



O RELICÁRIO: PROPOSTA DE ADAPTAÇÃO TRANSMÍDIA EDUCOMUNICATIVA A PARTIR DE OBRAS DA LITERATURA BRASILEIRA

Autoria: Amanda Franciele Silva - Marina Colli de Oliveira - -

Resumo: O trabalho possui como ponto fundamental as formas de interação entre a literatura tradicional brasileira e o modo de leitura contemporâneo, não utilizando necessariamente livros, mas estabelecendo contato com o público leitor por meio da interação via internet, do estímulo gerado pelas adaptações audiovisuais e de um processo educ comunicativo. A problemática que surge a partir disso leva ao questionamento sobre como fazer adaptações audiovisuais de textos da literatura brasileira utilizando a transmídia para torná-los educ comunicativos. Os objetivos foram abordar a literatura brasileira sob uma perspectiva transmídia; desenvolver um novo meio de conhecer/aprender sobre a literatura nacional; produzir releituras de conteúdos literários em plataforma digital; realizar experimentações que conectem o público-alvo com o projeto; contribuir para a educação em literatura. Para isto, utilizamos quatro pilares teóricos: educ comunicação, transmídia/intermedialidade, literatura brasileira e adaptação literária. Com Carlos Drummond de Andrade, recebemos contribuições/adaptações do público sobre o poema “Quadrilha”. Machado de Assis teve o conto “A cartomante” adaptado para radionovela e ilustrações dos personagens. Clarice Lispector e as quatro crônicas “A mineira calada”, “Por detrás da devoção”, “Das doçuras de Deus” e “De outras doçuras de Deus” ganharam uma dramatização e uma carta fictícia. Vinicius de Moraes nos proporcionou ensaio fotográfico com o poema “Receita de Mulher”, interpretação de “Apelo” e série de audiocasts educ comunicativos. Nelson Rodrigues foi representado em uma dramatização feminina e uma lista no BuzzFeed da crônica “Perfil do campeão”. Os autores ganharam ainda perfil e entrevista com pesquisadores especialistas. Nesta experiência, exploramos também as possibilidades do jornalismo digital e de curadoria a partir do contato com o leitor e da interatividade promovida pelo engajamento. Durante sua execução, o projeto acumulou 685 curtidas, sendo o público médio feminino na faixa etária dos 18 aos 24 anos. O maior alcance foi de 1.385 pessoas, sem utilizar o impulsionamento de página.