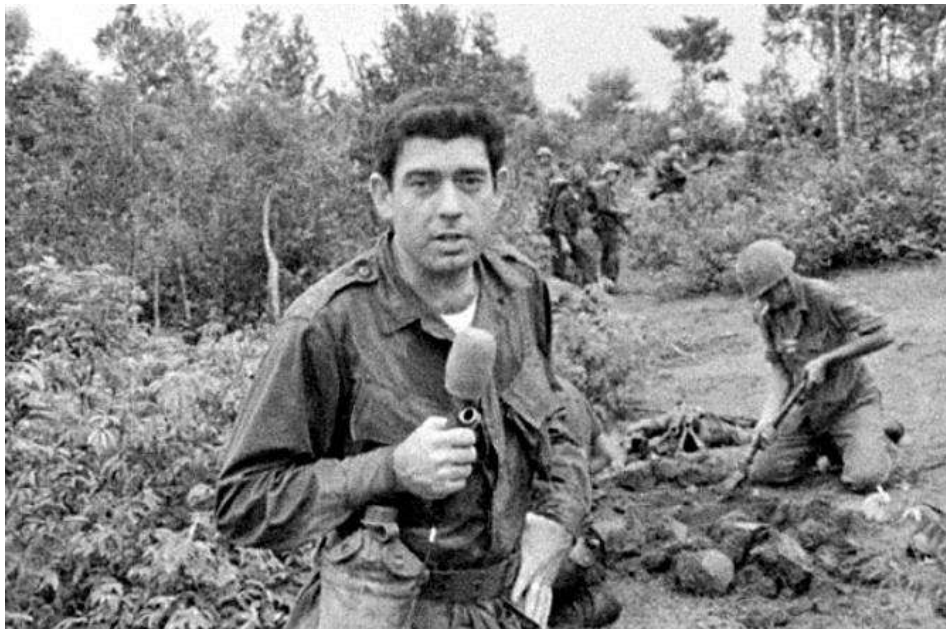
Fonte: https://www.rottentomatoes.com/tv/i_love_lucy

FIGURA 2: "The Ed Sullivan Show" (1952-1971): Um programa de variedades que apresentava grandes nomes da música, da dança e da comédia, como Elvis Presley, The Beatles e Muhammad Ali



Fonte: <https://ru.pinterest.com/pin/145381894197806571/>

FIGURA 3: Guerra do Vietnã (1955-1975): A Guerra do Vietnã foi o primeiro grande conflito a ser amplamente coberto pela televisão, o que gerou um grande debate sobre o papel da mídia na guerra.



Fonte: <https://usastruck.com/2014/11/24/television-coverage-of-the-vietnam-war/>

FIGURA 4: Queda do Muro de Berlim (1989): A queda do Muro de Berlim foi um momento histórico transmitido ao vivo pela televisão para milhões de pessoas ao redor do mundo, simbolizando o fim da Guerra Fria.

In this Nov. 11, 1989, photo, East German border guards are seen through a gap in the Berlin wall after demonstrators pulled down a segment of it at Brandenburg gate. (LIONEL CIRONNEAU/Associated Press)



Fonte: <https://nsarchive2.gwu.edu/NSAEBB/NSAEBB490/>

A era da televisão trouxe diversos marcos históricos como pudemos observar, mas também apresentou desafios, como algumas concentrações de poder nas mãos de grandes empresas de mídia, o que gerou preocupações sobre a liberdade de expressão e a manipulação da informação.

As críticas também estavam no campo da homogeneização cultural, com a passividade do público e a perda de habilidades de pensamento crítico. Herbert Marshall McLuhan um filósofo canadense, educador e estudioso da comunicação, considerado um dos pensadores mais influentes do século XX mais conhecido por suas teorias sobre o impacto da tecnologia na sociedade, especialmente a influência da televisão e da mídia eletrônica, chama de "*sonâmbulos*" os que dizem que é o uso que se faz das tecnologias que determina seu valor. Para ele, o poder transformador da mídia é a própria mídia. "A mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, ritmo ou padrão que se introduz na vida humana" (McLuhan, 1964).

DeFleur e Ball-Rokeach (1993) chegam finalmente à Era dos Computadores, onde todo um novo molde cultural chega à sociedade que passa a ter acesso à informação por meio da internet:

Deve-se ter em mente que esta teoria das transições é uma de acumulação, antes de que um relato de períodos dispostos em série, porém, distintos. Isto é, nossos ancestrais primitivos aprenderam a usar símbolos e sinais muito cedo, e ainda usamos muito amplamente. A fala e a linguagem foram-lhe acrescidas. A seguir, a escrita adicionou-se, seguindo-se pelas comunicações impressas e de massa. O uso do computador agora está disseminando. Assim, a história da comunicação humana tem sido de combinação de sistemas de comunicação antes do que simples passagem de um para o outro (DeFleur; Ball-Rokeach, 1993).

Os avanços tecnológicos, a midiatização e o molde da cultura social e econômica discutidos no livro "Jornalismo e Tecnologias Móveis", auxiliam a compressão do grande impacto na década de 70 (Barbosa; Mielniczuk, 2013):

FIGURA 5: Martin Cooper, ex-engenheiro da Motorola, realizou a primeira chamada móvel do mundo usando o protótipo do Motorola DynaTAC 8000x



Fonte: <https://www.silversurfers.com/nostalgia/1973-a-year-of-technological-firsts/>

1.2. INÍCIO DA NARRATIVA TRANSMÍDIA

A narrativa transmídia é uma ideia nova no universo das histórias atuais e narratológicas, onde uma trama é compartilhada em múltiplas plataformas e formatos de mídia. Essa abordagem envolve uma integração mais ampla, em que cada plataforma tem um papel único e essencial na construção desse mundo narrativo, o autor Henry Jenkins, considerado um dos maiores estudiosos dessa área, define narrativa transmídia como um processo no qual elementos integrados de uma ficção são disseminados sistematicamente através de múltiplos canais de distribuição, com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada (Jenkins, 2006).

A narrativa transmídia é essencial no campo das novas formas de contar histórias, onde são exploradas as novidades em termos de mídia e plataformas para dar vida a uma história. Ao contrário da simples adaptação, onde a mesma história é reproduzida em diferentes formatos, ela se destaca por possibilitar a contação de diversas histórias através de várias plataformas ou formas. Para o desenvolvimento e a expansão do universo da história, é imprescindível que haja uma integração cuidadosa entre todas as plataformas utilizadas na narrativa transmídia, sendo cada uma delas fundamental e contribuindo de forma única. No livro “Cultura da Convergência”, Jenkins define a narrativa transmídia como “um processo no qual os elementos de um projeto de ficção são sistematicamente dispersos por diversas plataformas de distribuição com o objetivo de criar uma experiência de entretenimento coerente e que parece real”. Ou seja, cada meio deve trazer o seu próprio valor único para a narrativa.

Carlos Scolari (2013) destaca que “a narrativa transmídia se caracteriza por ser um relato expandido, fragmentado, no qual cada fragmento de narrativa contribui com algo novo para o entendimento e a experiência total da história”. Portanto, mostra que a narrativa, neste caso, não é apenas uma história, mas uma forma de melhorar a experiência dos destinatários e dar-lhes a oportunidade de participar na forma da acessibilidade. O estudo da narrativa transmídia transcende as práticas de marketing. No entanto, refere-se explicitamente às ambições da pesquisa e prática profissionais. É um campo para os pesquisadores, permitindo novas teorias e metodologias ainda

sem soluções. Para profissionais da mídia – serve como métodos sobre como alcançar o público-alvo e formar estratégia de conteúdo que se adapte ao uso eficaz de funções digitais.

Para Martins (2013 *apud* Scolari, 2013, p. 50):

A narrativa transmídia é um fenômeno que cruza de um lado a outro a indústria cultural: ela interessa ou deveria interessar aos jornalistas, publicitários e cineastas. O autor defende que, quando se refere às narrativas transmídia, não fala de uma adaptação de uma linguagem para outra (por exemplo, do livro em um filme), mas sim de uma estratégia que vai muito além e que desenvolve um mundo narrativo que se estende por diferentes meios e linguagens. Assim, a história se expande a partir de novos personagens ou situações que cruzam as fronteiras do universo de ficção. Essa dispersão da narrativa textual possui uma rede de personagens e situações que compõem um mundo bastante complexo

A expansão da narrativa transmídia, portanto, emerge como uma contramedida para a necessidade de veicular histórias mais profundas e mais interessantes para uma audiência moderna que consome conteúdo da maneira que quiser. De fato, a narrativa transmídia permite que diferentes versões de uma história sejam contadas em grande profundidade e diversificação para os telespectadores. Um filme pode, por exemplo, transmitir toda a trama central, mas um livro também pode detalhar a vida anterior dos personagens principais, enquanto um videogame pode permitir que o espectador ou jogador interaja diretamente com o mundo em que se passa a história e redes sociais também podem criar subtramas e conteúdos anteriores exclusivos e ao vivo.

1.3. NARRATIVA TRANSMÍDIA: DEFINIÇÃO E IMPORTÂNCIA

Estamos vivenciando cada dia mais um avanço tecnológico, e uma crescente digitalização da sociedade, essas modificações contemporâneas estão contribuindo de certa forma para mudanças significativas nos modelos de consumo, desde a forma como consumimos mídias e serviços até mesmo como compramos. Sobre as mudanças nos modelos de consumo e inovação tecnológica com o desenvolvimento de novas tecnologias, como a internet, smartphones, inteligência artificial (IA) e a Internet das Coisas (IoT), Philip Kotler em seu livro "Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital" de 2017 trata, essencialmente, das abordagens em marketing que essas novas tecnologias, como internet, smartphones, inteligência artificial (IA) e Internet das Coisas (IoT), exigem. O livro trata das maneiras de lidar com a necessidade de

personalização e segmentação no mercado e de como essas tecnologias possibilitam uma comunicação mais eficaz com a venda, assim como a adaptação aos desejos e necessidades individuais, Kotler (2017) escreve, em suma, sobre a conversão do marketing de tradicional para digital em como fazer consumidores conectados participarem e como criar uma integração entre canais online e offline. Além disso trabalha a jornada do cliente em plena era digital, coletar dados e tecnologias para desenvolver experiências cada vez mais personalizadas, consistentes e relevantes.

As IA's e todo esse aprendizado de máquina permitem que as empresas analisem grandes volumes de dados de consumidores e façam suas recomendações de modo personalizado permitindo então uma experiência de compra ou consumo com base em toda captação do banco de dados, já as tecnologias de IoT conectam dispositivos e eletrodomésticos, permitindo um consumo mais automatizado e integrado. Tarcísio Vansin e Luiz Antônio Moro Palazzo, em "Visões da Cibersociedade: O Controle pela Conexão", destacam que "[...] a evolução tecnológica tem proporcionado um controle sem precedentes sobre o comportamento dos consumidores, onde a conexão constante e a análise de dados em tempo real redefinem as estratégias de mercado [...]" (Vansin; Palazzo, 2018), além disso, os autores observam que "[...] a integração de dispositivos conectados cria uma nova dinâmica de consumo, onde a automação e a personalização são fundamentais para atender às demandas dos consumidores modernos [...]" (Vansin; Palazzo, 2018).

QUADRO 1: Evolução da interação dos usuários com múltiplas plataformas e efeito Transmídia no Brasil (2018-2024)

Ano	Percentual de Usuários de Redes Sociais	Número Médio de Plataformas Usadas por Mês	Tempo Médio Diário Gasto em Redes Sociais	Crescimento Anual da Interação (%)
2018	56%	6.3	2h 58m	7%
2019	60%	6.9	3h 10m	8%
2020	65%	7.5	3h 25m	10%

2021	70%	8.0	3h 35m	12%
2022	73%	8.4	3h 40m	9%
2023	77%	8.6	3h 46m	11%
2024	80%	9.0	3h 52m	10%

Fonte: Elaboração do autor ([Global AD](#), [E-Commerce Brasil](#), [Amper](#), [NetCampos](#))

A globalização é protagonista nas mudanças e nos modelos de consumo, o que consequentemente aumentou a competição entre empresas, que por sua vez, traz aos consumidores uma maior variedade de opções. Empresas multinacionais podem operar em vários países, adaptando seus produtos e serviços às preferências locais e beneficiando-se de economias de escala. A narrativa transmídia, ao distribuir conteúdo através de várias plataformas, permite o alcance de audiências em diferentes regiões e contextos culturais. Isso é particularmente útil para marcas que desejam expandir sua presença internacionalmente.

É importante ressaltar que a transmídia envolve a integração de múltiplas plataformas e mídias para contar uma história de forma coesa e interativa e tem atuado na transformação dos modelos de consumo, de forma a alterar a maneira como os consumidores interagem com o conteúdo, redefinindo suas expectativas e comportamentos de compra. Quando os consumidores ou o próprio usuário que se envolve com uma história, marca ou algum conteúdo em várias plataformas, desenvolve um relacionamento mais forte e duradouro, isso se torna particularmente importante em um mercado saturado, onde a disputa pela “audiência” e a busca pela fidelização de clientes é um desafio constante entre produtores e marca.

Economicamente, a transmídia mostra-se um fator importante, pelo fato de permitir que conteudistas distribuam e atinjam diversas plataformas em diversos formatos, sem a necessidade de grandes investimentos adicionais. Além de poder contar com a personalização e segmentação, tornam as campanhas mais eficazes, potencializando o retorno sobre o investimento.

Historicamente, a narrativa transmídia evoluiu a partir das práticas de franquias de entretenimento, como "Star Wars" e "Matrix", que utilizam múltiplas plataformas para expandir seus universos ficcionais, na atualidade as tecnologias digitais e as

redes sociais tornaram maiores ainda mais as possibilidades de criação e distribuição de conteúdo transmídia, permitindo interações mais dinâmicas e participativas entre os produtores e o público (Scolari, 2013).

A narrativa transmídia tem transformado significativamente a produção de conteúdo. De acordo com Jenkins (2009), a principal mudança reside na abordagem colaborativa e participativa da criação de conteúdo, onde os usuários e consumidores desempenham um papel ativo nessa construção. Essa prática, conhecida como "inteligência coletiva", permite que a comunidade contribua com ideias, teorias e até mesmo com conteúdo original, enriquecendo o universo transmídia. A convergência de mídias permite a criação de experiências imersivas e interativas captando a atenção do público, mas também fomentam um engajamento contínuo e profundo.

A convergência de mídias permite a criação de experiências imersivas e interativas que capturam a atenção do público, mas também fomentam um envolvimento contínuo e profundo exemplificado com um estudo da Statista (2021) onde mostrou que 89% dos profissionais de marketing digital afirmam que o uso de estratégias transmídia aumentou o envolvimento do público e o tempo de interação com a marca já por outro dado relevante vem da empresa de análise de mercado ComScore (2022) onde mostrou que campanhas publicitárias que utiliza narrativas transmídia podem aumentar em até 70% as taxas de cliques em comparação com campanhas tradicionais, vemos então que o consumo de mídia foi profundamente afetado pela narrativa transmídia como mostram as fontes e dados, hoje os usuários estão equipados com seus smartphones, tablets, notebooks entre outros dispositivos, estando com seus acessos constantes à internet, esperando uma experiência de consumo que seja coesa e de forma interligada, como observa Scolari (2013). A narrativa transmídia atende essas expectativas ao oferecer uma experiência de consumo fragmentada, mais integrada, onde cada plataforma contribui para uma compreensão mais completa da história. Toda essa fragmentação do consumo midiático e todo comportamento, descrito com Jenkins (2009) como "caça ao tesouro", adiciona um elemento de gamificação ao consumo de mídia, aumentando o envolvimento e a lealdade do público.

Historicamente, a narrativa transmídia evoluiu a partir das práticas de franquias de entretenimento como "Star Wars" e "Matrix" que utilizam diversas plataformas para expandir seus universos ficcionais, para compreender melhor os impactos da transmídia no contexto contemporâneo, as tecnologias digitais e as redes sociais

ampliaram ainda mais as possibilidades de criação e distribuição de conteúdo, a tabela abaixo resume as principais áreas de atuação da transmídia, detalhando suas descrições, exemplos reais e fontes relevantes.

QUADRO 2: Atuação da Transmídia

Atuação	Descrição	Exemplos/Casos Reais	Fonte
Expansão de Universos Fictícios	Criação de conteúdo adicional em diferentes mídias para enriquecer e expandir a narrativa.	"Star Wars", "Matrix", "Harry Potter"	Jenkins (2009), Scolari (2013)
Envolvimento do Público	Estratégias que incentivam a participação ativa dos fãs na construção da narrativa.	Comunidades de fãs online, fanfictions, campanhas de marketing	Jenkins (2009)
Modelos de Negócio Inovadores	Uso de diferentes plataformas para explorar novas formas de monetização.	Microtransações em jogos, assinaturas em conteúdos exclusivos	Statista (2021), ComScore (2022)
Experiências Interativas	Criação de conteúdos que permitem a interação direta do público com a narrativa.	Jogos interativos, aplicativos móveis, realidade aumentada	Jenkins (2009), ComScore (2022)
Distribuição de Conteúdo	Utilização de múltiplos canais para alcançar diversos públicos-alvo e maximizar o alcance.	Séries de TV, quadrinhos, filmes, podcasts	Statista (2021), Jenkins (2009)
Marketing e Publicidade	Campanhas que utilizam narrativas transmídia para aumentar o envolvimento e a lealdade.	Campanhas publicitárias transmídia, branded content	ComScore (2022), Jenkins (2009)

Fonte: Elaboração do autor

A expansão de universos fictícios é uma das características mais marcantes da narrativa transmídia, um exemplo clássico dessa prática é a franquia "Star Wars", contando com a criação de conteúdo adicional em diferentes mídias permite enriquecer e expandir a narrativa original, oferecendo aos fãs uma experiência única, iniciada com os filmes, a narrativa expandiu além dos mesmos incluindo em seu portfólio como as peças de teatro, parques temáticos e plataformas digitais, sendo que cada um contribui com novas camadas e detalhes ao universo original.

A promoção de alto nível de interação com o usuário é uma das características do impacto da transmídia no cenário das mídias digitais, pois incentiva a participação ativa dos fãs na construção e expansão da história. Segundo Jenkins (2009), essa abordagem participativa é fundamental para o sucesso da narrativa transmídia, pois transforma os fãs em cocriadores e colaboradores, esse engajamento não só fortalece a conexão emocional com a história, mas também gera um fluxo constante de conteúdo gerado pelo usuário.

A narrativa transmídia se torna uma parte significativa da interação com a filosofia pop (um dos assuntos que será abordado em detalhes no próximo capítulo e no decorrer do trabalho) em particular, a conexão entre transmídia e filosofia pop pode ser vista como um solo fértil para vários pensamentos, conceitos e reflexões intimamente relacionados à vida cotidiana e experiências culturais atuais, Carlos Scolari (2013) afirma que "a narrativa transmídia se caracteriza por ser um relato expandido, no qual cada fragmento de narrativa contribui com algo novo para o entendimento e a experiência total da história".

Vamos abordar como a narrativa transmídia impacta a filosofia pop, e consequentemente com alguns filósofos brasileiros. A narrativa transmídia contribui para maior expansão junto a filosofia pop e tem gerado impactos significativos, este fenômeno não só amplia o alcance das narrativas, mas também promove uma reflexão mais profunda e diversificada sobre temas filosóficos contemporâneos, permite ainda que conceitos filosóficos sejam disseminados através de uma variedade de formatos e plataformas, alcançando um público mais amplo e diversificado tais como: filmes, séries de TV, podcasts, livros, quadrinhos e jogos estão algumas das mídias e facilita a formação de comunidades de debate e discussão, onde os fãs podem se reunir para discutir e refletir sobre os temas filosóficos apresentados nas narrativas. Através de livros, palestras, programas de televisão e mídias sociais, esses pensadores utilizam múltiplas plataformas para divulgar suas ideias e envolver o público em discussões filosóficas.

Capítulo 2



2. DE MARIO SERGIO CORTELLA À FILOSOFIA POP

2.1. BIOGRAFIA E OBRAS

Mario Sergio Cortella é nascido na cidade de Londrina no Paraná no ano de 1954, é um filósofo, escritor e professor brasileiro. Abordando sobre sua vida, podemos dizer que Cortella tem sua notoriedade em várias esferas, porém é nos ambientes de ensino que a presença do autor é comumente sentida.

Mario Sérgio Cortella obteve sua formação em Filosofia na Faculdade de Filosofia Nossa Senhora Medianeira em 1975, depois concluiu o mestrado e doutorado em Educação, com ênfase em Currículo na Faculdade Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), durante o período de seu mestrado, foi orientado pelo Prof. Dr. Moacir Gadotti, enquanto no doutorado contou com a supervisão do Prof. Dr. Paulo Freire, em sua trajetória acadêmica na PUC-SP, onde lecionou por 35 anos, envolveu não apenas o Departamento de Fundamentos da Educação, mas também o de Teologia e Ciências da Religião, refletindo sua ampla abordagem interdisciplinar (PORTAL SÃO FRANCISCO, 2017)

Já em termos administrativos, Cortella exerceu o cargo de Secretário Municipal de Educação de São Paulo entre 1991 e 1992, além disso, integrou o Conselho Técnico Científico de Educação Básica da CAPES/MEC de 2008 a 2010, sua atuação abrange áreas como ética, multiculturalidade e epistemologia, sempre com o objetivo de unir teoria e prática educacional (PORTAL SÃO FRANCISCO, 2017)

A produção literária de Cortella é vasta, com mais de 50 títulos publicados e algumas de suas obras mais reconhecidas incluem “Não Nascemos Prontos!” (2006) e “Qual é a Tua Obra?” (2007), que exploram questões filosóficas em linguagem acessível. Em 2024, ele lançou “Deus nos Livre!”, focando nos aspectos da religiosidade e espiritualidade no contexto contemporâneo. Por meio de suas obras Cortella expõe sua visão como filósofo e escritor. Em seu livro “Deus nos Livre!” (2024), Cortella revela algumas curiosidades de sua vida e amplia os conceitos de religiosidade, espiritualidade e religião, destacando como essas dimensões podem ser interpretadas de maneira pessoal e não necessariamente vinculadas a sistemas institucionais. Segundo ele, a religiosidade não está restrita à prática formal de uma fé, mas pode ser compreendida como uma força vital que dá sentido à existência (Cortella, 2024).

Cortella coloca o termo "Deus" entre aspas, numa tentativa de expandir sua significação para além das concepções tradicionais. Ele argumenta que "Deus" pode ser interpretado como energia vital ou como uma força superior que permeia a vida humana. Para o autor, a espiritualidade é uma dimensão que transcende o material e o biológico, conectando-se ao ato de engendrar e construir sentido na existência (Cortella, 2024). Essa visão demonstra a busca de Cortella por uma compreensão ampla e inclusiva das experiências humanas em torno do sagrado.

Ao longo de sua trajetória acadêmica e intelectual, Cortella tem buscado instigar a reflexão crítica sobre temas essenciais à condição humana. Sua produção literária e presença na mídia consolidaram-no como um dos maiores divulgadores de ideias filosóficas no Brasil. No primeiro capítulo do livro "Deus nos Livre!", intitulado "Habemus Papam! Que tal eu?", Mário Sérgio Cortella compartilha uma memória de infância sobre sua aspiração de se tornar o primeiro Papa brasileiro. Ele revela: "Eu vou ser o primeiro papa brasileiro!" (Cortella, 2024). Esse desejo, embora curioso para uma criança, estava embasado na formação religiosa intensa que recebeu de seus pais, sendo educado na prática do catolicismo romano e participando de grupos como a Cruzada Eucarística.

Cortella reflete sobre o fato de que, até então, o papado era uma posição majoritariamente ocupada por europeus, especialmente italianos, uma hegemonia que durou séculos. Ele menciona que essa realidade só foi quebrada em 2013 com a eleição de Jorge Mario Bergoglio, o Papa Francisco, o primeiro pontífice de fora do continente europeu em 600 anos (Cortella, 2024). Essa narrativa revela a capacidade do autor de relacionar experiências pessoais com contextos históricos mais amplos. Apesar de, na infância, vislumbrar o clero como uma possibilidade, sua trajetória tomou outro rumo, levando-o ao campo da filosofia e da educação. Ele reflete sobre essas mudanças com certo humor e leveza: "Ambições hierárquicas à parte, seguir a carreira no clero era uma possibilidade no meu horizonte" (Cortella, 2024).

Além disso, Cortella utiliza essa memória como ponto de partida para discutir questões mais amplas sobre religiosidade, espiritualidade e cultura, temas recorrentes em sua obra. Ele estabelece uma ponte entre o íntimo e o coletivo, ampliando a discussão para além do individual e conectando-a ao impacto das estruturas religiosas na sociedade.

Em "Educação, escola e docência: novos tempos, novas atitudes", publicada pela Editora Cortez em 2014, o filósofo aborda a necessidade de reformular práticas pedagógicas e paradigmas educacionais diante das transformações sociais e

tecnológicas. Cortella propõe que momentos de crise, "momentos graves" podem ser transformados em oportunidades "momentos grávidos" através da esperança e do envolvimento coletivo. Cortella também chama atenção para o impacto da "era da impaciência", que caracteriza as novas gerações com senso de urgência e pouca tolerância à espera. No capítulo "Entre cautela e ímpeto: escola em descompasso", critica a resistência às mudanças aceleradas que caracterizam a sociedade contemporânea, destacando a dificuldade em adaptar-se ao novo ritmo das transformações sociais e tecnológicas. A escola, como instituição, persiste em se apoiar em modelos tradicionais de ensino, ignorando a velocidade crescente da comunicação, das relações e do aprendizado.

Cortella destaca o poder do saber como uma ferramenta que pode ser utilizada para diferentes fins: compartilhamento, crescimento ou até mesmo dominação. Para ele, a melhoria da educação passa pela construção de três pilares essenciais: uma sólida base científica, a formação de solidariedade social e a constituição da cidadania ativa. A proposta de Cortella é que o saber, para ser realmente transformador, deve abordar temas de relevância social e histórica, garantindo que a educação cumpra seu papel de formar cidadãos críticos e conscientes, preparados para atuar ativamente na sociedade.

Nesse contexto, Mário Sérgio Cortella, em sua obra *Educação, escola e docência: novos tempos, novas atitudes* (2014), também analisa os traços marcantes da geração Z, destacando tanto suas qualidades quanto seus desafios. A instantaneidade, a velocidade e o senso de urgência são características que impulsionam essa geração a buscar respostas rápidas e soluções ágeis, mas também revelam um ponto frágil: a falta de paciência.

Através de suas reflexões Cortella aborda assuntos contemporâneos, onde obras de sua autoria não apenas problematizam os desafios enfrentados nos dias de hoje, mas também oferecem uma perspectiva, que inspira mudanças transformadoras. Dessa forma, ele alimenta a esperança de que, por meio de práticas inovadoras e conscientes, se possa cumprir a formação de cidadãos preparados para os desafios do mundo atual, que emerge do sistema tecnológico. Ao ressaltar a necessidade de utilizar a tecnologia de maneira estratégica, Cortella defende que a sua aplicação deve ser feita de forma consciente, aproveitando suas características como simultaneidade, mobilidade e velocidade, mas sem perder de vista o objetivo maior da educação: o encantamento pelo conhecimento. A tecnologia, quando usada

de maneira adequada, pode transformar a experiência educacional, mas nunca deve substituir a essência do processo pedagógico (Vieira, 2014).

Mario Sergio Cortella é um pensador que valoriza profundamente a formação ética como elemento central no desenvolvimento humano e na prática educacional. Cortella defende que a educação não deve restringir-se à transmissão de conhecimento técnico, mas deve englobar a formação de indivíduos comprometidos com valores éticos, a dignidade coletiva e a convivência pacífica. Ele enfatiza a responsabilidade compartilhada na construção de um ambiente educacional ético, destacando a escola como um espaço de colaboração entre professores, alunos, pais e comunidade.

Sua abordagem incorpora uma visão humanista e relacional da ética, ao afirmar que ela só se concretiza na relação com o outro, ressaltando a importância de atitudes autênticas e coerentes tanto no âmbito familiar quanto escolar, reforça também a ideia de que a formação do ser humano é um processo contínuo e coletivo, inspirado por pensadores como Paulo Freire, e que o educador deve desempenhar um papel ativo como mediador de valores e princípios, Cortella propõe uma educação transformadora, baseada na ética como alicerce para a construção de uma sociedade mais justa, inclusiva e solidária, em sua obra "Educação, Convivência e Ética: Audácia de Esperança!", publicada pela Editora Cortez em 2015, Cortella aborda sobre estes conceitos de ética e moral, formação do ser humano, a importância da justiça, responsabilidade coletiva e cuidado e autenticidade (Selarin, 2016).

Mário Sérgio Cortella é um pensador crítico e visionário que reconhece a educação como um campo em constante transformação, especialmente diante de desafios como a pandemia da Covid-19. Suas opiniões refletem uma compreensão profunda sobre a necessidade de adaptação e reinvenção, destacando um equilíbrio cuidadoso entre tradição e inovação. Ele valoriza a educação como um espaço de relevância social, que deve abandonar práticas anacrônicas e abraçar abordagens interdisciplinares e tecnológicas para se tornar mais inclusiva e eficaz.

Cortella enfatiza a importância da prudência e do equilíbrio no uso de tecnologias, criticando tanto o excesso quanto a escassez em sua aplicação. Em suas abordagens também alerta para os impactos das desigualdades sociais no processo educacional, especialmente em relação à Educação Básica pública, e defende políticas públicas integradas e restauradoras para mitigar as lacunas.

Além disso, o filósofo adota uma postura de crítica ao neoliberalismo na educação, apontando os riscos de privatização do patrimônio público e enfatizando a necessidade

de preservar o caráter coletivo e inclusivo da escola ao mesmo tempo, chama a atenção para a ameaça de mercantilização da educação, na obra de Cortella intitulada "A Escola e o Conhecimento: Fundamentos Epistemológicos e Políticos" (2015), que defende que a escola deve ser um lugar de crescimento coletivo e inclusivo, onde a educação não será vista como um produto, mas como um direito fundamental necessário para a construção de uma sociedade mais justa e democrática.

Mario Sérgio Cortella, em sua obra "Qual é a Tua Obra?", destaca a interconexão entre liberdade, responsabilidade e ética, apresentando uma visão profundamente humanista da existência. Inspirado por Martin Heidegger, Cortella argumenta que a angústia diante do "nada" não é algo negativo, mas uma oportunidade para exercer a liberdade plena. Essa concepção se alicerça na ideia de que, diante das múltiplas possibilidades que a vida oferece, cada ser humano pode fazer escolhas que moldam seu destino e impactam a sociedade de forma positiva.

O exemplo de Iván Fernández Anaya, utilizado por Cortella, é uma narrativa emblemática dessa visão. Ao ajudar Abel Mutai a cruzar a linha de chegada em uma corrida, mesmo tendo a chance de vencer de forma legal, Fernández demonstra um elevado senso de ética e fair play. A decisão do atleta espanhol ilustra o que Cortella entende como possibilidade plena: a capacidade de agir de acordo com princípios morais, mesmo quando o egoísmo ou o interesse pessoal poderiam ser mais vantajosos. Esse exemplo reforça a crença de Cortella de que a ética não se limita a normas ou regras, mas se manifesta nas escolhas que fazemos no cotidiano (Cortella, 2014).

Uma característica marcante do pensamento de Cortella é sua valorização do bem como uma escolha natural e intrínseca para aqueles que cultivam a integridade. Essa simplicidade do bem, como coloca Cortella, transforma ações éticas em algo acessível e aplicável a qualquer pessoa.

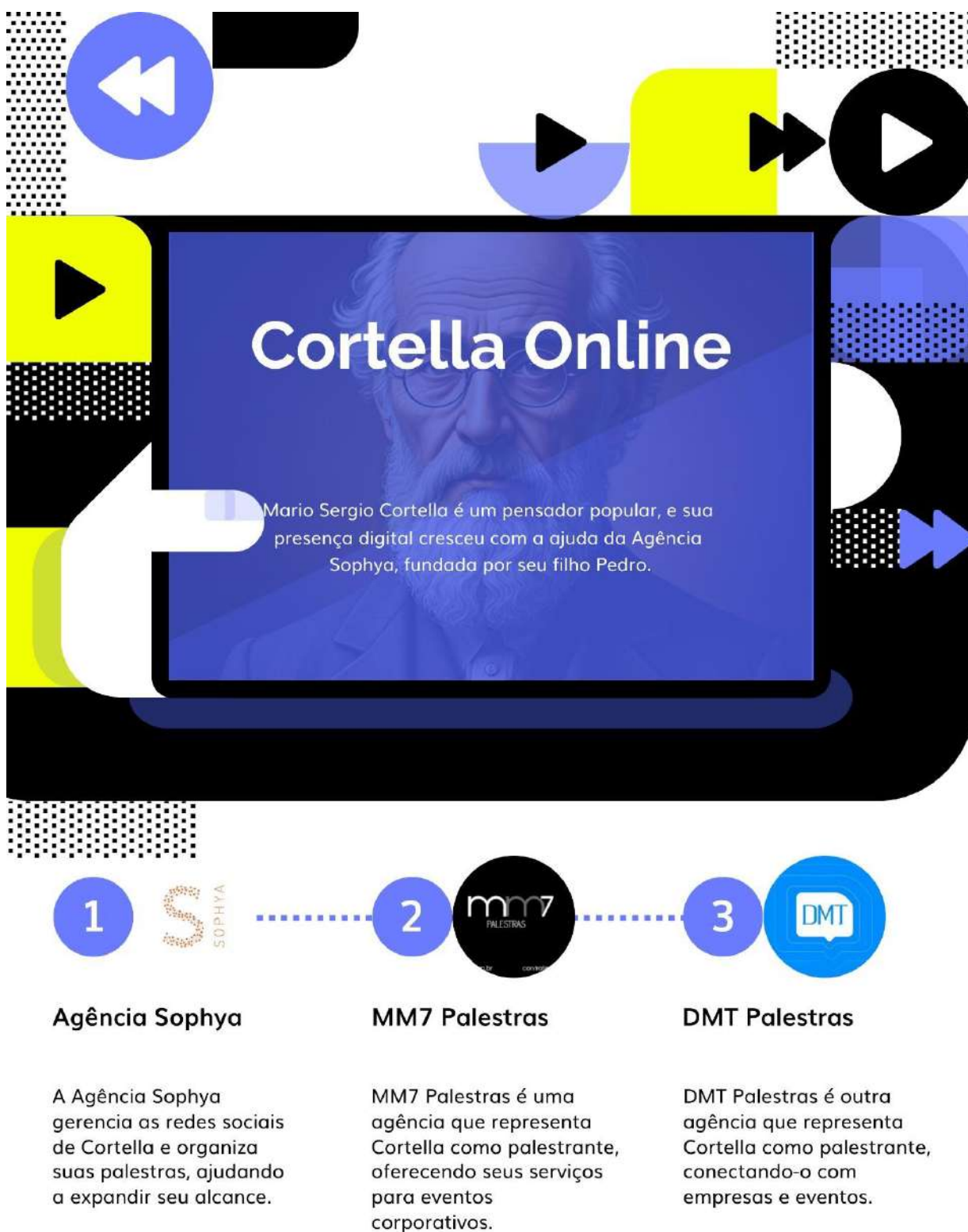
Além disso, Cortella ressalta a relação entre liberdade e responsabilidade, acredita que a liberdade de escolher implica um compromisso ético, ou seja, a consciência de que nossas decisões afetam tanto nosso futuro quanto o dos outros, toda essa perspectiva humanista está em concordância com sua abordagem pedagógica e filosófica, que busca inspirar indivíduos a refletirem sobre suas escolhas e assumirem o protagonismo de suas vidas.

A educação tem um papel fundamental na transmissão de valores morais e na formação da personalidade humana e é um pilar essencial para o desenvolvimento social e ético, enfatizado no artigo Educação e Valores no Século 21 (Finom, 2021),

as escolas e seus professores desempenham um papel central na construção desses valores, fornecendo aos indivíduos a base para uma tomada de decisão responsável e consciente, assim nesse sentido, Cortella observa a existência como um campo fértil de opções dentro das quais a ética e a liberdade estão centradas na vida humana, acredita que ao escolher o bem, não apenas nos tornamos seres humanos melhores, mas também contribuimos para um mundo mais justo e solidário, essa visão de mundo é infundida com otimismo e positividade em relação à vida, onde cada decisão se torna uma oportunidade de reafirmar nossa humanidade (Finom, 2021).

Além de atuar no setor educacional, Cortella se destacou pelo uso de plataformas digitais e de mídia de massa para disseminar suas ideias. Por meio de redes sociais e programas de televisão, ele alcança um público diversificado, promovendo discussões sobre ética, convivência e desenvolvimento humano.

INFOGRÁFICO





Cortella Digital

Cortella expandiu sua presença online através de parcerias estratégicas, tornando sua filosofia acessível a um público maior.

Um dos filósofos mais populares do Brasil, Mario Sérgio Cortella, conta com uma grande estrutura de apoio para divulgação de suas obras, publicações, entre outros materiais de sua autoria. Por trás das produções, palestras e a presença nas redes sociais, há especialistas e agências em ação que contribuem para que seu conteúdo seja propagado, como mostra o infográfico.

O site com o domínio <https://mscortella.com.br/>, é um espaço dedicado à sua carreira como filósofo, professor e escritor, nele é possível acessar informações sobre suas obras, palestras, cursos e podcasts, onde também divulga eventos, artigos e

reflexões sobre temas como ética, educação e sociedade, oferecendo conteúdos que estimulam o pensamento crítico e o debate intelectual. É um ponto de encontro para quem busca mais sobre a filosofia de Cortella e suas contribuições ao campo educacional e cultural.

Mario Sérgio Cortella utiliza suas redes sociais compartilhando reflexões sobre temas essenciais como ética, educação e sociedade através de suas postagens no Instagram e YouTube. Cortella oferece um espaço para o diálogo e a reflexão, sempre com uma abordagem acessível e humanizada, logo, suas mensagens vão além da filosofia acadêmica visando uma comunicação com um público amplo e proporcionando momentos de aprendizado e introspecção no cotidiano das pessoas. Isso reflete seu compromisso com a educação e o desenvolvimento do pensamento crítico.

A Agência Sophya é uma empresa digital dedicada à integração do pensamento filosófico à era digital, com foco na expansão do alcance de pensadores renomados como Mario Sérgio Cortella e Clóvis de Barros Filho. A agência cria e administra conteúdo digital em plataformas como YouTube, Instagram, Facebook, LinkedIn e Twitter, visando promover a reflexão filosófica e aumentar a acessibilidade desses conhecimentos ao público amplo. Além disso, a Agência Sophya oferece cursos e eventos online, como o "Filosofia de Vida", que discute questões existenciais, e o "Saber Ampliado", que busca expandir o conhecimento filosófico e desenvolver o pensamento crítico dos participantes, preparando-os para enfrentar os desafios do mundo digital.

Mario Sérgio Cortella também faz parte da lista de palestrantes da MM7 Palestras, empresa do Grupo MM7, que atua há 15 anos no agenciamento artístico, oferecendo um trabalho de curadoria, na seleção de palestrantes. MM7 Palestras, segundo o site da própria empresa, diz ser impulsionada pela paixão por um atendimento de excelência, a MM7 Palestras herda a expertise da MM7 Produções Artísticas, reconhecida por sua capacidade de resposta ágil e assertiva.

A página sobre Mario Sérgio Cortella no site MM7 Palestras destaca sua trajetória como filósofo, escritor e professor. Apresenta seus principais temas envolvidos nas palestras, como Ética no trabalho, relações interpessoais, carreira, valores, preconceitos, versatilidade, ousadia, mudanças no mundo dos negócios, exercício do poder e da autoridade, além de mencionar suas participações na mídia e seu impacto no desenvolvimento pessoal e profissional.

QUADRO 3: Temas de palestras de Mario Sérgio Cortella

Impacto dos Valores e Preconceitos nas Relações Interpessoais
Ética, Indivíduo, Sociedade e Empresa
Cenário de antro-po-diversidade: há muitos modos de ser humano
Gestão do Conhecimento: um desafio necessário;
Cenários Turbulentos, Mudanças Velozes: Negação, Proteção ou Superação?
A emergência de múltiplos paradigmas: novos tempos, novas atitudes;
Responsabilidade Social é coisa séria!
Vida e carreira: Um equilíbrio possível? Hexavalores para uma performance harmoniosa
A Arte de Liderar: Cinco Competências Essenciais
Da oportunidade ao êxito: Mudar é complicado? Acomodar é perecer!
Qual é a Tua Obra? Inquietações Positivas sobre Gestão, Liderança e Ética;
Poder e Competência: Dramas, Tramas e Traumas; a destruição do arcaico paradigma

Fonte: Elaboração do Autor. Extraída de: <https://mm7palestras.com/mario-sergio-cortella/> em 24/09/2024

Cortella também integra a rede de palestrantes da DMT Palestras, empresa que surgiu em 2010, focada em desenvolver projetos de treinamentos e palestras para empresas e eventos. “Nossa história de (trans)formação iniciou quando começamos a assessorar os principais palestrantes do país e atender empresas que acreditavam que o desenvolvimento de pessoas contribui com o envolvimento dos colaboradores, retém talentos e fortalece a cultura organizacional. Hoje, mais do que oferecer

palestrantes, a DMT Palestras se preocupa em recomendar profissionais que realmente agreguem valor aos seus eventos e estejam alinhados com a sua necessidade." DMT Palestras.

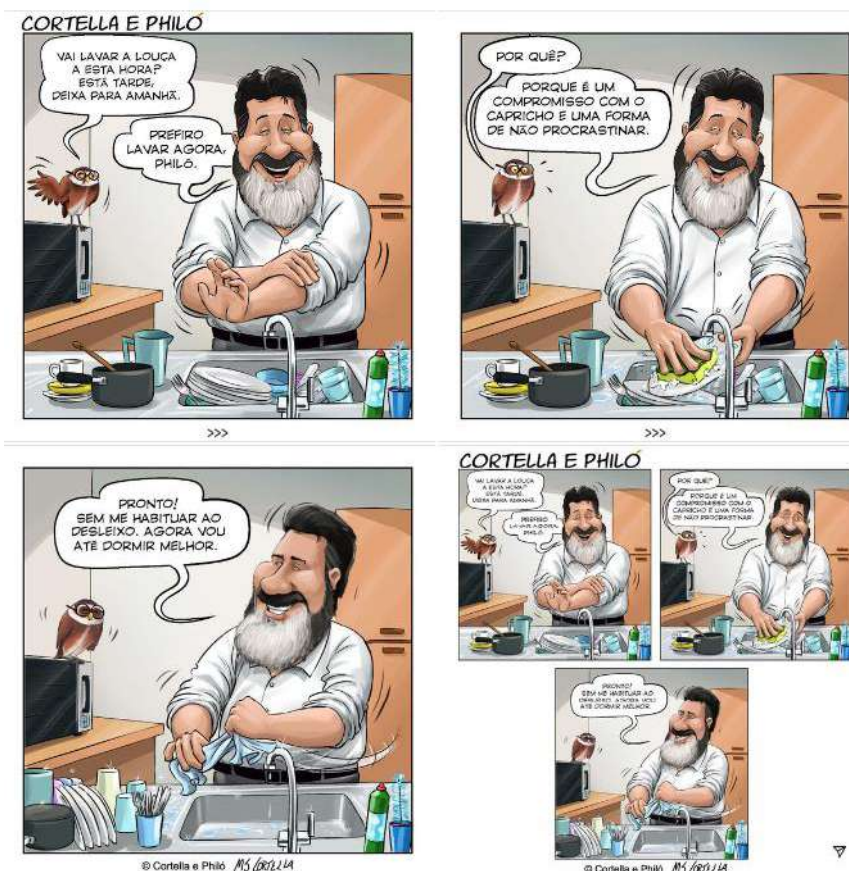
Cortella conta com uma gama de prestadores de serviços que auxiliam o filósofo para impulsionar o sucesso do seu trabalho e ter maior abrangência de mercado no âmbito de palestras e do seu posicionamento digital. Como mais uma ferramenta para difundir o pensamento filosófico entre o público jovem, o filósofo Mario Sergio Cortella é personagem de uma série de quadrinhos, idealizada por seu filho André Cortella, em parceria com Paulo Jebaili e Ednei Marx. A série tem como objetivo popularizar a filosofia de Cortella, apresentando seus ensinamentos e reflexões de forma acessível e leve, seus idealizadores André Cortella, filho de Mario Sergio Cortella, Paulo Jebaili e Ednei Marx trazem como objetivo central popularizar a filosofia de Mário Sérgio Cortella. Os quadrinhos são publicados por meio de uma página oficial no Instagram "**Cortella e Philó**" apresenta um formato criativo e acessível para disseminar reflexões filosóficas por meio de tirinhas ilustradas. Com publicações regulares duas vezes por semana, a página utiliza um estilo visual e narrativo que combina leveza e profundidade, promovendo diálogos sobre temas relevantes da vida cotidiana, como ética, relações interpessoais e autoconhecimento (Cortella, 2024).

A idealização e direção geral de André Cortella, juntamente com o roteiro de Paulo Jebaili e as ilustrações de Ednei Marx, traz um trabalho colaborativo resulta em uma comunicação estratégica e envolvente, capaz de transmitir as ideias do Prof. Mario Sergio Cortella de maneira dinâmica e visualmente atrativa (Cortella, 2024).

O uso de tirinhas como formato central reflete a intenção de alcançar um público diversificado, utilizando humor, simplicidade e ilustrações cativantes para tornar reflexões filosóficas acessíveis e aplicáveis ao cotidiano. Essa abordagem aproxima a filosofia de um público mais amplo, reforçando o objetivo da página de inspirar pensamento crítico e reflexivo por meio de conteúdos leves e instigantes (Cortella, 2024).

Os autores adotam uma regularidade nas publicações e a presença de personagens como Philó adicionando um elemento narrativo à experiência do leitor (Cortella, 2024).

FIGURA 6: Quadrinho Cortella e Philó



Fonte: <https://www.facebook.com/MarioSergioCortella>

Visto o diálogo com diversos públicos, pode-se dizer que a equipe Cortella tem um olhar multidisciplinar, neste percurso de pesquisa, foi identificado outra fase do autor, uma obra com foco para o público infantil, aqui pode-se observar uma obra ilustrativa, trazendo características da filosofia com um linguajar adequado ao público.

O livro “Conectados, mas com cuidados!” (Cortella; Jebaili; Fusco, 2024) é uma obra destinada ao público infantojuvenil, com faixa etária recomendada de 8 a 11 anos, que aborda a questão das fake news de maneira didática e acessível. Com 32 páginas e ilustrações, a narrativa segue os personagens Ana e Otto, que se encontram em um restaurante onde ocorre uma confusão após a disseminação de uma notícia falsa sobre uma promoção inexistente. A trama oferece uma oportunidade para que os leitores, junto com os personagens, aprendam sobre a importância de identificar fake news e de verificar a confiabilidade de uma fonte de informação, tema cada vez mais relevante na era digital. Guiados pelas explicações de Mario Sérgio Cortella, Paulo Jebaili e Edu Fusco, as crianças são introduzidas aos conceitos básicos de checagem de fatos e de conscientização sobre o impacto das notícias falsas.

A obra, além de educativa, visa incentivar o pensamento crítico desde a infância, estimulando os jovens leitores a adotarem uma postura mais cautelosa e analítica diante do vasto fluxo de informações nas redes sociais e outras plataformas digitais. Ao associar uma narrativa simples e envolvente com uma temática atual e relevante, o livro contribui para o desenvolvimento de habilidades fundamentais para a formação de cidadãos conscientes e bem informados.

FIGURA 7: Capa do Livro: Conectados mais com cuidados!



Fonte: <https://www.facebook.com/MarioSergioCortella>

2.2. LIVRO “DEUS NOS LIVRE!”

Mário Sérgio Cortella em “Deus nos Livre!” (2024), convida a uma profunda contemplação sobre questões fundamentais relativas à fé, espiritualidade e filosofia, ligando-as à busca da humanidade por significado e propósito na existência. Cortella promove uma exploração de temas como livre-arbítrio, ética, liberdade e transcendência, incentivando trazendo a leitor uma reflexão para rever escolhas individuais e suas implicações na convivência coletiva, o escritor coloca o livre-arbítrio como uma característica essencial da autonomia humana, definida como “a capacidade de arbitrar a própria vida, tomar decisões e assumir condutas” (Cortella, 2024).

Ao examinar o conceito livre-arbítrio Cortella aponta seu significado em diferentes tradições culturais e religiosas, nos Costumes hebraico, cristã e islâmico a vida é percebida, por exemplo, como uma criação divina dotada de propósito, já na tradição greco-romano predominava uma ideia de um universo ordenado continuamente pelos deuses, sem o mesmo caráter de criação absoluta, essas distinções culturais, segundo o autor, moldaram nossa visão contemporânea sobre liberdade e destino, reforçando a necessidade de entender a diversidade de perspectivas (Cortella, 2024). Nesse contexto, ele sugere que o livre-arbítrio não é apenas uma escolha individual, mas um elemento que conecta o ser humano a um tecido social e ético mais amplo.

O livro mergulha no tema do sagrado, mas de um jeito que vai além do religioso, tocando o dia a dia das pessoas, o autor mostra que o sagrado não está só em igrejas ou rituais, mas pode aparecer nas relações entre as pessoas, no trabalho, na arte e até na busca por sonhos traz a definição de espiritualidade como “aquela busca por algo maior, que dá um sentido para a nossa existência” (Cortella, 2024). E essa busca, segundo ele, não é coisa só de religião – é algo que faz parte de ser humano, o autor também fala sobre a diversidade de crenças no mundo globalizado de hoje apesar das diferenças, ele acredita que todas as religiões têm um núcleo ético em comum, baseado em valores como justiça, solidariedade e compaixão. Essa base compartilhada, pra Cortella, pode ser o ponto de partida para um diálogo mais aberto e transformador entre as diferentes tradições religiosas (Cortella, 2024).

Outro ponto que o autor destaca é a tensão entre religiosidade, espiritualidade e dogmatismo e critica as práticas religiosas que se tornam rígidas e fechadas, defendendo que a verdadeira religiosidade deve permitir questionamentos e dúvidas, segundo Cortella, “não é a religião que impõe regras duras, mas aquela que deixa espaço para perguntas e para crescer na fé” (Cortella, 2024, p. 78). Propõe um equilíbrio entre fé e razão: a razão ajuda a entender a fé, e a fé responde às perguntas que a ciência não consegue responder e esse equilíbrio é essencial pra evitar extremos, como o fanatismo religioso ou o ceticismo radical, que podem atrapalhar a convivência e a busca por significado (Cortella, 2024).

A ética também tem um papel central no livro, Cortella apresenta como um guia pra uma liberdade responsável argumentando que a ética não deve ser vista como uma prisão, mas como uma forma de garantir que nossas escolhas levem em conta o impacto sobre os outros. “A liberdade só faz sentido quando é responsável, quando a

gente pensa em como nossas ações afetam os outros" (Cortella, 2024). Sem ética, a liberdade pode virar libertinagem, colocando em risco o bem-estar de todos.

No final, o livro faz um convite para a ação pois deixa claro que o livre-arbítrio não é uma desculpa pra ficar parado, mas um chamado pra agir de forma responsável e transformadora concluindo que ser livre é um privilégio, mas também uma responsabilidade. A espiritualidade, pra ele, deve ser uma força que inspira mudanças positivas na realidade. Assim, "Deus nos Livre!" reforça a ideia de que a liberdade, quando guiada pela ética e pela espiritualidade, pode ser uma ferramenta poderosa para construir uma sociedade mais justa e equilibrada.

2.3. FILOSOFIA POP

A filosofia pop ou filosofia popular, aborda temas da filosofia tradicional com elementos da cultura popular, com o objetivo de desenvolver a apreciação e o envolvimento dos conceitos filosóficos, esse conceito tem ganhado destaque tanto no Brasil quanto no mundo. A filosofia pop tem sido praticada por filósofos brasileiros como Mário Sérgio Cortella, Karnal e Luiz Felipe Pondé que divulgam e propõem seus ensinamentos por meio de livros, palestras, programas de TV e redes sociais para integrar conceitos filosóficos e criar discussões populares sobre o tema, "Descobri na filosofia uma forma concreta de intervenção no mundo, uma intervenção produtiva e consciente, capaz de operar mudanças palpáveis na relação entre as pessoas e, também capaz de gerar prazer em seu exercício cotidiano" (Cortella, 2018).

De um lado, a disseminação do discurso filosófico pode parecer uma simples massificação desse conhecimento, resultando em um debate que reproduz as atuais relações sociais ou vem se tornando apenas mais uma forma de entretenimento. Por outro lado, uma análise mais aprofundada de Fredric Jameson um dos mais influentes teóricos contemporâneos da cultura e da crítica literária, conhecido principalmente por suas análises sobre a pós-modernidade e o capitalismo tardio, professor na Universidade de Duke em *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (1991), Jameson argumenta que esse discurso pode servir como fundamento para a construção de um posicionamento crítico, ainda que de forma limitada, (Jameson, 1991) aponta como a cultura de massa ao se apropriar de imaginários coletivos, pode dar espaço a esperanças e fantasias de coletividade oferecendo uma oportunidade para que a filosofia se torne uma ferramenta de conscientização e crítica em questões

sociais.

Dessa forma, de acordo com a abordagem de Jameson (1991) sobre a massificação é também sobre uma oportunidade para filosofia se tornar uma ferramenta com maior adesão de conscientização e crítica em questões sociais. Embora o popular não consiga proporcionar a mesma quantidade e não remeta a qualidade filosófica de ideias e análises de obras acadêmicas ou especializadas, ainda pode incentivar as pessoas de diferentes culturas a se envolver em pensamento crítico sobre questões éticas, políticas e existenciais. A finalização é muito mais do que massificação de compreensão ou significado, explica Zygmunt Bauman, polonês, em seu livro *Vida Líquida*, publicado em 2005, que essa ideia de "cultura comum" promove um espaço onde as pessoas podem questionar as relações sociais e buscar um entendimento mais profundo sobre suas vidas e o mundo ao seu redor (Bauman, 2005).

Importante observar que os esforços de levar a filosofia a um número maior de pessoas, saindo do campo exclusivo de estudantes universitários, professores e especialistas do tema, não é exatamente inédita. Alguns dos primeiros esforços de popularização do conhecimento filosófico de que se tem notícia são encontrados nos com Will Durant (1885-1981) que foi um historiador, filósofo e escritor norte-americano, que aborda em sua obra em sua obra *"A História da Filosofia"*, traduzida por Luiz Carlos do Nascimento Silva e publicada na 2ª edição pela Editora Record em 1996 temas como tornar o conhecimento filosófico mais acessível a leitores não especializados, expandindo ao grande público, e um dos primeiros registros de popularizar o conhecimento filosófico podem ser encontrados nos *Diálogos* de Platão, nos quais o filósofo grego utiliza a forma literária do diálogo para expor e discutir conceitos fundamentais da existência humana, tornando-os compreensíveis e acessíveis a diferentes públicos (DURANT, 1996)

No século XX a filosofia popular ganhou espaços consideráveis, onde pode-se citar a vinda da série de livros "Popular Culture and Philosophy", de autoria de William Irwin, a qual abrange de modo simplório e com linguagens populares os moldes culturais de massa, trazendo temas relevantes como ética, moralidade e identidade juntamente com obras como "The Simpsons and Philosophy" (Irwin, 2001) e "Matrix and Philosophy" (Irwin, 2002).

Mario Sergio Cortella é amplamente reconhecido por popularizar a filosofia no Brasil, em suas obras, como "Qual é a tua obra?" (2007), conecta temas filosóficos

com questões práticas da vida moderna, como o trabalho, a ética e a espiritualidade. Cortella também utiliza mídias sociais e outras plataformas digitais para disseminar suas ideias. A participação em entrevistas e palestras transmitidas pelo YouTube e Instagram, levam as reflexões filosóficas para milhões de pessoas. Essa abordagem é um exemplo claro da "filosofia pop", termo usado por pensadores como o filósofo alemão Michael Sandel, que, assim como Cortella, utiliza uma linguagem acessível e exemplos do cotidiano para abordar questões filosóficas. A filosofia pop busca abordar temas profundos de forma que sejam relevantes e compreensíveis para todos, o que Cortella realiza em seu trabalho.

A postagem de Mário Sérgio Cortella, na figura abaixo, analisada no contexto da filosofia pop, utiliza uma linguagem acessível e elementos visuais atraentes para conectar conceitos filosóficos complexos, como a ética, a situações do cotidiano. Ele ilustra a questão sobre a ética com uma história simples e pessoal de uma caixa de bombons, deixando a compreensão do tema mais clara e acessível ao público. Essa abordagem é típica da filosofia pop, que tenta popularizar o pensamento filosófico e aplicá-lo à vida cotidiana.

FIGURA 8: Postagem de Cortella no *Facebook* em 08/05/2024

Fonte: *Facebook* (Mario Sérgio Cortella)

Cortella consegue transformar a ideia bastante abstrata de ética em algo concreto e facilmente compreensível e relacionado à vida cotidiana, o que é um dos objetivos da filosofia pop: unir a esfera do conhecimento filosófico com as experiências da sociedade e cultura. A história que ele conta sobre o presente que seu pai recebia dos clientes, conectando-a à questão de não aceitar propinas que poderiam se tornar corrompidos, destaca ainda mais essa união, mostrando a ética não como uma questão puramente abstrata, mas como algo que se manifesta na realidade e casos de vida, como o ato de recusar um presente que poderia ser interpretado como uma tentativa de favorecimento. Além disso, o autor usa os elementos visuais, como a imagem física da caixa de bombons como uma metáfora e a imagem de Cortella, que personifica a ideia da reflexão filosófica.

Esse uso de narrativas curtas e ilustrações exemplifica como a filosofia pop se articula nas redes sociais: transmitindo ideias profundas de maneira simples e envolvente. A filosofia pop, ao dialogar com o público de maneira acessível, consegue manter viva a tradição filosófica e adaptá-la às novas plataformas digitais, como Instagram e Facebook, o que também está ligado à ideia de narrativa transmidiática.

Mario Sérgio Cortella como já citado, não se restringiu a um único campo e tem vários livros sobre temas como filosofia, educação e ética, onde utiliza-se de uma linguagem de fácil compreensão, voltada para o público em geral, além de utilizar suas palestras e as mídias digitais para transmitir sua mensagem ao público. A narrativa transmídia, permite o alcance de público maior e diversificado, além de promover a inovação e experimentação na forma como as narrativas filosóficas são apresentadas.

Os impactos da narrativa transmídia tanto na filosofia pop quanto nas mídias digitais são grandes, vastos e variados, ao dispersar elementos narrativos através de múltiplas plataformas, a transmídia amplia o alcance das ideias e fomenta a formação de comunidades ao debate. A combinação dessas características transforma o conteúdo em um campo dinâmico e acessível, onde o público pode explorar e refletir de diversas maneiras e de forma envolvente.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS



3. RESULTADOS

3.1. O DIÁLOGO ENTRE PLATAFORMAS NO LANÇAMENTO DO LIVRO “DEUS ME LIVRE” DE MÁRIO SÉRGIO CORTELLA

Historicamente, na divulgação de obras literárias e intelectuais, a figura do autor e a narrativa associada ao conteúdo têm sido elementos-chave para atrair e manter a atenção do público. No caso do livro “Deus nos Livre”, a divulgação utiliza tanto a imagem de Mario Sérgio Cortella nas redes sociais quanto suas participações em programas de televisão como elementos mediadores entre a audiência e a obra. Esses elementos criam uma continuidade narrativa, que envolve o público de maneira integrada em várias plataformas, reforçando a ação do autor como ponto central na construção de um universo transmidiático.

O diálogo entre plataformas na narrativa transmidiática permite que mídias distintas se complementam, oferecendo múltiplas camadas de uma mesma história. Cada plataforma contribui com elementos únicos que, juntos, expandem e aprofundam a experiência do público, proporcionando o que Scolari (2013) define como uma “continuidade, profundidade e expansão narrativa que incentiva o público a explorar diferentes plataformas e se envolver de maneira dinâmica” (p. 45). No caso específico de “Deus nos Livre”, a estratégia transmídia conecta plataformas digitais – como Instagram, Facebook e LinkedIn – às aparições em talk shows, criando uma ponte que integra a audiência em torno da obra e de seu autor.

Dessa forma, no processo de divulgação de “Deus nos Livre”, Mario Sergio Cortella emerge como o conector transmídia que dá vida à camada intelectual do livro, enriquecendo a narrativa ao envolver o público por meio de uma presença digital contínua e coerente. Assim, a análise busca entender como a presença de Cortella e seu discurso em redes sociais e programas de televisão ampliam o alcance do livro, construindo uma ligação que expande a experiência da obra para além do próprio texto, criando um ecossistema transmidiático em torno do autor e de suas ideias.

3.2. RELEVÂNCIA DO LIVRO “DEUS NOS LIVRE”

“Deus nos Livre”, de Mario Sergio Cortella, é um ponto de reflexão sobre questões humanas e espirituais, essencial em um momento no qual o diálogo sobre

religião e liberdade pessoal parece mais relevante do que nunca. Cortella, conhecido por sua habilidade em aproximar a filosofia do cotidiano, explora neste livro questões que vão muito além de dogmas e tradições, chamando o leitor a repensar sua relação com conceitos como fé e moralidade.

Essa obra ganha relevância porque não se limita a teorias ou conceitos abstratos; ela propõe reflexões acessíveis, trazendo temas complexos para uma linguagem que dialoga com o público geral. Mais do que apenas um tratado filosófico, “Deus nos Livre” atua como um convite ao questionamento, à dúvida produtiva, e a uma visão crítica sobre a liberdade de escolha e os limites que nos cercam.

Além disso, o livro de Cortella ganha um alcance considerável quando analisado no contexto das plataformas digitais. Hoje, ele não é apenas encontrado em páginas impressas, mas também em redes sociais, vídeos e outras mídias, cada uma trazendo uma maneira nova de apresentar as ideias do autor. Essa multiplicidade de canais amplia as possibilidades de interpretação e envolvimento, permitindo que pessoas de diferentes contextos acessem e dialoguem com a obra.

Em síntese, “Deus nos Livre” não só estimula o pensamento crítico, mas também representa um exemplo do uso da narrativa transmidiática como ferramenta para envolver públicos variados. Cada meio de divulgação, ao seu modo, enriquece a percepção do conteúdo e abre novas portas para a reflexão, mostrando a força do pensamento de Cortella e sua capacidade de adaptação ao mundo contemporâneo.

3.3 ESTUDO DE CASO

A escolha de um estudo de caso para esta dissertação está enraizada nas diretrizes delineadas por Robert K. Yin (2015), segundo as quais um método de estudo é vital para examinar um fenômeno dentro do seu ambiente natural. Conforme Yin, um estudo de caso é adequado quando se busca uma compreensão profunda de questões que abordam “como” e “porquê” recorrendo a uma avaliação abrangente do processo, com todas as suas interações e mútua influência contextual. Para o presente estudo que analisa a forma como Mario Sergio Cortella promove o livro “Deus nos Livre” em várias plataformas disponíveis no ambiente digital, um estudo de caso oferece uma oportunidade de avaliar a jornada do conteúdo em termos holísticos. Em outras palavras, um olhar mais próximo para o uso de uma plataforma específica e os ajustes que são feitos para atrair a atenção do público em geral.

Yin sustenta que um estudo de caso é ideal para analisar fenômenos sem contextos definidos de objetos, pois revela como o objeto e o contexto interagem.

Por isso, segundo as instruções de Yin, esta dissertação busca analisar a mensagem promocional empregada para divulgar o livro Deus nos Livre em uma estrutura transmidiática nas plataformas digitais.

3.4. ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS

As categorias de análise foram definidas a partir da teoria de Scolari (2013), que expande as ideias de Jenkins sobre a narrativa transmídia. Esses conceitos foram aplicados de forma prática as postagens, conforme descrito abaixo:

Continuidade: A categoria de continuidade buscou verificar a coerência narrativa entre as diferentes plataformas. Isso significa que a mensagem central do livro precisava ser mantida e reforçada em cada rede social, criando uma ligação entre as postagens. As postagens analisadas foram observadas quanto à consistência no tema e na mensagem, independentemente da mídia em que foram publicadas.

Profundidade: Esta categoria observou o nível de detalhe e envolvimento oferecidos pelas postagens. Quanto mais detalhada e profunda a postagem, maior a recompensa para os seguidores. Postagens que exploravam de forma mais abrangente ou reflexiva os temas do livro foram categorizadas como profundas.

Expansão: A categoria de expansão avaliou como cada nova plataforma ou postagem acrescentava novas informações ao universo narrativo do livro. O objetivo era verificar se as postagens contribuem para expandir o entendimento do conteúdo e das ideias de Cortella, indo além de uma simples repetição.

O Instagram, Facebook e LinkedIn, foram as plataformas escolhidas para realização do estudo, uma vez que o autor Mario Sérgio Cortella possui forte presença nas três, além de distintas aplicações de envolvimento e alcance de público. O Instagram é uma das plataformas de maior significância para a propagação de informações visuais e narrativas breves, uma vez que possibilita uma maior ligação às imagens e vídeos. Já o Facebook é uma rede social mais ampla e robusta, onde comunidades e grupos são formados para discussões mais aprofundadas, ampliando o potencial de compartilhamento e interação sobre o tema do livro. Já o LinkedIn, com seu foco em públicos profissionais, possibilita alcançar um segmento específico, interessado em conteúdos de natureza reflexiva e inspiradora, características

presentes na obra do autor. Embora em menor quantidade, os registros do talk show presencial também foram incluídos, dado seu papel estratégico na comunicação transmídia, ao proporcionar uma experiência presencial única e complementar às interações digitais. Essa abordagem permitiu observar como os diferentes meios contribuíram de maneira integrada para a construção e amplificação da narrativa transmidiática em torno do livro.

3.4.1. Critérios de Seleção das Postagens

As postagens deveriam estar explicitamente ligadas ao lançamento do livro "Deus nos Livre". Somente foram consideradas postagens oficiais, realizadas nas contas verificadas e reconhecidas de Mário Sérgio Cortella. Postagens com conteúdos repetidos ou promocionais genéricos foram desconsideradas, focando-se apenas em conteúdos que acrescentassem novas perspectivas ou reforçassem elementos da narrativa transmídia.

Identificadas as postagens para análise, foi criada uma base de dados no quadro abaixo sobre postagens. Foi possível identificar as postagens relacionadas ao lançamento nas redes sociais oficiais do autor que compõem o corpus desta análise.

Após esta exploração, chegamos aos seguintes números: Das 1447 postagens do período de 1 de maio a 6 de outubro de 2024 foram extraídos aqueles que divulgavam exclusivamente o lançamento do livro "Deus me Livre" de Mário Sérgio Cortella, ficando com 4 postagens da rede social Facebook, 4 postagens do Instagram e 1 Postagens do LinkedIn, sendo uma repetida em entre as redes sociais analisadas conforme podemos observar no Quadro abaixo:

QUADRO 4: Publicações nas mídias

MÍDIA	QUANTIDADE DE POSTAGENS	PERÍODO
Instagram	499	01 de maio a 06 de outubro de 2024
Facebook	523	01 de maio a 06 de outubro de 2024
LinkedIn	425	01 de maio a 06 de outubro de 2024
Talk Show	1	01 de maio a 06 de outubro de 2024
Total de postagens	1447	

Fonte: Elaboração do autor

Tratamento dos resultados obtidos e interpretação: Após o levantamento, foi realizada uma análise das postagens aplicando e analisando cada uma das dezesseis postagens relacionadas a pesquisa e o Talk Show, dentro dos três elementos escolhidos para esta análise de Scolari (2013). A análise deste, juntamente com os elementos teóricos descritos, estão contidos no terceiro capítulo da presente pesquisa.

- Postagem dia: 16 de maio - Plataforma: Instagram - Formato: Post Reels - Vídeo

	NOVO LIVRO 📖 Mario Sergio Cortella convida você, ouvinte da CBN, a participar do lançamento de seu mais recente livro: 'Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade', publicado pela Editora Vozes. No dia 28 de maio (terça-feira), o filósofo e educador participa de um talk show, mediado por @miltonjung, no Teatro FAAP, em São Paulo, às 19h. Quer fazer parte dessa plateia super especial? Acesse o site da CBN e saiba como. Os ingressos são gratuitos e limitados. Esperamos por você! #NoArNaCBN #Cortella #Livro #Religião
--	---

Fonte: <https://www.instagram.com/reel/C7DGgZzxM0r/?igsh=MWdoeijl3YzBzcHc1NQ==> em: 20/11/2024

Postagem dia: 26 de maio - Plataforma: Instagram - Formato: Post Feed- imagem

	Religião é coisa de gente tonta ou de gente? Faltam dois dias para o lançamento do livro "Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade" do Professor Mario Sergio Cortella, publicado pela Editora Vozes. No dia 28 de maio, terça-feira, o Professor Cortella participará de um talk show, com a mediação de @miltonjung, no Teatro FAAP, em São Paulo, às 19h. 👉 Para participar deste lançamento faça sua inscrição no link: http://bit.ly/deusnoslivre
---	--

Fonte: www.instagram.com/p/C7cHVVjuo_g/?igsh=ZzEycjlwc3lvcnJq Acesso em: 20/11/2024

Postagem dia: 19 de maio de 2024 - Plataforma: Instagram Formato: Post Reels Vídeo

	NOVO LIVRO 📖 Milton Jung convida você, ouvinte da CBN, a participar do lançamento do mais recente livro de Mario Sergio Cortella: 'Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade', publicado pela Editora Vozes. No dia 28 de maio (terça-feira), o filósofo e educador participa de um talk show, mediado pelo âncora da CBN, no Teatro FAAP, em São Paulo, às 19h. Quer fazer parte dessa plateia super especial? Acesse o site da CBN e saiba como. Os ingressos são gratuitos e limitados. Esperamos por você! #NoArNaCBN #Cortella #Livro #Religião
---	---

Fonte: <https://www.instagram.com/reel/C7K0MQ4xKyU/?igsh=MWttc3UwYnl0Mml0MA==> em: 20/11/2024

Postagem dia: 19 de maio - Plataforma: Facebook - Formato: Post Feed- imagem

	Religião é coisa de gente tonta ou de gente? O Professor Mario Sergio Cortella te convida para participar do lançamento do livro  "Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade" publicado pela Editora Vozes. No dia 26 de maio, terça-feira, o Professor Cortella participará de um talk show, com a mediação de @miltonjung, no Teatro FAAP, em São Paulo, às 19h. Para participar deste lançamento faça sua inscrição no link: bit.ly/deusnoslivre
---	---

Fonte: <https://bit.ly/40noNUF> Acesso em: 20/11/2024

Postagem dia: 22 de maio - Plataforma: Facebook - Formato: Post Feed- imagem

	(Sem legenda)
---	----------------------

Fonte: <https://bit.ly/3Am3Xu3> Acesso em: 20/11/2024

Postagem dia: 26 de maio - Plataforma: Facebook - Formato: Post Feed- imagem

	Religião é coisa de gente tonta ou de gente? Faltam dois dias para o lançamento do livro "Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade" do Professor Mario Sergio Cortella, publicado pela Editora Vozes. No dia 28 de maio, terça-feira, o Professor Cortella participará de um talk show, com a mediação de @miltonjung, no Teatro FAAP, em São Paulo, às 19h. 👉 Para participar deste lançamento faça sua inscrição no link: http://bit.ly/deusnoslivre
---	---

Fonte: https://www.facebook.com/MarioSergioCortella/photos/religi%C3%A3o-%C3%A9-coisa-de-gente-tonta-ou-de-gente-faltam-dois-dias-para-o-lan%C3%A7amento-d/998987554913733/?_rd=1 em: 20/11/2024

Postagem dia: 28 de maio - Plataforma: Instagram - Formato: Post Feed- imagem

	É hoje! O Professor Mario Sergio Cortella fará o lançamento super especial no Teatro FAAP, em São Paulo, às 19h, do livro "Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade" publicado pela Editora Vozes.
---	--

Fonte: <https://www.instagram.com/p/C7hQ5KHi8PB/> Acesso em: 20/11/2024

Postagem dia: 9 de Junho - Plataforma: Facebook - Formato: Post Feed - Imagem

 Perdeu o lançamento do novo livro: "Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade" de Mario Sergio Cortella? Não tem problema! Você vai poder ouvir neste domingo, a partir das 18h, em nossa programação. CBN	Se você perdeu o lançamento do novo livro do Professor Mario Sergio Cortella "Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade" agora você pode ouvir neste domingo, a partir das 18h, na programação da @cbnofficial.
--	--

Fonte: <https://bit.ly/4eWAndL> Acesso em: 20/11/2024

Postagem dia: 26 de maio - Plataforma: LinkedIn - Formato: Post Feed- imagem

	Religião é coisa de gente tonta ou de gente? Faltam dois dias para o lançamento do livro "Deus nos Livre: Entusiasmos e desassossegos ligados a religião, religiosidade e espiritualidade" do Professor Mario Sergio Cortella, publicado pela Editora Vozes. No dia 28 de maio,terça-feira, o Professor Cortella participará de um talk show, com a mediação de @miltonjung, no Teatro FAAP, em São Paulo, às 19h. 👉 Para participar deste lançamento faça sua inscrição no link: http://bit.ly/deusnoslivre
---	---

Fonte: <https://bit.ly/3NO9hty> Acesso em: 20/11/2024

Após a coleta das postagens, as mesmas foram categorizadas com base nos três elementos de narrativa transmídia propostos por Scolari (2013): continuidade, profundidade e expansão. Cada postagem foi analisada e classificada de acordo com esses critérios, buscando identificar como esses elementos estavam presentes na divulgação do livro.

A categorização das postagens com base nos três elementos citados está diretamente ligada à ideia de narrativa transmídia, onde o conteúdo é expandido e complementado em diferentes mídias. Esses elementos foram escolhidos para avaliar como a estratégia de divulgação de Mário Sérgio Cortella utilizou diferentes plataformas para criar uma narrativa coesa, detalhada e envolvente.

Continuidade: Relaciona-se com a coesão entre as mídias, garantindo que a história do livro permaneça consistente. Nesse caso, o lançamento do livro foi mantido como tema central ao longo das postagens.

Profundidade: Conecta-se com o princípio de recompensar o público mais envolvido. A análise da profundidade verificou se diferentes plataformas ofereciam detalhes adicionais, proporcionando uma experiência mais rica aos seguidores que interagiam com várias mídias.

Expansão: Refere-se à habilidade das postagens de enriquecer o universo do livro, trazendo novas perspectivas e complementando as ideias de Cortella. Postagens que ofereciam informações novas e inéditas sobre o conteúdo do livro foram essenciais para essa categoria.

Aplicação Prática

Cada postagem selecionada foi examinada individualmente e categorizada conforme apresentasse um ou mais dos elementos de continuidade, profundidade e expansão. Após essa categorização, foi possível identificar quais plataformas foram mais eficazes em cada um desses elementos e como a narrativa transmídia foi construída de maneira integrada e consistente na divulgação do livro "Deus nos Livre".

Para realizar uma análise detalhada da divulgação do livro "Deus nos Livre" de Mario Sérgio Cortella com base nos dados fornecidos na planilha, seguimos uma abordagem que examina três elementos principais das narrativas transmídia propostas por Scolari (2013): continuidade, profundidade e expansão. A seguir, o detalhamento da análise de cada um desses elementos:

1. Continuidade

A continuidade diz respeito à coerência e à consistência da narrativa ao longo das diferentes plataformas de mídia. Para que uma narrativa transmídia seja eficaz, a mensagem central deve permanecer intacta, mesmo que o conteúdo seja adaptado para diferentes mídias.

Instagram:

As postagens no Instagram incluíram colaborações, como a da Editora Vozes e Milton Jung, com foco na apresentação do conteúdo do livro. Isso reforça a mensagem central do livro, que discute religião e filosofia, utilizando uma linguagem mais visual e interativa para os seguidores da rede.

A combinação de vídeos e fotos contribuiu para a consistência do tema, com Cortella interagindo diretamente com o público em várias postagens.

Facebook:

Postagens no Facebook reforçam a mesma mensagem, mas adaptada para um público um pouco mais formal. O conteúdo, como o convite para ouvir o lançamento do livro, continua centralizado nos principais temas do livro.

Aqui, a continuidade é garantida com chamadas de ação para interagir com o lançamento do livro e links para outras plataformas.

LinkedIn:

Uma única postagem foi observada, mas ela mantém a narrativa coerente, conectando a obra com a proposta filosófica e educativa que Cortella defende em várias plataformas.

TalkShow:

No talk show, Cortella reforçou a narrativa central do livro, abordando temas como religião, religiosidade e espiritualidade de forma consistente com as redes sociais. A mediação de Milton Jung conectou elementos do ambiente digital ao presencial, e o evento adaptou a mensagem para um formato mais dinâmico e interativo, mantendo o núcleo filosófico do livro.

Conclusão:

A continuidade foi mantida de maneira eficaz nas plataformas analisadas. Cortella manteve o tema central e a mensagem filosófica consistente em todas as redes, adaptando apenas o formato e a linguagem para se adequar ao público de cada plataforma.

2. Profundidade

A profundidade refere-se ao nível de detalhe e complexidade que a narrativa apresenta. Uma narrativa transmédia eficaz deve oferecer camadas adicionais de conteúdo para os seguidores que se envolvem com mais frequência.

Instagram:

Postagens como as de 18 e 19 de maio de 2024, que fazem perguntas provocativas sobre religião e filosofia, acrescentam camadas de reflexão que incentivam os seguidores a se envolver mais profundamente com os temas do livro. Além disso, o uso de vídeos permite que Cortella explique suas ideias com mais clareza, proporcionando uma experiência mais imersiva.

Facebook:

As postagens no Facebook também oferecem profundidade, especialmente ao incluir convites para o público ouvir Cortella falar sobre o livro em eventos e talk shows. Isso adiciona uma camada de interação mais profunda, já que o público pode participar de discussões ao vivo e acessar um conteúdo mais rico do que uma postagem comum.

LinkedIn:

O LinkedIn traz caráter mais profissional e intelectual, amplamente reconhecido e utilizado como uma rede social focada em conexão profissional, desenvolvimento de carreira e discussões intelectuais em torno de diversos setores e temas, o que implica em que a profundidade da mensagem filosófica sobre o lançamento pode ter mais adesão por esse público sendo uma abordagem técnica e focada nos temas filosóficos, o que reforça a profundidade do conteúdo.

TalkShow:

O talk show aprofundou a conexão com o público ao permitir discussões reflexivas, interação direta por meio de perguntas e respostas, e uma exploração mais detalhada dos temas do livro, enriquecida pela mediação de Milton Jung.

Conclusão:

A profundidade das postagens foi garantida por meio de perguntas reflexivas, vídeos explicativos e convites para eventos, permitindo que os seguidores se aprofundassem nos temas centrais do livro. A profundidade foi perceptível nas plataformas, onde a interação visual e os vídeos foram fundamentais.

3. Expansão

A expansão está relacionada à contribuição de cada nova mídia para a construção do universo narrativo do livro, trazendo novos elementos ou perspectivas que enriquecem a história central.

Instagram:

O Instagram ofereceu expansão ao trazer colaborações e discussões que não estavam presentes em outras plataformas. As colaborações com figuras públicas como Milton Jung trouxeram novas vozes à narrativa do livro, introduzindo uma perspectiva externa que complementa a visão de Cortella.

Facebook:

O Facebook também contribuiu para a expansão ao incluir links e convites para talk shows e discussões ao vivo, permitindo que o público tenha acesso a novas experiências e visões que não estavam presentes nas postagens estáticas.

LinkedIn:

A postagem no LinkedIn, embora única, trouxe uma perspectiva mais acadêmica e profissional sobre o livro, contribuindo com uma visão distinta daquelas presentes no Instagram e Facebook, o que expande o universo filosófico discutido por Cortella.

TalkShow:

A mediação de Milton Jung trouxe novas perspectivas aos temas do livro, enquanto o formato presencial permitiu a inclusão de perguntas e histórias que enriqueceram o debate. Cortella também abordou a influência de eventos históricos na filosofia e religião, ampliando o universo narrativo.

Conclusão:

A expansão foi realizada de forma eficaz por meio de colaborações e novas vozes no Instagram e Facebook, enquanto o LinkedIn adicionou uma camada mais técnica ao debate, o TalkShow também foi muito significativo ao trazer novas perspectivas e permitir a interação direta com o público. Cada plataforma adicionou algo novo à narrativa do livro, contribuindo para uma experiência transmídia mais rica e completa.

4. DISCUSSÃO

Ao analisar os resultados obtidos, percebe-se que a estratégia transmídia utilizada na divulgação do livro “Deus nos Livres” de Mário Sérgio Cortella explorou bem as diferentes plataformas digitais, mas também revelou alguns desafios e oportunidades de melhoria. A transmídia não se trata apenas de replicar um conteúdo em vários canais, mas sim de distribuir e adaptar a mensagem conforme as características de cada meio, criando uma experiência mais profunda e integrada para o público. Essa estratégia tem sido cada vez mais importante no cenário digital, onde a informação circula rapidamente e existe um público disperso em diversas mídias.

Dentro desse contexto, um conceito fundamental para entender essa dinâmica é a convergência de mídia, tema central dos estudos de Jenkins (2006). Convergência significa que os diferentes meios de comunicação não operam mais de forma isolada, como no passado, quando a televisão, o rádio e os jornais eram completamente independentes entre si. Hoje, os conteúdos se interligam e se complementam. Um exemplo disso na divulgação do livro foi a forma como Cortella utilizou vídeos curtos no Instagram para gerar curiosidade, enquanto no Facebook havia postagens mais reflexivas que aprofundaram o tema. Já no Talk Show, ele teve a oportunidade de expor de forma mais detalhada suas ideias, trazendo uma nova dimensão à discussão. Esse cruzamento de plataformas mostra que a convergência de mídia não apenas diversifica os canais de comunicação, mas também amplia a compreensão do público sobre a mensagem, pois cada meio acrescenta um novo ponto de vista ou formato de interação.

A continuidade da narrativa foi um dos aspectos mais evidentes da estratégia transmídia adotada, o material foi elaborado de maneira consistente, sem significativas interrupções na mensagem principal. No Instagram, Cortella empregou ferramentas como vídeos breves e ilustrações para tornar o material mais acessível e atrativo. O efeito disso pode ser percebido no número de interações: publicações com trechos do livro ou falas do autor obtiveram mais curtidas e comentários do que publicações convencionais, evidenciando um maior envolvimento do público. No Facebook, a abordagem foi um pouco mais reflexiva, possibilitando que os seguidores participassem de discussões mais profundas nos comentários. No Talk Show, a mediação introduziu novas interpretações e enriqueceu o debate sobre os assuntos tratados no livro, demonstrando que a transmídia não apenas dissemina a mesma mensagem, mas possibilita novas interpretações sobre o conteúdo original.

Outro aspecto significativo foi a profundidade do conteúdo. Ao examinar as publicações e interações, tornou-se evidente que a promoção do livro não se restringiu a anunciar a obra, mas procurou incitar o público a contemplar suas ideias. Este é um elemento fundamental da transmídia: não apenas promover um produto, mas criar um universo de significado ao seu redor. No Instagram e Facebook, foram utilizadas pequenas instigações. Um exemplo foi a publicação sobre a frase "A liberdade não reside em fazer o que se deseja, mas em desejar o que se deve". No Talk Show, as discussões introduziram novos elementos e contextualizaram os conceitos do livro de maneira mais abrangente, permitindo que mesmo aqueles que não leram a obra pudessem entender sua essência.

A expansão do universo narrativo também se revelou um aspecto significativo, para além das mídias sociais e do programa de entrevistas. Embora bem estruturada, a estratégia apresentou algumas limitações que poderiam ser ajustadas para expandir ainda mais seu impacto. Um dos desafios da transmídia é assegurar que todas as plataformas estejam bem interligadas e que cada uma ofereça algo novo para a experiência do público. No que tange à promoção do livro, algumas redes sociais demonstraram uma participação mais ativa do que outras. O LinkedIn, por exemplo, foi pouco utilizado, mesmo sendo uma plataforma onde discussões filosóficas e acadêmicas poderiam ter um grande efeito.

A estratégia transmídia utilizada conseguiu gerar um ótimo alcance e estimular debates sobre os temas tratados na obra. Entretanto, a convergência de mídias, conforme Jenkins (2006), não se limita apenas à presença em múltiplas plataformas; trata-se da conexão estratégica desses ambientes para oferecer uma experiência coesa e significativa ao público. O público anseia por interagir, participar e se envolver com a narrativa, exigindo que marcas, autores e criadores de conteúdo busquem novas formas de contar suas histórias.

A estratégia empregada para o lançamento da obra *Deus nos Livre*, de Mario Sérgio Cortella, exemplifica como a lógica transmidiática pode ser aplicada de maneira eficaz em ações de menor escala, expandindo o alcance do conteúdo e promovendo maior envolvimento do público.

A campanha transmídia implementada no lançamento do livro *Deus nos Livre* ilustra essa adaptabilidade da estratégia, vemos que Cortella e sua equipe empregou diversas plataformas digitais, como Instagram, Facebook e LinkedIn, além de entrevistas em programas de rádio e televisão, para propagar as ideias fundamentais

da obra. Cada canal de comunicação teve uma função específica dentro da narrativa abrangente, ampliando a experiência do público e permitindo variadas formas de interação. No Instagram, por exemplo, foram explorados trechos do livro em postagens visuais acompanhadas de breves reflexões, facilitando o compartilhamento e elevando a visibilidade da obra. No Facebook, a abordagem foi mais direcionada para o debate, fomentando a participação dos seguidores por meio de comentários e discussões sobre os temas tratados no livro. Já no LinkedIn, a promoção foi ajustada para um público mais acadêmico e corporativo, evidenciando a relevância da obra no contexto profissional e filosófico.

Vale lembrar, que segundo Scolari (2013), a narrativa transmídia permite que diversas plataformas desempenhem funções distintas na construção do significado da obra, contribuindo para a ampliação do impacto da mensagem. No caso do livro *Deus nos Livre*, essa abordagem possibilitou que diferentes públicos tivessem acesso ao conteúdo de maneiras variadas, promovendo não apenas a divulgação da obra, mas também um envolvimento mais profundo com seus temas. Esse fenômeno reforça a noção de que a transmídia pode ser empregada não somente em grandes lançamentos, mas também em iniciativas menores que almejem atingir diferentes audiências de forma segmentada e interativa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com tudo o que foi desenvolvido ao longo desta análise, pôde-se concluir que Mário Sérgio Cortella aplicou elementos da narrativa transmidiática, a qual Scolari (2013) propõe, ao divulgar o livro *Deus nos livre*. Para isso, buscou-se, desde o início, compreender o alcance de diferentes mídias em relação ao texto original, o que possibilitou a observação da amplitude e o envolvimento do público para com a obra proposta pelo autor.

Diante do exposto neste trabalho, a pesquisa elenca que a estratégia transmídia escolhida por Cortella consistiu em explorar várias plataformas, tais como Instagram, Facebook, LinkedIn e entrevistas em mídias tradicionais, ainda que abordando cada uma de maneira distinta. No Instagram, investiu-se em tornar o livro mais acessível por meio de publicação dinâmica, visual e atrativa dos trechos do livro. No Facebook, dedicou-se um pouco mais a discussões ou ao compartilhamento de informações bem embasadas, sempre com nível de conversa mais profundo que a do Instagram. O LinkedIn, por sua vez, foi a plataforma escolhida para uma “linha mestra” mais universitária e voltada para o mundo corporativo. Essa divisão, portanto, permitiu que públicos diferentes se interessassem pelo mesmo tema através de linguagem acessível e própria da plataforma certa.

A partir da análise dos indicadores de narrativa transmídia de Scolari (2013), ou seja, de expansão, continuidade e profundidade, concluiu-se que a campanha de lançamento do livro foi altamente coesa e integrada. A expansão se deu através da diversificação entre as mídias e da adequação da linguagem de acordo com cada meio escolhido. A continuidade, por sua vez, ocorreu na manutenção da fala da mensagem transmitida em todas as plataformas, e a profundidade foi garantida através de conteúdo mais detalhado, como entrevistas.

Assim, apesar dos resultados bem-sucedidos, a avaliação da análise também indica vários desafios e oportunidades de melhoria. Em particular, observa-se que algumas plataformas poderiam ter sido utilizadas de forma mais ampla – por exemplo, o LinkedIn poderia ter sido explorado mais a fundo para discussões filosóficas e acadêmicas. Além disso, uma maior interação com o público poderia ter sido incentivada por meio de abordagens e experiências participativas, que envolveriam ainda mais os leitores no texto.

Portanto, neste sentido, este estudo traz uma contribuição ao campo da comunicação ao exemplificar como a narrativa transmídia não é apenas uma estratégia utilizada por grandes franquias de entretenimento, mas por qualquer meio de promoção. Ao envolver diferentes plataformas e adaptar a mensagem a cada público, essa abordagem se mostra uma estratégia competente e pública à utilização no que se refere à audiência e à ascensão da importância da obra.

Por fim, espera-se que esta pesquisa sirva de base para estudos futuros que possam aprofundar a investigação sobre a interação entre transmídia, filosofia e comunicação digital, explorando novas abordagens e ferramentas tecnológicas que possam potencializar ainda mais o impacto das narrativas transmídia em diferentes contextos.

6. REFERÊNCIAS

CORTELLA, Mário Sérgio. **A escola e o conhecimento: fundamentos epistemológicos e políticos**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2015.

AUSTEN, Jane. **Orgulho e Preconceito**. 1. ed. Londres: T. Egerton, 1813.

BARBOSA, Marialva; MIELNICZUK, Luciana (Org.). **Jornalismo e Tecnologias Móveis**. Florianópolis: Insular, 2013

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

CAREY, James W. **Communication as culture: essays on media and society**. Boston: Unwin Hyman, 1989.

CERVANTES, Miguel de. **Don Quixote**. [s.l.]: Penguin Classics, 1605.

COMENIUS, João Amós. **Didactica magna**: Or, the great teaching art. Tradução: M. W. Keatinge. London: Adamant Press, 1657.

COMSCORE. **Mudanças no consumo digital 2022**. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2022/Mudancas-no-consumo-digital-2022>. Acesso em: 12/01/2025

CORTELLA, Mário Sérgio. **Educação, escola e docência: novos tempos, novas atitudes**. São Paulo: Cortez, 2014.

CORTELLA, Mário Sérgio. **Não nascemos prontos!** Provocações filosóficas. 1. ed. São Paulo: Editora Vozes, 2006.

_____. **Qual é a tua obra?** Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética. 1. ed. São Paulo: Editora Vozes, 2007.

_____. **Viver em paz para morrer em paz**: Paixão, sentido e felicidade. 1. ed. São Paulo: Editora Vozes, 2010.

_____. **Sobre a esperança**: Diálogo com Frei Betto. São Paulo: Editora Vozes, 2011.

_____; FUSCO, Edu; JEBAILI, Paulo. **Conectados, mas com cuidados!** 1. ed. São Paulo: Editora Cortez, 2024.

DeFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra J. **Teorias da Comunicação de Massa**. 5. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O anti-Édipo: Capitalismo e esquizofrenia**. Tradução: Luiz Orlandi; Roberto Machado. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 2016.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administrando a si mesmo**. São Paulo: Harvard Business Review, 2002.

DURANT, Will. **A história da filosofia**. Tradução de Luiz Carlos do Nascimento Silva. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 1996.

E-COMMERCE BRASIL. **Usuários de redes sociais crescerão em mais de 20% no Brasil até final de 2023**. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br>. Acesso em: 30 jul. 2024.

GLOBAL AD. **Redes sociais no Brasil em 2023**. Disponível em: <https://www.globalad.com.br>. Acesso em: 30 jul. 2024.

GOMERY, Douglas. **Media in society: An introduction**. 1. ed. Oxford: Oxford University Press, 2000.

GONTIJO, Reinaldo. **História da comunicação: da caverna ao chip**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

IRWIN, William (Org.). **The Simpsons and Philosophy: The D'oh! of Homer**. Chicago: Open Court, 2001.

IRWIN, William (Org.). **Matrix and Philosophy: Welcome to the Desert of the Real**. Chicago: Open Court, 2002.

JAMESON, Fredric. **Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism**. Durham: Duke University Press, 1991.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência: A Cultura Participativa e a Lógica da Mídia**. São Paulo: Aleph, 2009.

JORNAL DO COMÉRCIO. **Editora Vozes: Mais de um século de história**. 2022. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com.br>. Acesso em: 19 jun. 2024.

LIVRARIA VOZES. **Deus nos livre**. Disponível em: <https://www.livrariavozes.com.br>. Acesso em: 19 jun. 2024.

KELLNER, Douglas. **Cultura da mídia**. 1. ed. São Paulo: Edusc, 2001.

KINDER, Marsha. **Playing with power in movies, television, and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles**. 1. ed. Berkeley: University of California Press, 1991.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017

LONDON, Manuel. **Carreira sem fronteiras**. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2005.

NASAW, David. **The Chief: The Life of William Randolph Hearst**. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2001.

MCLUHAN, Marshall. **Understanding media: The extensions of man**. 1. ed. Nova York: McGraw Hill, 1964.

MOLEY, Raymond. **After Seven Years**. New York: Harper & Brothers, 1939.

NOGUEIRA, Carlos. "Entrevista a Carlos Nogueira: 'Ao longo dos mais de dois anos de gestação, sempre confiamos que o 'Outsiders' vinha preencher uma lacuna na oferta cultural.'" Cinema7Arte. 18 mar. 2022. Disponível em: <https://www.cinema7arte.com/entrevista-a-carlos-nogueira-ao-longo-dos-mais-de-dois-anos-de-gestacao-sempre-confiamos-que-o-outsiders-vinha-preencher-uma-lacuna-na-oferta-cultural/> (Acesso em: 18 mar. 2025).

NOVAES, Adauto. **Vozes do Brasil: Uma história editorial**. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

FINOM. **A educação e os valores no século XXI**. Disponível em: <https://finom.edu.br/assets/uploads/cursos/tcc/202104261604429.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2025.

PORTAL SÃO FRANCISCO. **Mario Sergio Cortella**. Disponível em: <https://www.portalsaofrancisco.com.br/biografias/mario-sergio-cortella>. Acesso em: 19 mar. 2025.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio no Brasil: histórias a serem contadas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 17, n. 2, p. 11-24, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n2p11>. Acesso em: 25 out. 2023.

RODRIGUES, Maria Carolina Ito. **Douglas Kellner: A cultura da mídia.** 2016. Disponível em: <https://www.academia.edu>. Acesso em: 15 jul. 2024.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Narrativas transmídia: Quando todos os meios contam.** 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SELARIN, Vania Cristina. Resenha: **Educação, Convivência e Ética: Audácia de Esperança!** de Mario Sergio Cortella. *Dialogia*, São Paulo, n. 24, p. 195-198, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/dialogia/article/view/5908>. Acesso em: 19 mar. 2025.

STATISTA. **Digital marketing report.** Disponível em: <https://www.statista.com>. Acesso em: 18 jul. 2024.

THOMPSON, Kristin. **From silver screen to small screen: A history of American cinema and television.** 1. ed. Nova York: Alfred A. Knopf, 1995.

VANZIN, Tarcisio; PALAZZO, Luiz Antônio Moro. **Cibersociedade e Novas Tecnologias.** Erechim: Deviant, 2018.

VIEIRA, Fátima. **Novas Tecnologias e Educação.** Porto: Universidade do Porto, 2014.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.