

PURPURINA: design transmídia aplicado a projeto cultural *queer*

PURPURINA: transmedia design applied to a queer cultural project

SENS, André Luiz; Doutor em Design; Universidade Federal de Santa Catarina

andre.sens@ufsc.br

Resumo

Purpurina é um projeto transmídia que busca, através da criação de mundo narrativo original e diferentes eixos artísticos, tais como música, teatro, audiovisual e digital, visibilizar a cultura queer, especialmente a arte drag. Iniciado em 2020, também se constitui como um projeto de extensão do Laboratório de Design, Audiovisual e Transmídia da Universidade Federal de Santa Catarina, que pesquisa e desenvolve ferramentas, procedimentos e conceitos associados à análise e desenvolvimento das dimensões de design de um projeto transmídia. O objetivo desse trabalho é, portanto, apresentar e analisar o projeto Purpurina, enfatizando os processos, elementos e estratégias de design utilizados, a partir do sistema TRADE (Sens, 2017), no qual apresenta um framework conceitual e ferramentas para a análise e criação em design transmídia.

Palavras-Chave: design transmídia; arte drag; cultura queer.

Abstract

Purpurina consists of a transmedia project that seeks, through the creation of an original narrative world and different artistic axes, such as music, theater, audiovisual and digital, to make queer culture visible, especially drag art. Started in 2020, this is also an extension project of the Design, Audiovisual and Transmedia Laboratory of the Federal University of Santa Catarina, which researches and develops tools, procedures and concepts associated with the analysis and development of design dimensions of a transmedia project. The objective of this work is, therefore, to present and analyze the Purpurina project, emphasizing the processes, elements and design strategies used, based on the TRADE system (Sens, 2017), which presents a conceptual framework and tools for analysis and creation in transmedia design.

Keywords: transmedia design; drag art; queer culture.

1 Introdução

Star Wars, Harry Potter, Mickey Mouse e demais franquias multinacionais de entretenimento sinalizam a presença cada vez mais constante de universos de histórias distribuídos entre múltiplas mídias ao qual somos convidados a participar, contribuir ou imergir nos mais variados eventos e mercados midiáticos. Publicações impressas, cinema, tevê, parques temáticos, redes sociais e demais acessos que contemplam diferentes dispositivos, plataformas e/ou ambientes que estimulam variados tipos de participação. Considerando não somente um consumo passivo, mas também interações mais próximas e ativas com seus personagens, cenários, eventos e demais elementos que constituem esses ecossistemas narrativos, especialmente através da decodificação, remixagem, compartilhamento e criação de conteúdos.

Nesse contexto é que o pesquisador Henry Jenkins (2003, 2006) desenvolve e discute conceitualmente as "narrativas transmídia", que consistem nessas histórias expandidas por variadas plataformas midiáticas, não só a partir de estratégias elaboradas pelas indústrias, como também através de iniciativas espontâneas tomadas por parte dos fãs.

Diante dessas possibilidades narrativas, calcadas nessa descentralização midiática, é possível a inclusão de novas e diferentes histórias, que contemplem outros relevantes discursos, atores e comunidades. Sobretudo aqueles que são usualmente negligenciados pela maior parte das produções audiovisuais, cênicas e/ou digitais, como no caso da comunidade LGBTQIAPN+. Afinal, diante de um país onde as narrativas se concentram em uma perspectiva majoritariamente heteronormativa e cisgênero, apresentar, promover e fomentar histórias que envolvam uma maior diversidade e representatividade de expressões de gênero e sexualidade parece se tornar valioso.

Nesse contexto, portanto, que se insere a proposta de "Purpurina", projeto transmídia que busca, através da criação de um mundo narrativo original em diferentes eixos artísticos, tais como música, teatro, audiovisual e digital, visibilizar a cultura queer, especialmente a arte drag. Iniciado em 2020, também se constitui em um projeto de extensão do grupo LAB DAT – Laboratório de Design, Audiovisual e Transmídia, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)¹, que pesquisa e desenvolve ferramentas, procedimentos e conceitos associados à análise e desenvolvimento das dimensões de design de um projeto transmídia.

Esse interesse do grupo pela pesquisa e prática em Design em projetos transmídia se justifica, pois, as narrativas transmídia apresentam campos que transcendem questões textuais. Envolvem também variadas e complexas instâncias interfaciais, com seus diferentes atores, plataformas e mercados. Dessa forma, o design transmídia se torna responsável pela análise e criação das interfaces que compõem os sistemas de um mundo narrativo multimídia, contribuindo com sua integração, interpretação, construção e manutenção (SENS, 2019).

O objetivo desse trabalho é, portanto, apresentar e analisar o projeto cultural Purpurina, enfatizando os processos, elementos e estratégias de design utilizados em quatro expansões midiáticas: "Perfil Purpurina", "Concurso Purpurina", "EP Purpurina" e "Purpurina - O Musical". O artigo, portanto, consiste em um estudo de caso a partir da apreciação dos conteúdos disponibilizados em suas respectivas plataformas, bem como sobre os relatos e documentações internas do grupo LAB DAT organizadas a partir do sistema TRADE, desenvolvido por Sens (2017).

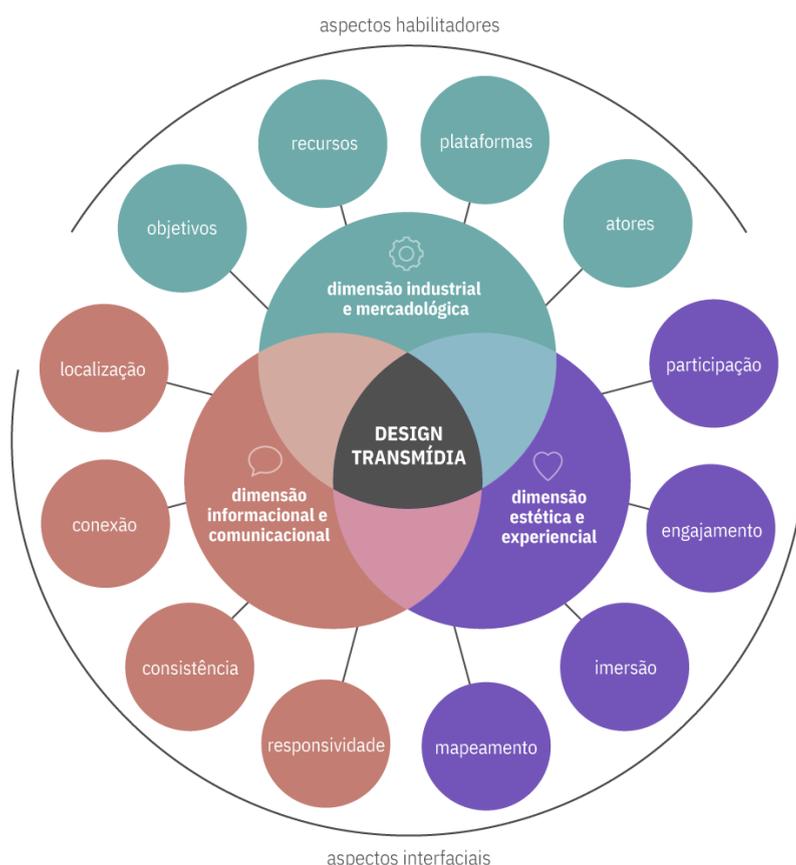
¹ Disponível em: https://www.instagram.com/lab_dat. Acesso em: 6 jun de 2024.

2 Design Transmídia

Stackelberg (2011), Gambarato (2013) e Ciancia (2015) são alguns dos principais autores que desenvolvem o conceito de design transmídia, que inclui, de maneira geral, os aspectos de interface que permitem a integração entre os vários sistemas que compõem um mundo narrativo multimidiático, ou contribuem para os processos associados a sua interpretação, construção ou manutenção.

Para Sens (2021), o design transmídia compreende três dimensões (figura 1): (a) Industrial e mercadológica: elementos responsáveis pela viabilização e sustentabilidade técnica e econômica das interações de consumo e produção de um projeto transmídia; (b) Informacional e comunicacional: configurações de interface que contribuem para a qualidade informacional e comunicacional das conexões e mensagens que constituem o mundo narrativo, principalmente no que se refere à eficiência da navegação dos atores entre os espaços midiáticos; (c) Estética e experiencial: oportunidades e mecanismos estéticos e multissensoriais presentes na interface que definem possibilidades experienciais relacionadas à construção e percepção de um mundo narrativo.

Figura 1 - Dimensões do Design Transmídia.



Fonte: Sens (2021)

Na dimensão industrial e mercadológica, são identificados quatro critérios: objetivos, atores, recursos e plataformas. Os objetivos, correspondem às metas e estratégias econômicas, expressivas e/ou artísticas que norteiam o desenvolvimento das interfaces. Consideram-se como

atores os indivíduos, marcas e organizações que interagem com a mídia em qualquer nível de participação, desde o consumo integralmente passivo até a criação proativa de conteúdos. Os recursos são definidos como os ativos físicos, intelectuais, humanos e financeiros que viabilizam as interfaces midiáticas do projeto; E as plataformas tratam dos dispositivos e suportes que permitem a interação com o conteúdo narrativo.

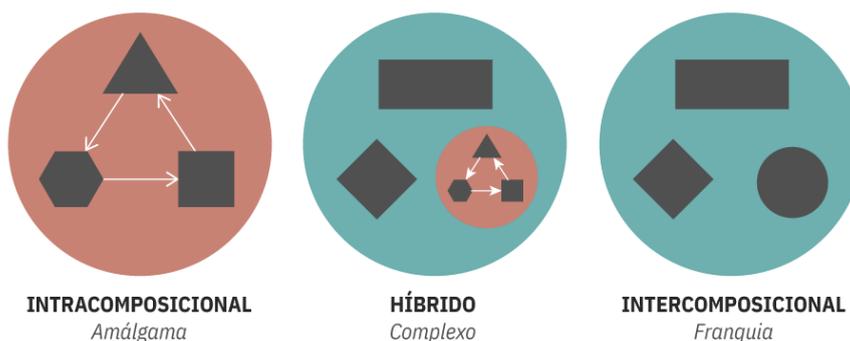
Os critérios da dimensão informacional e comunicacional são: localização, consistência, conexão e responsividade. A localização considera os elementos na interface que orientam os atores sobre qual espaço do mundo narrativo se encontram e quais rumos podem tomar. A conexão é definida pelos componentes que permitem ou convidam os atores a se mover entre as diferentes mídias do projeto, além de possibilitar a criação de novas “pontes”. A consistência refere-se aos elementos na interface que garantem a coerência ou continuidade narrativa em relação às demais mídias do mundo; E, por último, a responsividade corresponde às respostas ou flexibilizações às diferentes categorias de busca, acesso, interação e participação a determinado componente narrativo.

Já a dimensão estética e experiencial compreende os critérios: participação, engajamento, imersão e mapeamento. A participação trata das diferentes possibilidades de ações e comportamentos que podem ser realizados nas mídias do projeto, conforme a qualidade dos *affordances* envolvidos. O engajamento refere-se aos mecanismos interativos que contribuem para produção e compartilhamento de informações e conteúdos. A imersão aborda os elementos sensoriais e simbólicos que produzem estímulos ilusórios associados a um senso de inserção ou pertencimento ao universo das histórias; E o mapeamento consiste nos mecanismos que permitem a organização ou definição dos conteúdos canônicos em determinado mundo narrativo.

Essas dimensões e critérios são organizados no framework conceitual do sistema TRADE (SENS, 2017), o qual é composto de um framework conceitual somado a procedimentos e ferramentas para auxiliar na análise e desenvolvimento dos aspectos de design de um projeto transmídia: o mapa do mundo e o quadro midiático.

O mapa do mundo (SENS, 2017) é um esquema gráfico que compreende as relações entre as composições midiáticas do ecossistema narrativo. Pode se apresentar diferentemente, dependendo do tipo de projeto – intracomposicionais (ou amálgamas), intercomposicionais (ou franquias) ou híbridos – da qualidade e da quantidade de mídias (filme, aplicativo, livro, parque de diversões, *graphic novel*, peça teatral, entre outras), bem como o número e espécie de translinks, isto é, dos *rabbit roles*, pistas migratórias, *hashtags*, *hiperlinks* e outros elementos de conexão entre cada uma das composições midiáticas (figura 2).

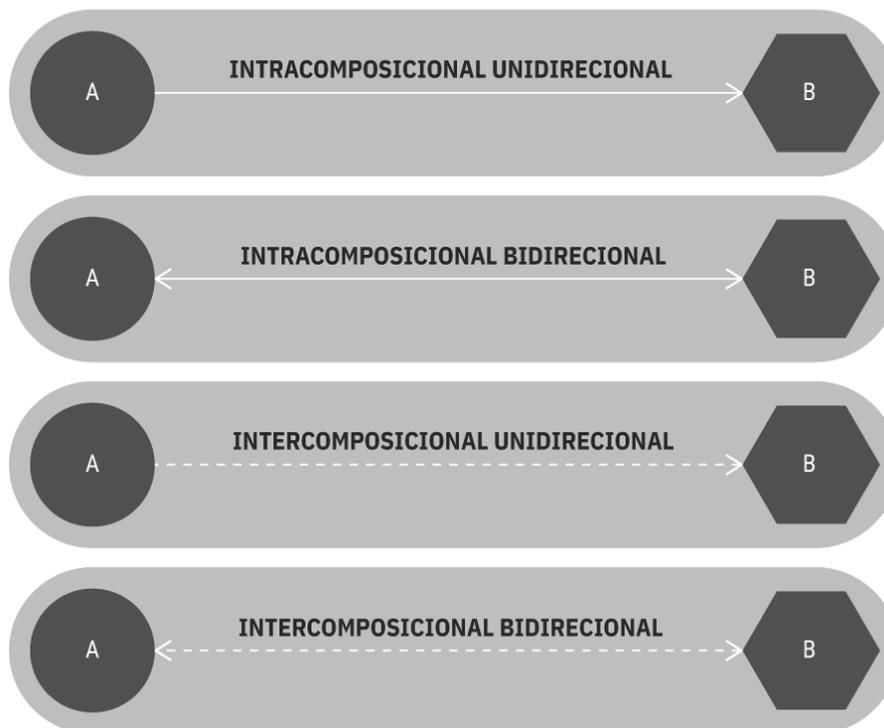
Figura 2 - Categorias de projeto transmídia: amálgama, híbrido e franquia.



Fonte: Sens (2017)

Para Sens (2017), não existem muitas regras formais de disposição e apresentação das composições, com exceção da "nave-mãe" (ou mídia principal), que deve apresentar algum destaque visual, e para os translinks, que precisam ser diferenciados de acordo com sua tipologia. Ele, então, sugere que os translinks intracomposicionais se apresentem em linhas contínuas e os translinks intercomposicionais sejam representados em descontinuidade. A seta pode indicar o caminho de direção entre mídias. Caso haja o mesmo tipo de ligação no sentido oposto, o translink unidirecional pode receber outra seta contrária, tornando-a bidirecional, conforme figura 3.

Figura 3 - Tipos de translinks.



Fonte: Sens (2017)

Embora o mapa represente a relação estática de elementos, o autor considera a necessidade de atualização do diagrama em virtude da condição dinâmica de um mundo narrativo e das novas extensões que eventualmente surjam ao longo do tempo. Deve servir como um instrumento que sirva tanto para o processo de criação do projeto, como também de sua análise e manutenção ao longo de seu desenvolvimento sistêmico e potencialmente infundável.

Já o quadro midiático (figura 4) se propõe a ser um instrumento de avaliação da presença do design conforme os critérios e abordagens adotadas no *framework* conceitual em cada uma das mídias que compõem o mapa do mundo do projeto. O quadro é organizado em quatro grupos, formado pelas dimensões do *framework* conceitual, mais um, sobre os componentes narrativos específicos da composição midiática: história (eventos, fatos e/ou conteúdos contemplados), personagens (quem aparece), tempo (quando acontece) e espaço (onde se encontram).

Figura 4 - Quadro Midiático do Sistema TRADE.



Fonte: Sens (2021)

Dessa forma, as ferramentas do sistema TRADE apresentadas aqui permitem não só analisar o que foi realizado, como também servir de subsídio para pensar as potencialidades transmidiáticas dentre as interfaces de um projeto, assim como foi realizado em Purpurina.

3 Purpurina

Iniciado em 2020, o projeto transmídia Purpurina consiste em uma série de ações de artes integradas inserida em um mundo narrativo multimidiático totalmente original, que integra música, teatro, audiovisual e redes sociais, cujo tema principal se desenvolve em torno da arte e cultura drag e de elementos da cultura LGBTQIAPN+. A ideia é impactar os mais diferentes públicos, por diferentes plataformas, seja a partir das histórias das personagens, ou através do engajamento e colaboração das artistas drag do mundo real, com suas performances, expressões e relatos.

Um dos principais cenários desse universo narrativo ficcional é a casa Purpurina, um espaço de shows localizado no fictício distrito de Magnólia, famoso por suas performances drag. Serve também como um lar de acolhimento a artistas minorizados, especialmente àqueles oprimidos ou negligenciados socialmente, principalmente por conta de seu gênero ou sexualidade.

Entre as personagens, estão:

Quadro 1 - Personagens de Purpurina

Personagem	Perfil
Perla Purple	Famosa drag queen dos anos de 1990 e atual dona da casa Purpurina. Apesar do pulso forte na gerência do estabelecimento e no cuidado com seus artistas, apresenta uma grande fragilidade emocional associada à idade.
Sandra	Na busca pelo sonho da carreira de modelo, deixa para trás a arte drag, sua família e sua identidade masculina para viver em Magnólia. Corajosa e impetuosa, não costuma responder com passividade às constantes situações embaraçosas de assédio e violência que passa.
Miguel/Elina	O estudante de Direito adora se vestir com roupas femininas e usar maquiagem, mas em seu quarto, às escondidas de seus pais conservadores. No entanto, após sair de casa e ser acolhido pela casa Purpurina e seu ídolo Perla Purple, o garoto inicia uma emocionante jornada na construção de sua drag Elina.
Rita	Além de arrasar em suas incríveis performances musicais quando drag, é também reconhecida entre as artistas da casa como a "louca dos signos". Também costuma dar conselhos assertivos através das cartas de tarô, especialmente para Perla, sua melhor amiga.
Isaque	É responsável pelos figurinos de Purpurina e auxilia na produção artística das apresentações. Também performa como drag king na casa, onde costuma chamar a atenção por sua expressiva qualidade vocal, seus looks extravagantes e sua personalidade forte e sensual.
Mabel	Nos palcos, sua drag queen causa fascínio nos frequentadores da casa por conta de sua beleza e exuberância. Fora deles, passa boa parte do tempo biscoitando nas redes sociais, seja para ampliar sua base de fãs, como para manter a lista de "contatinhos" atualizada.
Virgílio	Apesar de ser considerado um policial correto, em casa abusa de seu autoritarismo, ao assumir uma postura fria, conservadora e machista com sua esposa Raquel e seu filho Miguel.
Raquel	Evangélica e de família tradicional, a mulher de Virgílio é dona-de-casa e dedica boa parte de sua vida ao marido, apesar de seu comportamento abusivo, e ao filho, embora não entenda seus terríveis "pecados".
Diogo	Fotógrafo jovem, misterioso e sedutor. Apresenta problemas psicológicos graves, que se revelam no relacionamento abusivo com Perla e nos ataques à Sandra e Miguel.
A Nova Hera	Drag queen anfitriã da casa Purpurina, desde 2020.
Gab Gab	Drag queen anfitriã da casa Purpurina, desde 2024.
Lummy	Cantor queer intérprete a canção Purpurina, hino da casa.
Amanda	Coreógrafa do elenco de Purpurina.
Elenco de Purpurina	Drag queen, kings e queers que trabalham na casa Purpurina

Fonte: Própria (2024).

Vale destacar que existem dentro dessa relação, personagens que transcendem o universo ficcional, como, por exemplo, as drags A Nova Hera e Gab Gab e a coreógrafa Amanda, presentes no mundo real, desenvolvendo suas histórias para além das expansões canônicas de projeto. Essas presenças (assim como outras pontuais em algumas das ações) reforçam, portanto, uma característica diegética de conectar com as mídias, atores e dinâmicas sociais do mundo real.

Desde 2020, esses cenários, personagens e demais componentes narrativos foram explorados em diferentes ações midiáticas, contemplando variadas modalidades artísticas e culturais:

- **Perfil Purpurina²**: desde 2020, a casa Purpurina está presente no Instagram, onde são apresentadas as artistas e novidades sobre o estabelecimento, além de curiosidades, informações, memes e outros conteúdos sobre a cultura drag e o universo LGBTQIAPN+;
- **Concurso Purpurina**: competição virtual realizada em 2020 com drags de todo o Brasil através do perfil @casapurpurina no Instagram e no canal do LAB DAT³ no YouTube;
- **EP Purpurina⁴**: em 2021, foram disponibilizados quatro fonogramas originais reunidos em um álbum musical distribuído nas principais plataformas de streaming musical;
- **Lyric video Purpurina⁵**: com o lançamento da música carro-chefe “Purpurina”, um dos fonogramas do EP Purpurina, também foi disponibilizado no YouTube um *lyric video* especial, uma animação com as mascotes drag do projeto — Belinda Glam, Latifa Ross e Kora Blue;
- **Vídeo coreográfico Purpurina⁶**: além do vídeo da letra musical, foi também lançado no YouTube outro vídeo com a coreografia oficial da música Purpurina, realizada por cinco dançarinas;
- **Festival Purpurina⁷**: em 2022, foi apresentado um programa especial para o YouTube com performances de artistas drag de todo o país;
- **Videoclipe Arco-íris⁸**: a música “Arco-Íris”, também do EP Purpurina, recebeu em 2022 uma interpretação performática pela drag queen Hera, em formato de videoclipe para o YouTube;
- **Purpurina — O Musical⁹**: em 2022, estreou no Teatro Governador Pedro Ivo, em Florianópolis, a peça musical do projeto, uma história inédita interpretada por um elenco de 20 artistas e formada por 13 músicas originais e 5 performances coreográficas;
- **Lipsync Killers¹⁰**: jogo digital para celulares lançado em 2020, que consiste em uma divertida competição de performances de dublagem com personagens drag;
- **Batalha Purpurina de Lipsync Killers¹¹**: realizado em 2021, competição digital de performances de dublagem com artistas drag do Brasil, através de um formato audiovisual semelhante a um game, ocorrida nos perfis de Purpurina (@casapurpurina) e do jogo Lipsync Killers (@lipsynckillers).

² Disponível em: <https://www.instagram.com/casapurpurina>. Acesso em: 6 jun de 2024.

³ Disponível em: https://www.youtube.com/lab_dat. Acesso em: 6 jun de 2024.

⁴ Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/artist/2yEtfkEfMmgaN4hWcGsf3z>. Acesso em: 6 jun de 2024

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=00Mha1DGNAk>. Acesso em: 6 jun de 2024

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QLFvP01sAZQ>. Acesso em: 6 jun de 2024

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZG30944RQ-s>. Acesso em: 6 jun de 2024

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Fe8S8AQFY2g>. Acesso em: 6 jun de 2024

⁹ Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/programacao/1728-purpurina-o-musical>. Acesso em: 6 jun de 2024

¹⁰ Disponível em: <https://www.lipsynckillers.com>. Acesso em: 6 jun de 2024

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CRhzkniDUxX/>. Acesso em: 6 jun de 2024

Todas essas expansões são organizadas no Mapa do Mundo do projeto, onde são explicitadas as expansões midiáticas e seus translinks, conforme figura 5 abaixo:

Figura 5 - Mapa do Mundo de Purpurina.



Fonte: Própria (2024).

Conforme o mapa do mundo de Purpurina, é possível notar diferentes tipos de translinks, inter e intra composicionais, além de uni e bi direcionais. A respeito dessas conexões, serão detalhadas neste trabalho aquelas referentes aos quadros midiáticos apresentados na próxima sessão.

4 O design das expansões de Purpurina

Conforme salientado anteriormente, o Sistema TRADE, de Sens (2017), considera que o design de um projeto transmídia considera seus aspectos viabilizadores e interfaciais em seu processo de construção, distribuição e consumo. Para demonstração e análise dos aspectos de design transmídia de Purpurina, foram escolhidos os quadros midiáticos de quatro de suas expansões: Perfil Purpurina, Concurso Purpurina, EP Purpurina e Purpurina – O Musical.

Perfil Purpurina

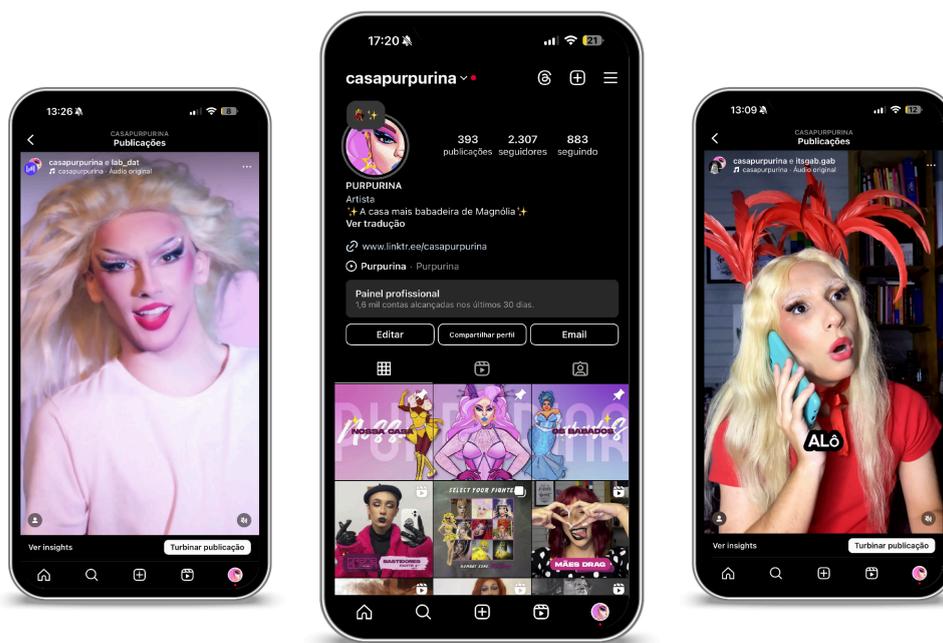
O perfil Purpurina, presente na rede social Instagram de 2020, é desenvolvido desde seu lançamento majoritariamente por bolsistas e estudantes voluntários de Design, Animação, Cinema

e/ou Artes Cênicas da Universidade Federal De Santa Catarina e coordenado pelo professor André Luiz Sens. O objetivo dessa mídia é apresentar e promover o projeto, bem como as demais ações associadas, por vezes atuando como parte integrante dessas outras ações.

Os recursos necessários para o desenvolvimento dessa ação envolve produção e gestão de conteúdos para as redes sociais, incluindo capacidades de redação, design gráfico, *motion graphics*, edição de vídeo, entre outros. Boa parte desses recursos são supridos pelos estudantes da UFSC. Por vezes, alguns personagens de Purpurina protagonizam alguns dos conteúdos fotográficos e audiovisuais, demandando a participação de elenco e outros profissionais associados a captação e produção de vídeo.

Essa ação midiática (figura 6) é caracterizada como um perfil no Instagram da casa de shows fictícia Purpurina. Essa informação é sinalizada em sua bio, a partir da descrição no topo da página: "A casa mais babadeira de Magnólia". Essa mensagem é reforçada através de alguns de seus conteúdos, como os vídeos em formato *Reels*, protagonizados pela personagem drag queen Gab Gab, nos quais se apresenta como *hostess* da casa. Essas informações visuais e textuais, além de atribuir consistência e localização narrativas, favorecem a experiência imersiva dessa composição.

Figura 6 - Perfil Purpurina



Fonte: Própria (2024).

Além da marca gráfica, as mascotes drag presentes na foto de perfil e em outros conteúdos ao longo do *feed*, se relacionam com outras composições onde elas estão presentes: como protagonistas do *lyric video* da música Purpurina, nas capas das músicas do EP Purpurina, nos anúncios de Purpurina – O Musical e como personagens do jogo Lipsync Killers.

Essa ação também se torna peça central, pois favorece o mapeamento das composições midiáticas do projeto, visto que por essa plataforma são anunciadas ou apresentadas, através de imagens, fotografias e vídeos, as demais. Em alguns casos, as outras ações acontecem integral ou parcialmente no próprio perfil do Instagram, como o Concurso Purpurina e a Batalha Purpurina de Lipsync Killers.

Para além desses materiais e menções a outras ações que acontecem no próprio perfil do Instagram, são disponibilizados ainda na bio hiperlinks para conteúdos do Concurso Purpurina, do Festival Purpurina e do EP Purpurina no Spotify, favorecendo as conexões com outras composições.

Por estar inserida em uma rede social, é natural que essa composição midiática se acomode as dinâmicas da própria plataforma, que permitem diferentes tipos de participação, nos quais os usuários podem curtir, comentar, entre outras possibilidades de interações nativas. Além das curtidas e comentários, que favorecem também o engajamento, são solicitadas em alguns momentos contribuições dos usuários com vídeos, imagens e textos nos quais auxiliam na construção de novos conteúdos originais para o perfil. Entre essas solicitações, vale destacar os vídeos enviados por artistas drag brasileiras para o Concurso Purpurina e a Batalha Purpurina de Lipsync Killers.

Outro aspecto inerente a qualquer mídia social costuma ser sua responsividade, não só relacionada ao acesso a partir de diferentes dispositivos e navegadores, como também a forma que os conteúdos são personalizados ao usuário a partir dos comportamentos de interação.

Quadro 2 - Quadro midiático do perfil Purpurina.

COMPONENTES NARRATIVOS	
HISTÓRIA	Perfil fictício da casa de shows Purpurina, com conteúdos de divulgação do empreendimento, de eventos relacionados (como o Concurso Purpurina) e outros materiais associados à arte drag e a cultura LGBTQIAPN+.
PERSONAGENS	Gab Gab, Hera, Perla Purple e eventualmente demais personagens da casa.
TEMPO	Atualidade.
ESPAÇO	Virtual.
COMPONENTES DE DESIGN	
Critérios Industriais e Mercadológicos	
OBJETIVOS	Desenvolver a narrativa nas redes sociais para o público digital; Promover o projeto, bem como as demais ações associadas.
RECURSOS	Gestão de redes sociais, redação, design gráfico, <i>motion graphics</i> e edição de vídeo.
PLATAFORMAS	Instagram.
ATORES	Artistas drag e demais usuários interessados na arte drag e cultura LGBTQIAPN+.
Critérios Informacionais e Comunicacionais	
LOCALIZAÇÃO	Descrição do perfil (bio, identidade visual e url).
CONEXÃO	São disponibilizados na bio, links para outras expansões do projeto, como o Festival Purpurina e o EP Purpurina. Algumas ações são realizadas no próprio perfil, como o Concurso Purpurina e a Batalha Purpurina de Lipsync Killers.
CONSISTÊNCIA	Presença das personagens, a descrição do perfil ("A casa mais babadeira de Magnólia")

e identidade visual (mascotes e marca gráfica).

RESPONSIVIDADE	O Instagram permite acesso em diferentes dispositivos e navegadores e a forma que os conteúdos são apresentados são personalizados a partir dos comportamentos de interação.
Critérios Estéticos e Experienciais	
PARTICIPAÇÃO	Os usuários podem curtir, comentar, compartilhar e realizar as demais interações nativas do Instagram.
ENGAJAMENTO	Além das curtidas e comentários, é solicitada a contribuição dos atores através de vídeos, imagens e outros materiais que alimentam a mídia com novos conteúdos.
IMERSÃO	O perfil simula a conta da casa de show Purpurina, tanto nos conteúdos como nas interações e respostas com os usuários.
MAPEAMENTO	Os conteúdos na rede social serve como um agregador de conteúdos associados a todos os eventos associados a marca.

Fonte: Própria (2024).

Álbum Musical Purpurina

Em 2021, foram disponibilizados quatro fonogramas originais reunidos em um EP musical distribuído na maioria das plataformas de *streaming* musical (Spotify, Deezer, Apple Music, YouTube Music, Tidal e outros): “Purpurina”, “Eu Sou Assim”, “Arco-íris” e “Tic-tac”. As canções, de gênero pop, trazem mensagens associadas às lutas da comunidade LGBTQIAPN+ (figura 7).

Figura 7 - EP Purpurina no Spotify.



Fonte: Própria (2024).

O projeto foi viabilizado financeiramente a partir do Prêmio Elisabete Anderle de Incentivo a Cultura – Edição 2021, do Governo do Estado de Santa Catarina, no qual permitiu a produção musical, distribuição dos fonogramas e divulgação nas redes sociais. Como contrapartida social do projeto, item usual dos editais de fomento cultural, foi realizado o Concurso Purpurina, concomitantemente ao lançamento do álbum musical.

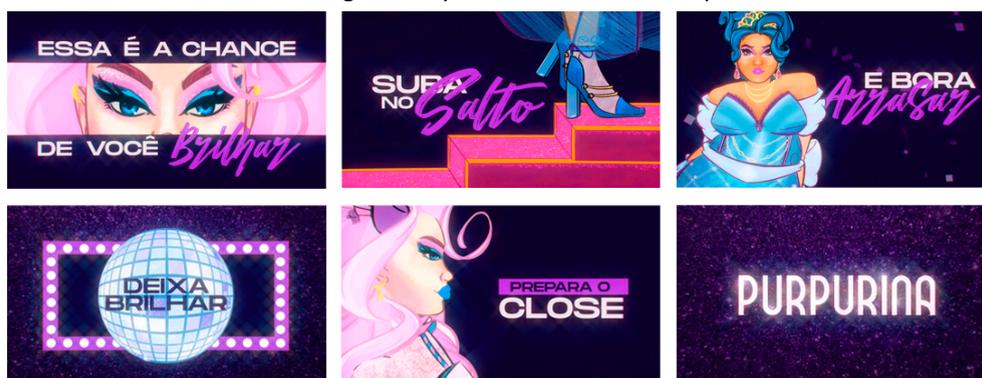
Como estratégia de disponibilização, foram inicialmente lançadas nas plataformas como *singles* as músicas Purpurina, Eu Sou Assim, Arco-íris em tempos distintos, que coincidiam aproximadamente com os períodos das etapas do Concurso Purpurina (a ser detalhada posteriormente), servindo inclusive como uma ação de divulgação para as músicas. Posteriormente, foi lançado o EP com os três já lançados singles com o acréscimo da música Tic-tac.

De modo a garantir sua inserção e consistência com o mundo narrativo de Purpurina, a interpretação das músicas foi delegada às personagens: Perla Purple (interpretado por Vinícius Tancredo), Miguel/Elina (por Ismael Loch), Sandra (por Julie Vigano), Mabel (por Notli Airan), Isaque (por Louise Enriconi), Rita (por Gabi Dutra) e Lummy (por Jamil Vigano). A ênfase nas personagens é evidenciada no perfil das plataformas musicais, que destaca apenas "Purpurina" como intérprete, não os cantores efetivamente.

Essas músicas integram Purpurina – O Musical e são interpretadas pelas mesmas personagens – e seus respectivos artistas responsáveis pelas vozes nas canções¹² –, estabelecendo outro importante ponto de consistência.

Além disso, o design das capas e os visualizadores (especificamente no Spotify) se relacionam com elementos presentes em outras composições. As mascotes do projeto e a marca gráfica, componentes identitários nas plataformas, estão também no *lyric video* da música Purpurina (figura 8), peça audiovisual em formato de animação lançado no YouTube em 2021, juntamente com seu single.

Figura 8 - Lyric video da música Purpurina



Fonte: Própria (2024).

Quadro 3 - Quadro midiático do EP Purpurina.

COMPONENTES NARRATIVOS

¹² Com exceção de Ismael Loch, que foi interpretado na peça por Jamil Vigano.

HISTÓRIA	Quatro músicas de gênero pop com mensagens alegóricas associadas às lutas da comunidade LGBTQIAPN+. Fazem parte da trilha do espetáculo Purpurina – O Musical.
PERSONAGENS	Perla Purple, Miguel/Elina, Sandra, Mabel, Isaque, Rita e Lummy.
TEMPO	Atualidade.
ESPAÇO	Virtual.

COMPONENTES DE DESIGN

Critérios Industriais e Mercadológicos

OBJETIVOS	Disponibilizar músicas originais ao público LGBTQIAPN+; Promover o espetáculo Purpurina – O Musical e demais ações associadas às canções.
RECURSOS	Composição e produção musical, gravação, mixagem, masterização e distribuição fonográfica.
PLATAFORMAS	Spotify, Deezer, Apple Music, YouTube Music, Tidal e outros.
ATORES	Audiência interessada em música pop, arte drag e cultura LGBTQIAPN+

Critérios Informacionais e Comunicacionais

LOCALIZAÇÃO	Capa do EP, visualizadores e descrições textuais nas plataformas fonográficas.
CONEXÃO	Não se aplica.
CONSISTÊNCIA	Interpretação das músicas realizada pelas personagens; Mascotes e marca gráfica do projeto presentes na capa e nos visualizadores.
RESPONSIVIDADE	Disponibilização das músicas disponível em variadas plataformas, em diferentes dispositivos.

Critérios Estéticos e Experienciais

PARTICIPAÇÃO	Os usuários podem tocar, curtir, adicionar em playlists, seguir o perfil, além das demais interações nativas do Spotify e demais plataformas de streaming musical.
ENGAJAMENTO	As canções podem ser utilizadas em conteúdos em outras mídias, especialmente em postagens nas redes sociais.
IMERSÃO	As personagens são assumidas como intérpretes.
MAPEAMENTO	Não há mapeamento.

Fonte: Própria (2024).

Concurso Purpurina

Realizada em 2020, o Concurso Purpurina foi uma competição ocorrida virtualmente com artistas drag de todo o Brasil através do perfil Purpurina no Instagram e no canal do LAB DAT no YouTube. O evento ocorreu concomitantemente com o lançamento do EP Purpurina e serviu também como estratégia para a promoção das músicas.

Além do vínculo com o álbum musical, essa ação visava selecionar três drags a participar da final fictícia do próprio Concurso Purpurina ocorrida durante Purpurina – O Musical, de modo a estabelecer mais um elemento de consistência narrativa entre as composições.

Assim como o próprio perfil Purpurina, a ação foi viabilizada através do apoio dos estudantes da UFSC na gestão e produção dos conteúdos para as redes sociais, das artistas que interpretaram as personagens, além de aportes financeiros¹³ específicos para a execução da produção audiovisual, incluindo cenário, figurino, maquiagem, iluminação, captação e edição. Vale ressaltar ainda que boa parte dos materiais audiovisuais presentes provieram das próprias artistas participantes da competição, que os realizaram de maneira independente e considerando as restrições sanitárias¹⁴ vigentes naquele momento.

As inscrições foram lançadas a partir de um vídeo¹⁵ (figura 9), disponibilizado no YouTube e no perfil Purpurina, convidando drag queens, queers e kings de todo o Brasil a participarem da competição. Lummy, Perla Purple e Hera reforçam o convite nessa peça, citando o bordão "Se joga, Purpurina!", expressão mencionada em diferentes conteúdos do projeto. Também foram anunciados nessa chamada os prêmios: 250 reais em dinheiro, um leque, uma *choker*, um kit de maquiagem e o troféu Purpurina. O mesmo vídeo finaliza com a chamada "saiba mais em @casapurpurina", construindo uma conexão para o perfil Purpurina, onde seriam fornecidas as instruções sobre como participar da competição.

Figura 9 - Vídeo de chamada para o Concurso Purpurina



Fonte: Própria (2024).

A inscrição para participação consistia na postagem em seu perfil pessoal do Instagram de uma performance drag de dublagem com a então recém-lançada música Purpurina e com a hashtag #ConcursoPurpurina na descrição. Para auxiliar as artistas na criação do vídeo, foram também disponibilizados o *lyric video* e o vídeo coreográfico da canção.

As artistas selecionadas a partir dos vídeos devidamente etiquetados foram convidadas, via *direct message* no Instagram, a participar da primeira etapa da competição, que consistia na produção de um vídeo em homenagem ao artista brasileiro Paulo Gustavo. Os vídeos, em formato Reels¹⁶, entraram em votação popular a partir de enquete disponibilizada através do Google

¹³ Parte desses recursos foram obtidos a partir do projeto de pesquisa financiado pelo CNPQ: "Design audiovisual transmídia: um sistema para análise e criação das interfaces audiovisuais de mundos narrativos multimidiáticos" (2019 a 2022)

¹⁴ A ação foi realizada no período da pandemia mundial do Covid-19, ocorrido entre 2020 e 2022.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ddcFToTLDsc>. Acesso em: 6 jun de 2024.

¹⁶ Recurso do Instagram para a criação e postagem de vídeos curtos.

Forms, disponibilizado em link na bio do perfil. As doze candidatas com o maior número de votos foram para a segunda etapa, que consistira em dois desafios: uma entrevista com a drag queen Suzaninha em *live* nos Stories¹⁷ da plataforma e uma performance de dublagem, em formato IGTV¹⁸, com a música Eu Sou Assim. Os desempenhos das candidatas foram submetidos a uma votação, também via Stories, que selecionou as oito finalistas (figura 10).

Figura 10 - Concurso Purpurina no Instagram.



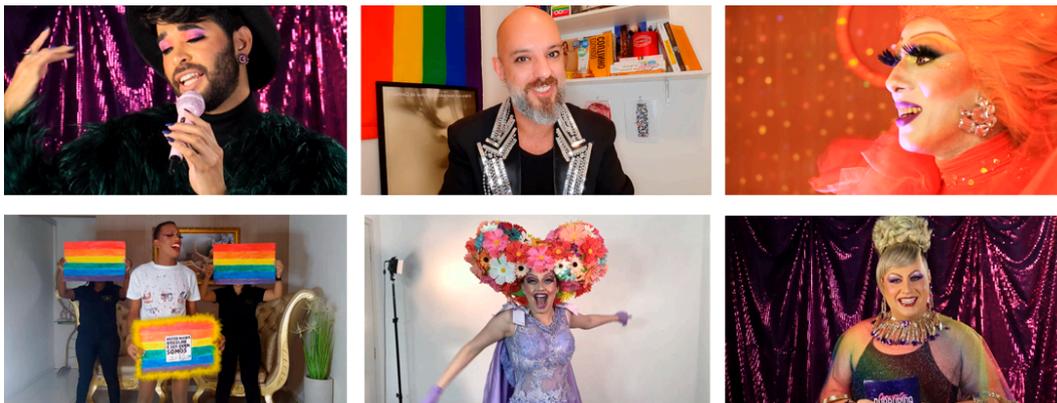
Fonte: Própria (2024).

Dessa forma, foi definida as participantes da Grande Final (figura 11), um programa especial para o canal do LAB DAT no YouTube apresentado em junho de 2021. Neste vídeo, 8 drags realizam individualmente uma performance livre, referenciadas por cada uma das oito cores do arco-íris. As interpretações foram seguidas de depoimentos de jurados especiais do universo artístico e da comunidade LGBTQIAPN+, que avaliaram as performances e decidiram as três artistas vencedoras.

Figura 11 - Grande Final do Concurso Purpurina.

¹⁷ Recurso do Instagram para a criação e postagem de publicações temporárias em vídeo.

¹⁸ Extinto recurso do Instagram IGTV destinado a publicações de vídeos de até 60 minutos.



Fonte: Própria (2024).

Além das apresentações, conduzidas pelas personagens drag queens Perla Purple e Hera, a atração contou também com a performance da música Purpurina com a personagem Lummy (interpretada pelo ator e cantor Jamil Vigano), também responsável por dar voz a canção Purpurina. Outro momento do programa foi o lançamento da música Arco-íris, com uma performance especial de Hera. Posteriormente, esse corte foi disponibilizado como um videoclipe da canção no YouTube (figura 12).

Figura 12 - Videoclipe da música Arco-Íris.



Fonte: Própria (2024).

Quadro 4 - Quadro midiático do Concurso Purpurina.

COMPONENTES NARRATIVOS	
HISTÓRIA	Competição virtual de artistas drag de todo o Brasil realizado virtualmente no perfil Purpurina e no canal do LAB DAT no YouTube.
PERSONAGENS	Hera, Perla, Lummy e as drags participantes.
TEMPO	Atualidade.
ESPAÇO	Casa Purpurina e perfil Purpurina.
COMPONENTES DE DESIGN	

Critérios Industriais e Mercadológicos	
OBJETIVOS	Promover concurso virtual de drags; Fomentar o engajamento do público drag e demais interessados no perfil Purpurina; Selecionar três drags a participar de cena do Purpurina – O Musical.
RECURSOS	Gestão de redes sociais, roteiro, design gráfico, <i>motion graphics</i> , atuação cênica e produção audiovisual (cenário, figurino, maquiagem, iluminação, captação e edição de vídeo).
PLATAFORMAS	Instagram e YouTube.
ATORES	Drags brasileiras e usuários interessados na arte drag e cultura LGBTQIAPN+
Critérios Informacionais e Comunicacionais	
LOCALIZAÇÃO	Identidade visual do Concurso Purpurina (marca e elementos videográficos) e a hashtag #ConcursoPurpurina.
CONEXÃO	A competição está inserido majoritariamente na plataforma do perfil Purpurina, que dá acesso a outras composições através de link bio; Os conteúdos do YouTube referentes ao concurso mencionam a url do perfil Purpurina.
CONSISTÊNCIA	Personagens e identidade visual.
RESPONSIVIDADE	As redes sociais permitem naturalmente o acesso em diferentes dispositivos e navegadores. Além disso, alguns conteúdos foram disponibilizados também no canal do YouTube do LAB DAT.
Critérios Estéticos e Experienciais	
PARTICIPAÇÃO	Os usuários podem curtir, comentar e realizar as demais interações nativas do Instagram.
ENGAJAMENTO	Além das curtidas e comentários nativos da plataforma, os usuários eram convidados a participar de votações através do Google Forms ou pelos Stories. Durante o concurso, as drags participantes também contribuíam com conteúdos a partir da gravação de suas performance.
IMERSÃO	A competição é conduzida pelos personagens do mundo narrativo.
MAPEAMENTO	Não há mapeamento.

Fonte: Própria (2024).

Purpurina – O Musical

Criado por Jamil Vigano e André Sens, o espetáculo teatral “Purpurina – O Musical” (figura 13), apresentado no Teatro Governador Pedro Ivo (Florianópolis), nos dias 24 e 25 de setembro de 2022, contou uma história policial interpretada por um elenco de 20 artistas, e entremeada por 13 músicas inteiramente originais (dentre elas, estão aquelas do EP Purpurina) e 5 performances coreográficas.

Figura 13 - Espetáculo Purpurina – O Musical.



Fonte: Própria (2024).

O espetáculo foi viabilizado a partir de recursos particulares dos criadores, além de apoio de instituições privadas e públicas, como a Universidade Federal de Santa Catarina. O que permitiu toda a execução artística, envolvendo a roteirização, cenografia, coreografia, direção cênica, ensaios, definição de elenco, produção musical, criação de figurinos e adereços, iluminação, sonoplastia e design audiovisual, assim como os materiais e recursos de comunicação.

A história do espetáculo acontece no distrito de Magnólia, onde se localiza a casa de shows Purpurina. Na peça, existem, no entanto, mais dois cenários importantes que auxiliam na construção geográfica da cidade: o Beco das Violetas, localizado em frente a boate e a Avenida Rivera, ponto elitizado de lojas da cidade. Nestes espaços cênicos, assim como nos figurinos e demais artefatos diegéticos presentes, é possível perceber uma consistência com a paleta cromática do projeto, assim como outros elementos identitários, como a marca do Concurso Purpurina, o troféu Purpurina e as mascotes nos grafites do beco.

Das personagens do espetáculo, estão: Perla Purple (interpretada por Vinícius Tancredo), Mabel (por Notli Airan), Isaque (por Louise Enriconi), Rita (por Gabi Dutra), Miguel/Elina (por Jamil Vigano), Sandra (por Julie Vigano), Hera (por Heitor Cameu), Virgílio (por Joel Vigano), Raquel (por Júlia Rubra), Diogo (por Tauã Cruz), além de outros integrantes do elenco de Purpurina, que constituem principalmente *ensemble* ou corpo coreográfico da peça.

Como estratégias de divulgação, foram realizados materiais impressos, digitais e audiovisuais que apresentavam as personagens protagonistas do espetáculo – Perla Purple, Elina e Sandra – além de elementos visuais comuns ao projeto, como a marca gráfica e a mascote Belinda Glam (figura 14).

Figura 14 - Materiais de divulgação de Purpurina - O Musical.



Fonte: Própria (2024).

Outro aspecto que cabe ser reforçado, que estabelece consistência com outra composição midiática, foi a presença da final fictícia do Concurso Purpurina em uma das cenas da peça teatral, com a participação de três drags residentes a Grande Florianópolis que venceram e/ou se destacaram na competição de 2020.

Ademais, para garantir conexões com as demais composições do projeto, a plateia tinha acesso a um *playbill* digital com informações sobre o perfil Purpurina e demais ações já realizadas. Esse material estava disponível através de *QR code* projetado na abertura do espetáculo. Ao ser acessado via celular, o código encaminhava os usuários ao perfil Purpurina que continha link especial na bio com o material.

Quadro 5 - Quadro midiático de Purpurina – O Musical.

COMPONENTES NARRATIVOS	
HISTÓRIA	Alguns crimes acontecem no distrito de Magnólia, e a casa Purpurina, conhecida por suas incríveis performances drag, se transforma em lar de acolhimento às vítimas.
PERSONAGENS	Perla Purple, Mabel, Isaque, Rita, Miguel/Elina, Sandra, Hera, Virgílio, Raquel, Diogo, outras drags de Magnólia (<i>ensemble</i>), e drags convidadas.
TEMPO	Passado recente.
ESPAÇO	Casa Purpurina, Beco das Violetas, Avenida Rivera e outros espaços de Magnólia.
COMPONENTES DE DESIGN	
Critérios Industriais e Mercadológicos	
OBJETIVOS	Fomentar a produção de teatro musical original na Grande Florianópolis.

RECURSOS	Roteiro, cenografia, coreografia, elenco, direção cênica, produção musical, figurinos, adereços, design de som, design audiovisual, materiais de comunicação impressos e digitais e outros recursos elementares de uma produção de teatro musical.
PLATAFORMAS	Teatro Pedro Ivo (Florianópolis) e Instagram (para comunicação).
ATORES	Plateia interessada em musicais, arte drag e cultura LGBTQIAPN+ da Grande Florianópolis (SC).
Critérios Informacionais e Comunicacionais	
LOCALIZAÇÃO	Materiais de comunicação com identidade, personagens do espetáculo e endereço do evento.
CONEXÃO	<i>Playbill</i> digital com informações sobre as demais composições do projeto.
CONSISTÊNCIA	Identidade visual, músicas, personagens e elementos geográficos do projeto.
RESPONSIVIDADE	A gravação do espetáculo poderá ser disponibilizada em formato audiovisual no futuro.
Critérios Estéticos e Experienciais	
PARTICIPAÇÃO	Apenas assistir.
ENGAJAMENTO	Plateia podia registrar o evento e compartilhar nas redes.
IMERSÃO	A natureza do teatro possibilita um contato aproximado com as personagens ao vivo.
MAPEAMENTO	Não se aplica.

Fonte: Própria (2024).

5 Considerações Finais

O pensamento de design e o sistema TRADE aplicado a construção e análise de projetos transmídia pode auxiliar na implementação de forma mais sistemática e organizada as possibilidades estratégicas, comunicacionais e estéticas para o desenvolvimento de um mundo narrativo. Em *Purpurina*, essa aplicação se demonstrou eficiente, ao contemplar, em suas diferentes composições midiáticas (ao menos as quatro detalhadamente visitadas aqui nesse texto a partir de seus quadros midiáticos), o atendimento aos diferentes critérios apresentados pelo sistema proposto por Sens (2017).

Um dos principais critérios é a consistência informacional e comunicacional entre as composições midiáticas, com a implementação de elementos em comum que auxiliam na construção da diegese multimidiática, como a marca gráfica, músicas, cenários, mascotes e personagens. Essa coesão, aliada aos translinks ou componentes de conexão deliberadamente projetados, permitem aos usuários e/ou consumidores a transitar pelas diferentes expansões do projeto, a partir de hiperlinks, *hashtags*, *call-to-actions* e outras informações e recursos interativos.

Embora as práticas de design valorizem, de modo geral, essa consistência, sobretudo no que tange os aspectos visuais, um projeto transmídia depende também da participação dos atores

para a construção de um senso de comunidade e das experiências associadas a imersão e ao engajamento. Nesse sentido, Purpurina parece atender plenamente a esse quesito, ao construir meios que permitem a participação do público, especialmente das artistas drag, através do Concurso Purpurina e demais ações realizadas no perfil do Instagram e no canal LAB DAT no YouTube, nas quais fomentam o desenvolvimento de conteúdos por seus atores.

Sobre os critérios viabilizadores (ou industriais e mercadológicos) inerentes ao sistema TRADE, sua análise se torna também pertinente em função não só de pensar nos tipos de serviços e funções associados a execução das composições, mas também por destacar as possibilidades de financiamento. Em casos como Purpurina, em virtude da variedade de modalidades artísticas envolvidas, é possível pensar inclusive sobre as diferentes formas de enquadramento aos editais e leis de fomento, associados ou não a patrocínios privados, que beneficiem na construção do mundo narrativo em sua totalidade. Para viabilização do EP Purpurina, por exemplo, o projeto contou com financiamento público que contribuiu como recurso também para a produção da trilha de Purpurina – O Musical.

Para além dos aspectos de análise e criação de um projeto transmídia, vale mencionar ainda a utilidade documental do sistema TRADE, que possibilitou a construção de um registro coeso e detalhado de Purpurina, podendo funcionar como uma guia, assim como as bíblias ou manuais presentes na indústria da comunicação e entretenimento para balizar o desenvolvimento de novas expansões ou produções acerca do mesmo universo narrativo.

6 Referências

CIANCIA, M. **Transmedia Design Framework**: Un approccio design-oriented alla Transmedia Practice. 2015. 297 p. Tese (Dottorato di Ricerca In Design) — Politecnico di Milano.

GAMBARATO, R. R. **Transmedia Project Design**: Theoretical and Analytical Considerations. Baltic Screen Media Review 2013, Tallinn, p. 81 – 100, novembro 2013.

JENKINS, H. **Transmedia storytelling**: moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. 2003. Disponível em: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling>. Acesso em: 1 mar 2019.

JENKINS, H. **Convergence culture**: where old and new media collide. Nova Iorque: New York University, 2006. 308 p.

SENS, A. L. **Design Transmídia**: especificidades e potencialidades. In: IRIGARAY, F.; GOSCIOLA, V.; PIÑERO-OTERO, T. (org.). *Dimensões Transmídia*. Aveiro: Ria Editorial, 2019. cap. Parte 4, p. 354 – 369. ISBN 978-989-8971-15-9. Disponível em: <http://www.riaeditorial.com/index.php/dimensoes-transmidia/>.

SENS, A. L. **Design transmídia**: um sistema para análise e criação das interfaces de mundos narrativos multimidiáticos. 2017. 247 p. Tese (Doutorado em Design) — Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/187564>. Acesso em: 1 mar 2019.

SENS, A. L. **Dimensions of the Transmedia Design**. In: MARTINS, N.; BRANDÃO, D.; RAPOSO, D. (ed.). *Perspectives on Design and Digital Communication*. 1. ed. Springer Link, 2021. v. 8, cap. 1, p.

141 – 160. ISBN 978-3-030-49647-0. Disponível em:
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-49647-0>.

STACKELBERG, P. von. **Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media**. 2011. 332 p. Dissertação (School Of Information Design And Technology) — Institute Of Technology, State University Of New York.