

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC  
SANTO AMARO

Bruno Milheira Angelo

UNOEGO: PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO PARA UM JOGO DE  
COEXISTÊNCIAS TRANSMÍDIA

Porto Alegre  
2018



Bruno Milheira Angelo

Unoego: Projeto de Implementação para um Jogo de Coexistências Transmídia

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Centro Universitário  
Senac, como exigência parcial para a  
obtenção do grau de Especialista em  
Gestão Cultural.

Mediador: Prof. Ms. Alexandre Sette  
Abrantes Fioravante.

Porto Alegre  
2018

Elaborada pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica do Centro Universitário Senac São Paulo com dados fornecidos pelo autor(a).

Angelo, Bruno Milheira

Unoego: projeto de implementação para um jogo de coexistências transmídia / Bruno Milheira Angelo - São Paulo (SP), 2018.  
39 f.: il. color.

Mediador(a): Alexandre Sette Abrantes Fioravante

Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Gestão Cultural: Cultura, Desenvolvimento e Mercado) - Centro Universitário Senac, São Paulo, 2018.

1. Projeto Cultural 2. Arte transmídia 3. Processos criativos I. Fioravante, Alexandre Sette Abrantes (Mediad.) II. Título

## RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso consiste em um projeto de implementação para uma iniciativa artística denominada Unoego. Trata-se de uma convergência de conteúdos transmídia (músicas, vídeos, textos, fotografias, etc.) centralizada no website <http://unoego.com>, contando com narrativas que interligam um conteúdo a outro. Esses conteúdos, denominados unoegos, são produzidos em autoria cooperativa entre os dois idealizadores da iniciativa: Bruno Angelo e Diego Esteves. Este projeto visa concretizar os passos iniciais no estabelecimento do Unoego, passando pela criação do site, produção de unoegos, estabelecimento de rotinas de comunicação e criação de uma rede de interatores que possibilitem a expansão da iniciativa em projetos futuros. Após uma introdução e contextualização ao universo do Unoego, serão estipulados planos de ação, comunicação e avaliação para um período de 7 meses, agrupados em duas fases: a fase pré-lançamento (4 meses) e a fase pós-lançamento (3 meses). O detalhamento dessas ações, complementado pela apresentação de seu orçamento e cronograma, busca explicitar a importância e a viabilidade da iniciativa, que se insere em debates contemporâneos sobre arte transmídia.

**Palavras-chave:** Projeto Cultural; Arte Transmídia; Processos Criativos.

## ABSTRACT

This term paper consists of a project of implementation of an artistic initiative called Unoego. It is about convergence of transmedia content (music, videos, texts, photography, etc.) centralized in the website <http://unoego.com>, presenting interlinked narratives between each content. Each post, called “unoego”, is produced in cooperative authorship by the founders of the initiative: Bruno Angelo and Diego Esteves. This project aims to undertake the initial steps in the establishment of Unoego, including creation of the website, production of unoegos, setting routines of communication and forming a network of interactors capable of expanding this initiative through further projects. After an introduction and contextualization concerning the universe of Unoego, a plan of action will be stipulated, alongside with plans of communication and evaluation, covering a period of seven months, which are grouped in two phases: pre-release phase (4 months) and post-release phase (3 months). The detailing of these actions will be complemented with presentation of its budget and schedule, in the attempt to make the importance and viability of this initiative explicit to the reader, as well as its relation to current debates on transmedia art.

**Keywords:** Cultural Project; Transmedia Art; Creative Process

## Lista de figuras

Figura 1: registro de sessão de improviso, julho de 2017 .....	14
Figura 2: fotomontagem de divulgação para o que viria a ser o Unoego, outubro de 2017. ....	15
Figura 3: Anotações durante <i>brainstorm</i> de fundação do Unoego (excerto), novembro de 2017. ....	17
Figura 4: logomarca do Unoego. ....	18
Figura 5: primeiro unoego, na Rua dos Andradas, Porto Alegre. Novembro de 2017.....	19
Figura 6: gráfico das proporções de mídias utilizadas no Unoego até 02/02/2018 (unoegos publicados). ....	28

## **Lista de tabelas**

<b>Tabela 1: Lista de unoegos publicados até 2/02/2018. ....</b>	<b>28</b>
<b>Tabela 2: orçamento.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabela 3: cronograma. ....</b>	<b>38</b>



## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. UNOEGO: DE ONDE VEM, POR QUE VEIO E, SOBRETUDO, PARA ONDE VAI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Conceituação preliminar.....	12
2.2 <i>Background</i> dos idealizadores e processo de invenção do Unoego .....	14
2.2.1 Pré-história.....	14
2.2.2 A concepção inicial do Unoego.....	15
2.3 Conceituação aprofundada do Unoego e sua perspectiva transmídia .....	19
2.4 Justificativa.....	23
2.5 Objetivos .....	24
2.6 Público-alvo .....	24
<b>3. PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO DO UNOEGO .....</b>	<b>26</b>
3.1 Fase 1: pré-lançamento .....	26
3.1.1 Reuniões de aprofundamento da iniciativa .....	26
3.1.2 Produção de unoegos.....	27
3.1.3 Adaptações no website e primeiro plano de avaliação.....	30
3.2 Fase 2: Pós-lançamento.....	31
3.2.1 Produção de novos unoegos.....	31
3.2.2 Interação, coleta de dados e segundo plano de avaliação .....	31
3.3 Plano de comunicação.....	32
3.3.1 Objeto.....	32
3.3.2 Estratégias de comunicação para os públicos da iniciativa .....	33
3.3.3 Cronograma de ações de comunicação .....	34
3.4 Planos de avaliação .....	34
3.4.1 Primeiro momento avaliativo: teste de comunicação do Unoego .....	35
3.4.2 Segundo momento avaliativo: avaliação de resultados.....	35
3.5 Orçamento .....	37
3.6 Cronograma .....	38
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>40</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O presente projeto cultural visa a estabelecer e tornar sustentável uma iniciativa artística de prazo indeterminado, chamada Unoego. Por constituir uma ação aberta, idealizada como ambiente de criação em expansão constante, Unoego não poderia ser encaixado em um projeto específico. Sua implementação, no entanto, deverá contar com geração de conteúdo transmídia diversificado e lançamento de website, e será aqui planejada e proposta de forma objetiva, contando com justificativas, metas e plano de ações, acompanhados de todas as documentações e previsões necessárias para a sua comunicação e viabilização. Este projeto consiste, assim, em um planejamento do pontapé inaugural de uma iniciativa cujo desenvolvimento resta, por enquanto, imprevisível.

A execução deste projeto de implementação estará a cargo dos dois artistas idealizadores do Unoego, Bruno Angelo e Diego Esteves. Neste período inicial, o projeto é considerado como iniciativa artística privada e não prevê retorno financeiro, sendo que as diversas ações a serem realizadas estão organizadas de acordo com os seguintes eixos estratégicos:

- a) Aprofundamento de definições conceituais e estéticas do Unoego
- b) Geração de conteúdo e programação do website <http://unoego.com>
- c) Desenvolvimento de estratégias de divulgação e plano de comunicação
- d) Dois momentos avaliativos: um prévio ao lançamento do site e outro ao final dos três primeiros meses após esse lançamento. Esta segunda avaliação é considerada ponto conclusivo deste projeto.

Para que se possa avaliar a potencial eficácia e eficiência das ações que serão propostas para cada um desses eixos, faz-se necessário contextualizar e fundamentar a iniciativa como um todo, relacionando-a com questões importantes da produção cultural transmídia e centrada na web 2.0, bem como com trabalhos artísticos com os quais compartilha afinidades. O estabelecimento dessa perspectiva é fundamental para o estabelecimento de justificativa, objetivos e público-alvo deste projeto, e será objeto do capítulo 2. O capítulo 3 está dedicado à explicitação das ações do projeto de implementação do Unoego, incluindo estratégias de ação, plano de divulgação e comunicação, orçamento, cronograma e propostas de avaliação. O quarto e último

capítulo trará as considerações finais, que incluirão as perspectivas de desenvolvimento futuro do Unoego.

## **2. UNOEGO: DE ONDE VEM, POR QUE VEIO E, SOBRETUDO, PARA ONDE VAI**

As ideias e ações ocasionadas pelo (e para o) termo “unoego” encontram-se em um estado processual de definição por parte de seus idealizadores, Bruno Angelo e Diego Esteves. O conceito carece, portanto, de uma significação estável: embora se possam dizer várias coisas sobre o que ele pode ser, não se pode dizer precisamente o que ele é. A ontologia do Unoego é algo que vem sendo criado com o próprio Unoego. Neste capítulo, a fim de esclarecer e por em discussão seu conceito, além de tornar essa iniciativa artística mais acessível às pessoas que não conhecem ou não se envolveram nunca com o Unoego, serão apresentados diversos olhares sobre essa coisa. Parte-se de uma primeira e preliminar conceituação, passando-se pela reconstituição de seu processo de surgimento, para então finalmente chegar-se a uma definição aprofundada que, embora permaneça sempre aberta, permite uma compreensão de sua potencia instigadora à criação e, mais importante, possibilita sua relação com outros projetos criativos e também com o conceito de arte transmídia, conforme será argumentado. É com base nessa definição aprofundada que, ao final do capítulo, serão explicitadas a justificativa, o objetivo e o público alvo deste projeto de implementação do Unoego.

### **2.1 Conceituação preliminar**

Unoego é uma palavra inventada, equívoca e sem origem etimológica, que se refere tanto a um jeito peculiar de se olhar o mundo quanto aos produtos criados a partir desse olhar. Essa primeira distinção fica explícita na escrita através do uso de substantivo próprio singular, “Unoego”, para designar o conceito como “ambiente ou labirinto de criação”; e uso de substantivo comum singular ou plural, unoego(s), para as coisas produzidas nesse ambiente. Desta forma, pode-se dizer que se fazem unoegos através do Unoego.

Um unoego é uma coisa física ou virtual que acontece ou existe em determinado lugar. Pode conter sons, textos, vídeos, performances cênicas, fotos, improvisações, gifs, etc., e pode ser feito na rua, em casa, no teatro ou qualquer outro espaço, ou postado online no site <http://unoego.com> em combinação com plataformas de redes sociais. Em formato virtual ou através da utilização de códigos QR, um unoego pode conter hyperlinks para outros unoegos, de maneira que todos os unoegos produzidos estão ou

podem vir a estar interligados, formando uma rede de coisas em profusão, a qual vai sendo constantemente atualizada no Mapa de unoegos, disponível para consulta no próprio site do Unoego<sup>1</sup>. Assim, por exemplo, um personagem de um unoego que consiste em texto de ficção literária pode ser referenciado em outro unoego que consiste em uma foto, ou esse mesmo personagem pode se manifestar a respeito de um unoego qualquer através de uma conta no Tweeter. Em suma, qualquer lugar, pessoa, objeto ou ação, reais ou ficcionais, podem reaparecer ou ser referenciados em uma quantidade indefinida de unoegos ou postagens sociais, de maneira que a complexidade de cruzamentos e complementaridade entre mídias tenda sempre a aumentar com o passar do tempo.

Em virtude dessa característica de complexificação, Unoego pode ser visto como um jardim ou um labirinto vocacionado à expansão. A produção de unoegos pode ser idealizada por qualquer pessoa que se identifique com a iniciativa e entre em contato com os idealizadores através do site. Nesse sentido, em um caráter prático de ações culturais, Unoego funciona como uma plataforma de interação e produção colaborativa.

A definição desse universo, como se verá na próxima seção, responde a discussões de longo prazo entre Bruno Angelo e Diego Esteves. A opção por definir a iniciativa com uma palavra inventada, inspirada em um conto de Kafka, responde justamente à tentativa de enfatizar o aspecto fugidio das ações, que se imiscuem entre as coisas do mundo, frequentemente trazendo à tona o absurdo e a confusão entre realidade e ficção. É por este motivo que os termos “arte” ou “cultura”, não aparecem no site do Unoego ou nos discursos que ele engendra. Unoego poderá ser uma enorme iniciativa artística, porém jamais faz uso propriamente do termo “arte”. A essa ausência Esteves relacionou, em comunicação pessoal, aquela da palavra “tempo” na novela *O Jardim das veredas que se bifurcam*, inventada por Jorge Luis Borges em conto homônimo. Em ambos os casos, vêm a calhar as palavras que Borges dá ao seu personagem Stephen Albert: “Omitir *sempre* uma palavra, recorrer a metáforas ineptas e a perífrases evidentes, é quiçá o modo mais enfático de indicá-la<sup>2</sup>” (BORGES, 2010, p. 576).

Falar e interagir com o Unoego constitui, portanto, em algo que não pode ser plenamente definido e que, ao mesmo tempo, pode ser definido como muitas coisas diferentes, às vezes paradoxais. Esse caráter permanente de pergunta e estranhamento

<sup>1</sup> Endereço para consulta: <http://unoego.com/wp-content/uploads/2018/01/Mapa-de-unoegos.pdf>

<sup>2</sup> “Omitir siempre una palabra, recurrir a metáforas ineptas y a perífrasis evidentes, es quizá el modo más enfático de indicarla”.

responde à intenção estética dos idealizadores do Unoego, pois os instiga a prosseguir fazendo e interligando esses unoegos, à maneira de quem cria um jardim interminável.

## **2.2 Background dos idealizadores e processo de invenção do Unoego**

### 2.2.1 Pré-história

O surgimento do Unoego ocorreu de forma não planejada ao longo do ano de 2017, como desdobramento de encontros de improvisação entre Bruno Angelo (músico) e Diego Esteves (artista cênico). Os dois já haviam trabalhado juntos em projetos anteriores, porém ainda sem colaborar na idealização e realização de iniciativas mais abrangentes. Os encontros de improvisação ocorriam na sala 400 da Usina do Gasômetro, em Porto Alegre, e começaram sob uma perspectiva de prática em conjunto, onde Bruno trabalhava com música eletrônica ao vivo, e Diego atuava com foco na dança e nas artes circenses. Aos poucos, as pretensões evoluíram para um possível espetáculo cênico, chamado provisoriamente de “Variações sobre o improvisado”. A figura 1 mostra um desses encontros de improvisação, que foi registrado também como um *teaser* do espetáculo então imaginado, veiculado por Instagram:



Figura 1: registro de sessão de improvisação, julho de 2017. Link para vídeo: <https://www.instagram.com/p/BWxjwWxFwa3/>

Ao longo dos encontros, em virtude do caráter experimental das improvisações, a ideia de se fazer o espetáculo para a rua foi levantada e começou a ganhar força, já que esse ambiente constituía também em um cenário que não possui começo nem fim, tanto no tempo como no espaço. Neste período, vários preceitos estéticos que viriam a subsidiar o surgimento do Unoego já estavam em discussão: além do foco no improvisado como jogo, houve também vontade de se apropriar do cotidiano e seus objetos, que refletem o impulso de borrar barreiras entre rua e cena, música e ruído, ação e performance, realidade e ficção. Também a possibilidade de choque e contraste entre

situações, como, por exemplo, entre gêneros musicais distantes, ou comportamentos emotivos e grotescos, compunham o espectro estético da iniciativa. A essas intenções se somavam, finalmente, as possibilidades de interação com as pessoas na rua, que proporcionaram diversas tempestades de ideias durante esse período de experimentações.

Com a aproximação da data de estreia dessa ação, em novembro de 2017, a falta de nomes e definições foi se tornando um problema central, pois dificultava tanto a comunicação entre os dois idealizadores como também a própria divulgação do evento. Os termos “espetáculo”, “performance” ou “intervenção” não pareciam satisfatórios, ao passo em que o próprio título provisório, “Variações sobre o improviso”, não satisfazia a abrangência das ideias levantadas durante os encontros. A imagem abaixo, produzida como material de divulgação ainda nesse período de incertezas conceituais, busca sintetizar algumas das orientações estéticas da iniciativa, mencionadas anteriormente, que tratam de experimentação, multiplicação dos idealizadores e de situações, bem como da coexistência entre objetos de cena e do cotidiano:



Figura 2: fotomontagem de divulgação para o que viria a ser o Unoego, outubro de 2017. Crédito: Stephanny Lotus.

### 2.2.2 A concepção inicial do Unoego

Unoego surgiu, assim, de uma necessidade prática relacionada à veiculação de uma iniciativa que parecia ainda vaga para seus próprios idealizadores. Esse surgimento, no entanto, viria a revolucionar a própria iniciativa. Em conversações sobre a carência de definições para aquilo que chamavam de “coisa”, Bruno aventou a possibilidade de se

inventar um nome, inspirado no conto *Die Sorge des Hausvaters* (“A preocupação de um pai de família”), de Franz Kafka<sup>3</sup>. Nesse conto, o narrador se dedica a descrever o Odradek, uma coisa-criatura cuja forma, finalidade, história e futuro são incertos. De acordo com esse narrador, é impossível se pegar o Odradek, e nem mesmo esse nome possui uma origem rastreável. Ao refletir sobre a ausência de passado ou função para o Odradek, o narrador conclui sua descrição se questionando (com certa preocupação) sobre a possível imortalidade do mesmo. Trocado o contexto de existência, o jogo posto em ação no conto de Kafka pareceu adequado como tentativa de definição para a “coisa” que estava por estrear nas ruas de Porto Alegre. Sobretudo, a inserção de um absurdo na realidade, algo que tem nome preciso, porém que não termina de se definir, provocou o interesse de Bruno e Diego.

Outras fontes literárias inspiraram o surgimento do Unoego. É o caso, por exemplo, dos contos de Julio Cortázar, que frequentemente promovem uma distorção contínua e brutal da realidade – e esse mesmo escritor, aliás, também inventou suas próprias coisas indefinidas, que são os cronópios e as famas; e da novela *Music of Chance*, de Paul Auster (1991), onde os grandes contrastes de ação, e também a monumental e não explicada construção de um muro de pedra num prado da Pensilvânia, contribuem para a deturpação da realidade presumida. As conversações em torno à conceituação da iniciativa trouxeram discussões, também, sobre filosofia, principalmente no concernente às ideias de Nietzsche, Deleuze (2009) e Gadamer (2012), cuja noção de compreensão como jogo e diálogo foi importante a concepção do Unoego como algo mutante.

O batismo da iniciativa, bem como o primeiro delineamento daquelas que viriam a ser suas premissas fundamentais, ocorreram em uma reunião-café em uma loja da franquia Croassonho, na Rua dos Andradas, centro histórico de Porto Alegre. Essa loja ficava bem à frente do ponto da rua onde ocorreria a estreia da “coisa”. Na ocasião, uma nova tempestade de ideias, que partiu da vontade de se inventar uma palavra, foi gerando uma série de conceitos tangenciais, até chegar ao Unoego, acompanhado de vários slogans e também de um esboço de identidade visual. Esse processo pode ser rastreado parcialmente na sucessão de imagens abaixo, tiradas das anotações realizadas nessa reunião.

---

<sup>3</sup> Há uma tradução do conto para o português disponível on-line em: <https://joacamillopenna.files.wordpress.com/2016/11/kafka-tribulaccca7occ83es-de-um-pai-de-famicc81lia-com-comentacc81rio-de-roberto-schwarz.pdf>, acesso em janeiro de 2018.



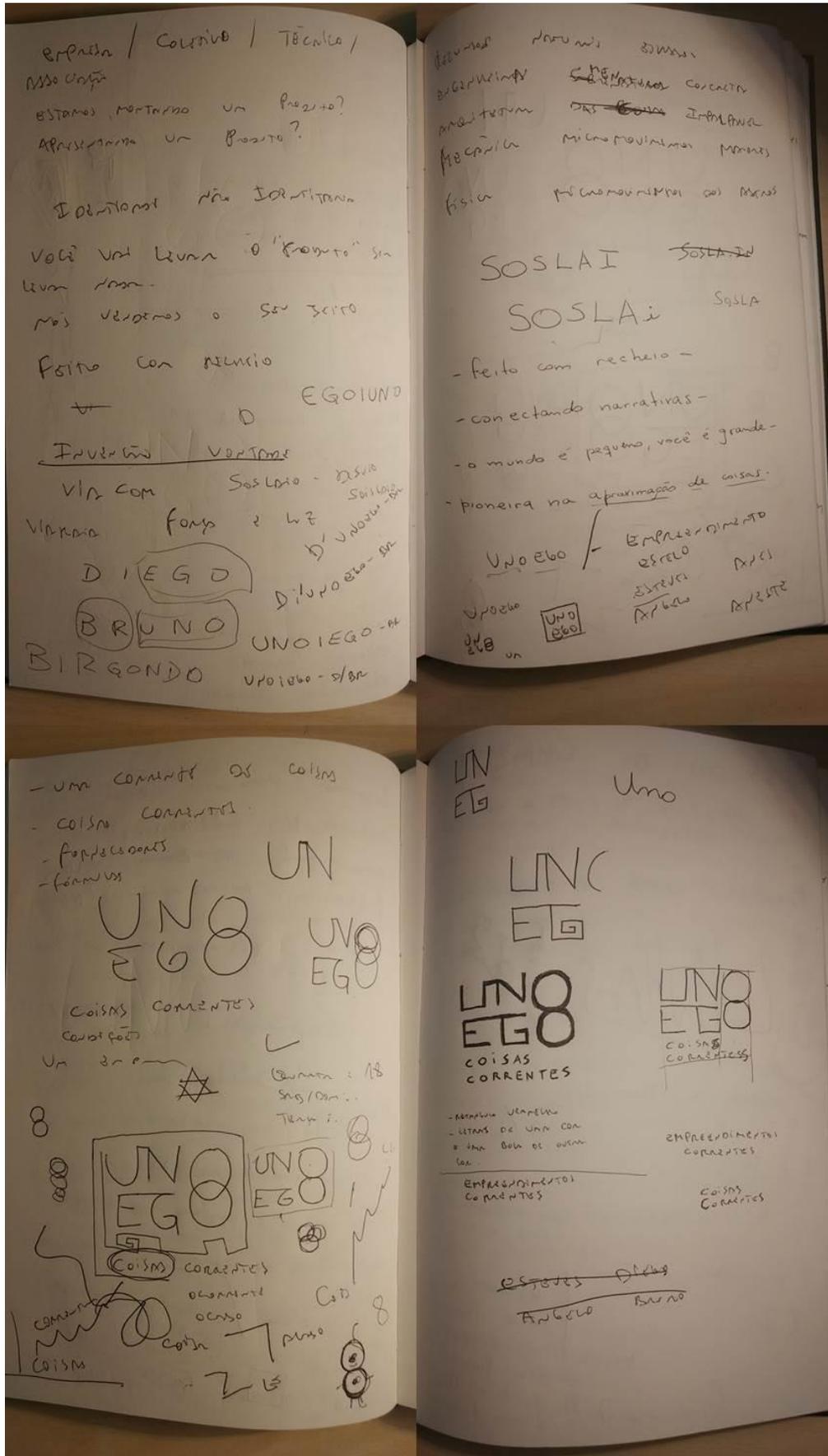


Figura 3: Anotações durante *brainstorm* de fundação do Unoego (excerto), novembro de 2017.

A logomarca do Unoego foi gerada a partir desses rascunhos, resultando na imagem (e suas derivações) atualmente utilizada como identidade visual da iniciativa:



Figura 4: logomarca do Unoego. Crédito: Bruno Angelo e Diego Esteves.

Neste primeiro momento de conceituação, Unoego imbuu-se de um ar empresarial e, às vezes, cientificista, que viriam a ser parcialmente descartados. Nos dias que se seguiram a essa reunião inaugural, foram criados releases, slogans e novos conceitos que flertavam com a linguagem do empreendedorismo de iniciativa privada, embora mantivessem a ironia de nunca definir exatamente em que consistiriam os unoegos, tidos como produtos dessa “empresa”. Alguns exemplos de slogans podem ser vistos na figura 3, como “feito com recheio”, “conectando narrativas”, ou “pioneira na aproximação de coisas”. Mais adiante, nas mesmas anotações, encontra-se aquele que acabou vingando após essa primeira torrente de ideias: “coisas correntes” (a palavra “correntes” foi, aliás, a inspiração para a ideia da logo do Unoego, com seus “O”s interligados).

Uma série de expressões e conceitos foi criada a partir desse primeiro encontro, com a intenção de dar densidade à invenção do Unoego. Houve um começo de fabulação com termos pseudo-científicos, que serviriam para explicar de uma forma incompreensível os unoegos e sua fabricação, como “materialidade dos fluxos inconstantes”, “vontade de potência” ou “maquinaria ficciocientífica”. Percebeu-se, porém, que a multiplicação de termos inventados, feitos para explicar sem explicar, acabava por tornar o universo do Unoego excessivamente complicado e, por conseguinte, pouco atraente para interação e apropriação por parte de seu público. A partir desse ponto, decidiu-se por restringir a invenção de vocabulário ao nome da iniciativa, apostando em que a pergunta “mas o que é Unoego, afinal?”, juntamente com suas respostas sempre incompletas, sirva como instigadora para o acompanhamento da iniciativa.

Ficou desse processo, no entanto, essa ideia de produto, isto é, algo que é efetivamente tornado real e posto em algum lugar para ser consumido e potencialmente

comercializado. A estreia da iniciativa, já considerada por seus idealizadores como um primeiro unoego, aconteceu como um improviso na Rua dos Andradas, no dia 17 de novembro de 2017, porém ainda sem nenhuma referência explícita à palavra (figura 5). A apresentação foi recebida timidamente pelos transeuntes, e provavelmente entendida no conjunto dos números de arte de rua que cotidianamente acontecem ao longo dessa via, embora de caráter mais experimental. Em uma avaliação posterior, considerou-se que a iniciativa não podia depender somente de atuações em espaços públicos, e que precisava de um website para expandir-se e dar profundidade às suas ações. A partir de então, começou a tomar forma uma perspectiva conceitual do Unoego que, em seu aspecto geral, sem mantém em curso até hoje.



Figura 5: primeiro unoego, na Rua dos Andradas, Porto Alegre. Novembro de 2017. Foto: Stephanny Lotus.

### **2.3 Conceituação aprofundada do Unoego e sua perspectiva transmídia**

Com a ideia de criação e centralização das ações em um site, houve uma dissociação importante entre Unoego e a apresentação pública. Unoego passou a ser entendido como um jeito de ver o mundo, que busca fissuras na realidade cotidiana e as expande até transformá-la em outra realidade, com novas fissuras a serem encontradas e alargadas, e assim sucessivamente. Unoego passou a ser um modo de ser, que, a princípio, pode ser assumido ou descartado a qualquer momento e por qualquer pessoa.

Posto de forma mais pragmática, Unoego é um ambiente criativo, um universo dinâmico de prerrogativas em que as ações humanas se tornam propensas ao absurdo.

Percebeu-se que os resultados dessas ações, os unoegos, podem ocorrer de forma simultânea, em um ou mais lugares, ou mesmo assíncrona. Bruno e Diego começaram então a trocar uma espécie de correspondência de unoegos: um enviava ao outro qualquer coisa, que a devolvia transformada, completada ou aumentada. Um dos primeiros exemplos dessa dinâmica foi o unoego chamado “tentativa de unoego”<sup>4</sup>: Diego enviou ao Bruno um texto começado; Bruno o devolveu ao Diego, terminado e também gravado em sua voz; Diego usou a gravação como trilha sonora para um vídeo produzido.

Esses unoegos inaugurais atestam, de certa forma, um aprofundamento do conceito do Unoego, que continua a ser desenvolvido ainda hoje em conversas entre Bruno e Diego. No começo de janeiro de 2018, uma dessas reuniões marcou um ponto de virada nesse percurso. Através das imagens do labirinto e do jardim, atentou-se para a possibilidade de que os unoegos se conectassem dentro do Unoego e que, portanto, diversas coisas abertas em um pudessem ser, no dia ou na década seguinte, retomadas e desenvolvidas por outro. Essa ideia foi rapidamente ligada ao recurso do hyperlink e, por conseguinte, ao site como catalizador do Unoego. A definição do Unoego evoluiu, assim, para uma simultaneidade de unoegos interligadas e passíveis de se interligar, próxima àquela que Antoine Compagnon viu na relação entre textos e citações de textos: um “complexo de coexistências”. Diz o autor que “o mesmo objeto, a mesma palavra muda de sentido segundo a força que se apropria dela: ela tem tanto sentido quanto são as forças suscetíveis de se apoderar dela” (COMPAGNON, 2007, p. 48), algo que pode encaixar na compreensão dos unoegos.

A interligação de unoegos através de hyperlinks, no site, é o fator que permitiu a aproximação da iniciativa com o conceito de transmídia, conforme elaborado inicialmente por Jenkins (2009) e, posteriormente, desenvolvido por grande número autores de diversas áreas do conhecimento. Essa diversidade de abordagens, aliás, responde pela definição ainda cambiante do que viria a ser a transmídia ou, mais especificamente, narrativa transmídia, que é a tradução consensual no Brasil para o conceito jenkinsiano de *transmedia storytelling*. Em um texto introdutório ao conceito, Wylene Rholetter escreve: “é difícil definir narrativa transmídia em termos exatos por que não há definição sobre a qual artistas, narradores, game designers, publicitários,

---

<sup>4</sup>Unoego disponível em: <http://unoego.com/2017/12/28/tentativa-de-unoego/>

educadores e acadêmicos que estudam essa atividade concordem”<sup>5</sup> (RHOLETTER, 2015, 1).

Em linhas gerais, a noção de narrativa transmídia envolve o desenvolvimento de uma história entre diversas plataformas, sejam elas físicas, tradicionais, ou digitais. Um aspecto fundamental, que de fato distingue um conteúdo transmídia em relação a um conteúdo multimídia, é o fato de o primeiro pensar todas as suas inserções, seja em que meio for, como partes que contribuem de forma essencial para o todo. Não há, neste caso, apenas replicação de conteúdo em outras mídias, nem tampouco inserções consideradas supérfluas ou ornamentais: todos os “textos” e veículos que constituem o conteúdo são postos em uma relação de complementaridade. É neste sentido que Sébastien Denis afirma que, “aplicado às mídias, o sufixo ‘trans’ indica (...) claramente uma desaparecimento das mídias isoladas para [dar lugar a] uma visão do conjunto”<sup>6</sup>. (DÉNIS, 2014, p. 16)

No caso do Unoego, a ideia de narrativa transmídia necessita ser ampliada, pois efetivamente não se trata de uma única história a ser desenvolvida em diversos meios. Como se viu, a ideia de jardim ou labirinto expressa uma realidade que pode conter muitas histórias, não necessariamente conectadas, além de muitas outras formas de expressão que não envolvem a configuração narrativa. Pode-se ter, por exemplo, um personagem aparecido em um unoego-conto, que depois reaparece e se desenvolve em um vídeo, ou que tem um outro unoego-música creditado em sua autoria; da mesma forma, um unoego-poema pode-se ligar a um unoego-fotografia sem que haja uma narrativa envolvida nessa ligação. Com a multiplicação de unoegos e suas interligações, quer-se dar ao interator uma impressão de histórias e coisas que convivem em um universo em constante expansão, com inúmeras referências cruzadas e sempre em caráter processual, de maneira que a ideia de “todo” jamais se complete. Essa impressão está sintetizada no mapa de unoegos, disponível no site, que vai registrando os unoegos que aparecem, bem como as ligações que se formam entre eles.

Vários autores argumentam que o fenômeno transmídia não é algo recente, pois está presente em muitas manifestações culturais do passado e, se tomado em um sentido amplo, é mesmo uma extensão natural da expressão cultural humana, através da relação entre oralidade, escrita e imagens. A esse passado, Denis propõe considerá-lo como sendo uma espécie de “proto-transmídia”, considerando que a participação e o

<sup>5</sup>“Transmedia storytelling is difficult to define in exact terms because there is no definition upon which the artists, storytellers, game designers, publishers, educator and scholars engaged in the activity agree”.

<sup>6</sup>“Apliqué aux média, le suffixe ‘trans’ indique donc clairement une disparition des médias isolés pour une vision d’ensemble”.

engajamento sempre formaram parte de projetos proto-transmídia (ibid., p. 23). A interatividade da arte não é considerada, portanto, coisa recém inventada através dos meios digitais. A diferença crucial, que de fato demarca uma fronteira entre “proto-transmídia” e a transmídia potencializada pelas novas tecnologias, parece estar centrada no colapso do tempo e espaço em que esta última ocorre, capaz de borrar as distinções entre público e criadores, narrativa e comentário, fazer e apreciar. Essa diferença é salientada pelo próprio Dénis, e também por outros autores. Martha Gabriel, por exemplo, escreve:

O fato de que um assunto surge em uma forma, ou mídia, e é propagado por outras formas e mídias sempre aconteceu. O que mudou é a velocidade com que essa propagação ocorre – quanto mais nos aproximamos da informação em *real-time*, mais rapidamente os assuntos de uma mídia contaminam a outra. (GABRIEL, 2012, p. 183).

A interação, neste contexto, torna-se uma função da obra. É possível que o interator a transforme e, no caso do Unoego, isso se dá não somente como espaços de comentários e complementações no site ou nas redes sociais, mas também como uma abertura para que unoegos sejam idealizados ou produzidos por quem quer que seja (para essa finalidade, há um formulário específico no site, na aba “agora mesmo!”). Luciana Comin, ao falar de narrativa transmídia, considerou esse tipo de característica como propulsora de uma “experiência de percepção expandida” (COMIN, 2014, p. 88), e tal experiência é aquela buscada no universo do Unoego, o que estabelece parâmetros claros para a formação de seu público-alvo, como será visto.

Observa-se, pelos aspectos do conceito de transmídia levantados, que ter um pé no mundo físico e outro no virtual, ser ao mesmo tempo on e off-line, são cruciais para que Unoego se expresse como labirinto em expansão, como perguntas que geram perguntas, todas elas permeadas de respostas circunstanciais. Além disso, a alocação dos unoegos interligados no website é importante para que ocorra a intromissão dos interatores no processo, pois a hibridização de mídias é uma característica da escrita digital. Irene Machado, em um estudo voltado à intersemiótica de linguagens artísticas, considera-as “linguagens interagentes”, expressão que pode ser fundida ao conceito de transmídia. A autora enxerga na digitalização o meio perfeito para a mistura dessas linguagens. É com essa ideia em mente que fala em “escrita digital”, essa língua “que processa códigos já existentes, cria outros, e os devolve como produtos híbridos” (MACHADO, 2000, p. 89).

Mesmo que ocorra como performance, improvisação ou intervenção em espaço público, o Unoego está dirigido para ser reconfigurado através dessa escrita digital, feita em autoria cooperativa, primeiramente entre seus idealizadores, mas sempre abertas a qualquer interator. A profusão de unoegos, que vão se espalhando pelo mapa do site, constitui, portanto, uma trama de linguagens, objetos, personagens, histórias e enigmas, trama caracterizada como “jogo de coexistências transmídia”, cuja essência é articulada em uma só palavra, simultaneamente propulsora e inquietante – Unoego.

## **2.4 Justificativa**

Acredita-se que o Unoego, por estar envolvido em temas relevantes às discussões sobre arte e cultura contemporâneas, é uma iniciativa de interesse potencial para diversos setores culturais e acadêmicos, principalmente no concernente à produção de obras artísticas de autoria cooperativa. O presente projeto, que trata da implementação e acompanhamento dos primeiros meses após o lançamento oficial do website <http://unoego.com>, considera a possibilidade subsequente de criação de subprojetos colaborativos dentro do Unoego, o que o torna uma iniciativa passível de gerar, no longo prazo, uma diversidade de ações. Sua caracterização como jogo de coexistências o torna algo que cresce, mas sem perder sua coesão como “coisa”, em cujo interior surgem e são alavancados eventos, ações e projetos artísticos variados. Nesse sentido, Unoego vai ao encontro de tendências sociais da arte contemporânea identificadas, por exemplo, por Canclini, que associa a ascensão da interação digital, a partir da web 2.0, com uma desdefinição das fronteiras entre arte e não-arte. Segundo esse autor, neste contexto, “mais do que obras e espectadores, encontramos fluxos que circulam através de objetos, pessoas e imagens” (CANCLINI, 2012, p. 51).

Para que se possa tornar essa iniciativa algo efetivo a longo prazo, é necessário que ela possua um começo coerente e sustentável desde os pontos de vista dos recursos humanos, financeiros e sócio-culturais que lhe são necessários. O presente projeto de implementação apresenta-se como caminho adequado para que tais necessidades sejam supridas com eficiência.

## 2.5 Objetivos

Objetivo geral: implementar e divulgar o Unoego através do site <http://unoego.com>, provendo uma diversidade transmídia de conteúdo e canais de comunicação que sejam capazes de despertar interesse e gerar processos colaborativos com interatores.

Objetivos específicos:

- Aprofundar o conceito e as possibilidades artísticas do Unoego, através de reuniões constantes entre os idealizadores e avaliadores convidados;
- Produzir e publicar pelo menos 50 unoegos no website, usando a maior quantidade de mídias possíveis e criando ligações que sejam suficientes para criar a impressão de labirinto aos visitantes;
- Revisar, completar e manter atualizados todos os demais conteúdos do site, incluindo definições, log, formulários e o Mapa de unoegos;
- Criar um plano de comunicação e divulgação que torne dinâmica a iniciativa. Tal plano deve contemplar estratégias de interação com visitantes do site, incluindo links com redes sociais e criação de uma fan page do Unoego no facebook, além dos perfis de YouTube, Instagram e Tweeter.
- Estabelecer um processo de avaliação prévia de todos esses elementos antes do lançamento do website. Esse processo deverá contar com participantes externos, que serão convidados a acessar e avaliar os conteúdos e produzirem pareceres.
- Gerar estatísticas de visitação, constância de publicação e interações via redes sociais durante os três primeiros meses após o lançamento do website.
- Fazer com que o site do Unoego receba pelo menos 2.000 visitas individuais no período de até três meses de seu lançamento.
- Haver produzido e publicado pelo menos 6 unoegos em colaboração com artistas não diretamente vinculados ao Unoego.

## 2.6 Público-alvo

O público do Unoego, em sua etapa de experimentação, é considerado através de uma divisão em duas categorias:

- (a) Interatores: indivíduos que se utilizam dos recursos da web 2.0, mostram-se participativos em conteúdos que transitam por redes sociais na internet, e



possuem experiência ou interesse em trabalhar com linguagens artísticas. A designação desse público através do termo “interator” foi apropriada da literatura acadêmica relacionada a conteúdos transmídia, pois reflete o caráter ativo desse público sobre as ações da iniciativa.

Na narrativa transmídia, a relação do receptor com a obra também se potencializa, de modo que o mesmo se torna *interator*, sujeito que interage, que escolhe em qual porta (ou mídia) deseja penetrar na narrativa e qual trajeto seguir, a partir dessa porta de entrada. O interator pode até mesmo interferir na narrativa. Trata-se de uma experiência de percepção expandida, ao atravessar vários meios de naturezas distintas (COMIN, 2014, p. 88).

É necessário considerar a extrapolação desse conceito de narrativa no contexto do Unoego, conforme argumentado, para que se tenha mais claro o fato de que o seu interator, além de escolher a porta de entrada, como dito por Comin, também escolhe quando e por onde sair. Um interator pode fazer do Unoego uma experiência cotidiana de tempo indeterminado, ou pode resumi-la a uma intersecção muito breve em suas atividades. Seja qual for o seu tempo de envolvimento e interação, o público interator que se quer atingir é aquele que acompanha, replica e faz referência aos unoegos. Interatores serão inicialmente convidados entre contatos pessoais, colaborando na geração de unoegos e divulgando o conteúdo do site via web. Espera-se que novos interatores surjam a partir desse processo inicial, alcançando a meta de 100 interações com o Unoego nos três primeiros meses após seu lançamento.

Público-geral: internautas que cruzam ou acompanham o site do Unoego, porém sem necessariamente interagir com os conteúdos ou envolver-se diretamente com propostas artísticas. São pessoas interessadas em literatura, dança, música, vídeo e arte experimental e de rua, bem como outras linguagens presentes na trama transmídia do Unoego. Esse público não necessariamente chega a conhecer ou aprofundar-se nos conceitos da iniciativa, e pode alcançar e compartilhar o site através de unoegos isolados, cuja divulgação se dará de forma autônoma por ocasião de seu surgimento. Espera-se alcançar um total de 2000 visitas ao site da Unoego nos três primeiros meses desde seu lançamento.

### **3. PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO DO UNOEGO**

Este projeto estabelece um plano de ações detalhadas para o que se considera como período de implementação do Unoego, que abrange os quatro meses que precedem o lançamento do website e os três meses que o sucedem. O lançamento constitui, portanto, um ponto de virada que configura as duas fases do projeto (pré-lançamento e pós-lançamento), cuja duração total é de sete meses. Essas duas fases incluem todas as ações deste projeto de implementação, incluindo os planos de comunicação e de avaliação. Após a descrição das ações a serem realizadas nessas duas fases, serão apresentados, ainda neste capítulo, orçamento e cronograma do projeto, que servirão também como síntese dos passos que o constituem.

#### **3.1 Fase 1: pré-lançamento**

Esta fase inclui todas as ações necessárias para que o Unoego esteja on-line de uma forma que pareça suficientemente complexa, isto é, que já permita aos interatores e público em geral experiências imersivas, no sentido de se perder entre unoegos e sentir-se instigado a compartilhar e reagir ao seu conteúdo. Além disso, ainda durante o pré-lançamento, o site do Unoego deve ser adaptado ao plano de comunicação, com a inserção de espaços de comentário e links de compartilhamento em redes sociais. A criação de protocolos para publicações de unoegos, seja no site ou em outras plataformas, também está incluída nesta fase. Finalmente, um período de avaliação externa, por parte de pessoas convidadas, será estabelecido antes do lançamento do site, com o objetivo de aprimorar e desenvolver os conceitos do mesmo (cf. seção 3.4.1).

##### **3.1.1 Reuniões de aprofundamento da iniciativa**

Como se pôde observar no capítulo anterior, Unoego é, desde seu princípio, um conceito em expansão. Considera-se que sua situação atual possibilita seu lançamento e existência através do website aqui projetado, porém sabe-se que outras ideias estão por vir, e que essas ideias potencializarão novas ações dentro do Unoego. Para tanto, mantém-se um cronograma de reuniões entre os idealizadores da iniciativa, nas quais ainda se fazem tempestades de ideias e anotações, prevendo, às vezes, ampliações consideráveis naquilo que se considerava Unoego até então. Uma dessas ampliações

recentes, por exemplo, é o estabelecimento, previsto para acontecer a partir de 2019, de jogos internos dentro do Unoego. Esses jogos, inspirados em ações de marketing transmídia, são espécies de enigmas (chamados “Uenigmas”) propostos aos interatores, onde uma série de pistas espalhadas entre determinados unoegos, somadas a ações no mundo off-line, conduzem a um fim determinado, que pode conter uma resposta a uma pergunta, uma premiação ou algum outro tipo de encerramento.

Ideias como essa estão diretamente ligadas aos preceitos estéticos do Unoego, na medida em que, ao criar jogos dentro do grande jogo, ou narrativas dentro do labirinto, ajudam a estabelecer camadas de interação, tornando a impressão geral do Unoego como uma coisa cada vez mais densa e, conseqüentemente, potente. Além disso, quando se pode interagir com algo de diversas maneiras, mais simples ou mais complexas, mais longas ou mais curtas, cria-se também uma diversificação do público alvo, algo desejável no longo prazo. Porém, a implementação desses aprofundamentos requer um fundamento em um determinado grupo de interatores que acompanhem Unoego com certa constância, e que esse público seja suficientemente grande e diversificado para, com suas ações, interagir e replicar através do Unoego.

Portanto, apesar de não haver intenção em reformar ou repensar as ações propostas neste projeto de implementação, manter-se-ão as reuniões de aprofundamento da iniciativa, com os objetivos de enriquecer os discursos sobre o Unoego, e também de planejar ideias para projetos futuros, as quais estão sendo anotadas e guardadas.

### 3.1.2 Produção de unoegos

Atualmente, o site contém um total de 14 unoegos publicados, os quais estão descritos e podem ser acessados na tabela 1:

nº	Nome	Mídia(s)	Acesso	Data	Autor(es)	Links com (nº)
1	Sujeiro a Objetos	Vídeo-dança-música	<a href="#">Clique</a>	04/12/2017	Unoego	-
2	A Roda da Vida	Vídeo-perfor.-música	<a href="#">Clique</a>	06/12/2017	Unoego	-
3	Aurora Incerta	Vídeo-perfor.-música	<a href="#">Clique</a>	12/12/2017	Unoego	-
4	A Cidadezinha	Conto	<a href="#">Clique</a>	20/12/2017	Unoego	5, 11, 8
5	Adeus, Cardoso	Conto	<a href="#">Clique</a>	20/12/2017	Unoego	6
6	Rotina	Conto	<a href="#">Clique</a>	20/12/2017	Unoego	12
7	Tentativa de Unoego	Vídeo-perfor.-música	<a href="#">Clique</a>	28/12/2017	Unoego	10
8	O Jardim	Poema	<a href="#">Clique</a>	02/01/2018	Unoego	9
9	Perfume do Jardim de Entulhos	Música-partitura	<a href="#">Clique</a>	02/01/2018	Unoego	-
10	A Biblioteca de Babel	Vídeo-música	<a href="#">Clique</a>	08/01/2018	Unoego	wikipedia

11	Cruzamentos	Texto-ensaio	<a href="#">Clique</a>	11/01/2018	Unoego	4
12	Unoegos Acontecem #1	Improvisação	<a href="#">Clique</a>	23/01/2018	Unoego	-
13	O pássaro e Antônio	Crônica	<a href="#">Clique</a>	28/01/2018	Unoego	2
14	Pássaro	Fotografia	<a href="#">Clique</a>	28/01/2018	Unoego	-

Tabela 1: Lista de unoegos publicados até 2/02/2018.

Como se pode ver na coluna “Mídia(s)”, vários unoegos se utilizam de mais de uma mídia. A proporção de mídias utilizadas, considerando-se apenas unoegos publicados até 2 de fevereiro de 2018, é a seguinte:

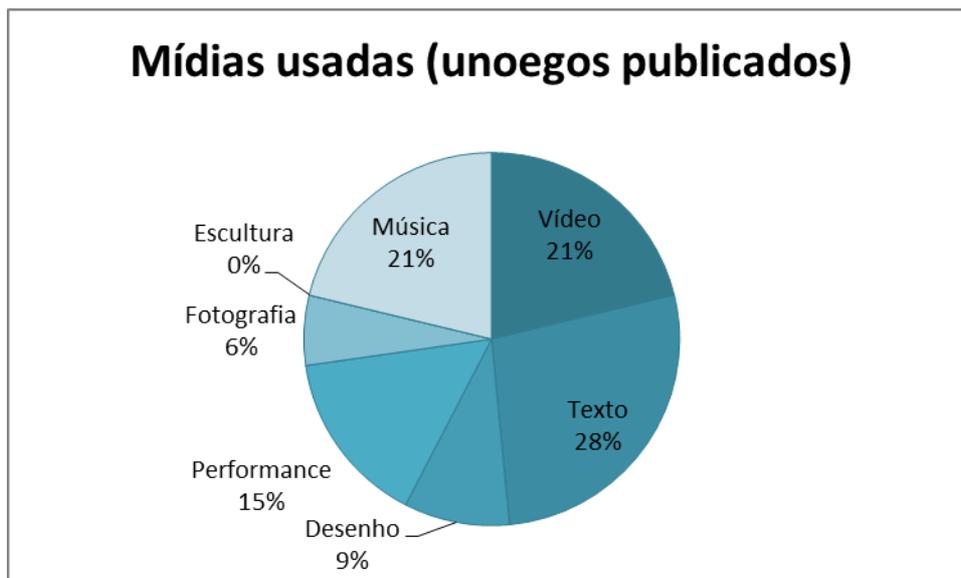


Figura 6: gráfico das proporções de mídias utilizadas no Unoego até 02/02/2018 (unoegos publicados).

Este projeto prevê a produção de 36 novos unoegos antes do lançamento do site. Alguns já estão em fase de andamento ou mesmo terminados, porém ainda sem publicação. Do total de 50 unoegos produzidos até o lançamento do site, 35 serão publicados e outros 15 ficarão como reserva para publicação nas semanas subsequentes ao lançamento, com o intuito de manter o interesse e formar um público de interatores constantes a partir das primeiras visitas. Buscar-se-á manter uma diversidade de mídias considerável, embora o protagonismo de vídeos e textos, já observável na figura 7, esteja dentro das expectativas da iniciativa: estão contados ali, por exemplo, os vídeos de registro de performances, e também os textos descritivos de publicações, fatores que acabam multiplicando a presença dessas mídias.

Por este motivo, um acompanhamento mais detalhado das categorias de vídeos e textos presentes em Unoego será elaborado em um segundo momento, quando as publicações estiverem em maior número. Esse acompanhamento estatístico será importante para subsidiar impressões sobre o aspecto transmídia do site, inclusive (e

principalmente) no referente à interligação entre unoegos: será sempre mais interessante à iniciativa se um conto se ligar com uma fotografia, que então conduza a outro texto ou a uma performance, e assim por diante, mais do que um texto que conduz a outros textos.

A utilização de esculturas está prevista como apropriação de materiais e do conceito de *ready made*, como, por exemplo no unoego abaixo:



Figura 7: Difusor de Casais, unoego ainda sem publicação. Peça publicitária ficcional<sup>7</sup>.

No concernente à autoria e ao crédito de conteúdo, há unoegos criados por Bruno Angelo, por Diego Esteves, ou de forma colaborativa entre os dois. Em qualquer caso, todos os unoegos são considerados como sendo de autoria cooperativa entre Bruno e Diego, portanto o crédito é concedido simplesmente ao Unoego. A não especificação de autoria é uma decisão coerente com o conceito e apresentação do Unoego, o qual, como argumentado anteriormente, evita definições, procedimentos e modelos de negócio usualmente associados ao mundo da arte.

Sem embargo, um dos objetivos da iniciativa é gerar unoegos com a colaboração de interatores voluntários, e neste caso sua autoria seria explicitada no website, num

<sup>7</sup>O conceito de “Difusor de Casais” ainda não foi desenvolvido, porém planeja-se torna-lo central em um poema a ser composto.

formato “Unoego & Fulano”, ou “Unoego & Grupo X”. Esse crédito torna-se interessante não somente para esclarecer o papel dos interatores no Unoego, mas também para divulgar seus nomes e links, gerando visibilidade ao seu trabalho e tornando mais atrativo esse tipo de parceria.

Dentre os unoegos em processo de criação encontram-se: uma série de mini-contos, chamada *No elevador, faltou luz*; uma composição de música concreta com o som de gangorra extraído de *Unoegos Acontecem #1*; uma improvisação cênico-musical que será *Unoegos Acontecem #2*; Algumas canções ainda sem-título; um conto chamado *Carta Aberta de um Beriboé*, cuja história se liga com outros contos previamente publicados; um vídeoclip de uma composição para piano chamada *Luz, incessante, insuficiente*.

### 3.1.3 Adaptações no website e primeiro plano de avaliação

Ainda nesta fase de pré-lançamento, será necessário empreender diversas alterações, expansões e correções de conteúdo no site do Unoego. A versão provisória, que se encontra disponível neste momento, carece de muitas adaptações. Alguns conceitos, como aqueles encontrados na seção “Perguntas frequentes”, ainda portam diversos termos que remetem à primeira ideia da iniciativa, mais vinculada à nomenclatura empresarial e científica. Textos com releases e o formulário de contato, embora mais próximos à concepção atual do Unoego, também necessitam revisão e atualização.

Outro aprimoramento necessário concerne aos pontos de contato do site com as mídias expressivas, no sentido de facilitar o compartilhamento e a replicação de unoegos, bem como a interação por parte dos visitantes. Este ponto está atualmente sendo estudado em suas particularidades técnicas, com previsão de implementação para o mês de março de 2018. Antes de uma revisão final de todos esses conteúdos, será posto em ação o primeiro plano de avaliação do projeto, conforme será detalhado na seção 3.4.

Por fim, a geração de protocolos de publicação, que envolvem roteiros de onde publicar, que contas e perfis utilizar, textos pré-prontos para respostas de e-mails, etc., será produzida e mantida on-line, para consulta dos idealizadores do Unoego, na plataforma Dropbox.

## **3.2 Fase 2: Pós-lançamento**

### **3.2.1 Produção de novos unoegos**

Uma vez lançado o site do Unoego, considera-se que a iniciativa deverá estar focada em produzir e administrar a publicação de novos unoegos. Espera-se manter uma constância de pelo menos um novo unoego publicado a cada semana. É importante observar, no entanto, que essa rotina de publicação implica o encadeamento de diversas ações: além de produzir e armazenar o unoego no site, faz-se necessário atualizar o log e o mapa de unoegos, além de pôr em ação os protocolos de divulgação elaborados a partir do plano de comunicação.

A fim de evitar uma sobrecarga de tarefas nas primeiras semanas após o lançamento, previu-se a reserva de 15 unoegos pré-prontos, os quais podem ir sendo publicados separadamente nesse período. Além disso, a produção de novos unoegos por parte de interatores convidados, voluntários, ou a produção cooperativa entre esses e os idealizadores da iniciativa também ajudarão a manter a viabilidade do projeto.

### **3.2.2 Interação, coleta de dados e segundo plano de avaliação**

Uma atividade fundamental, durante esta fase, será o acompanhamento das interações que venham a ser feitas com o Unoego. Manter contato com interatores, respondendo às suas reações e buscando planejar novas ações que os incluam, poderá constituir-se em tarefa diária, dependendo do sucesso do lançamento.

Complementarmente, a organização e o agrupamento de dados para geração de estatísticas também imporá uma certa carga de trabalho, considerando-se (1) a diversidade de mídias envolvidas na produção de unoegos, e (2) a quantidade de plataformas de interação potencialmente ativas, sem contar o próprio website da iniciativa. Os dados a serem coletados, bem como as particularidades de sua interpretação, serão detalhados na seção 3.4.2.

Ao final desta fase, que conclui este projeto de implementação, espera-se que todos os objetivos propostos na seção 2.5 tenham sido cumpridos. O sucesso do projeto se dará à medida em que a rotina de publicações seja constante e eficaz, a quantidade e nível de interações demonstre uma receptividade favorável por parte do público-alvo, e a idealização de novos projetos se mantenha como uma característica da iniciativa.

### 3.3 Plano de comunicação

#### 3.3.1 Objeto

O objeto da comunicação deste projeto é bifacetado: por um lado, aborda o Unoego como universo, isto é, sua concepção como ambiente de criação centrado na intersecção entre realidade e ficção; por outro lado, busca divulgar autonomamente cada unoego, isto é, cada publicação nova de conteúdo no site. São, como visto, duas faces da mesma moeda, e a comunicação com público em geral e interatores é um pouco diversa para cada uma delas.

No que se refere ao Unoego, a comunicação estará centrada no conteúdo explicativo do site, principalmente naquele alocado na aba “Unoego?”, onde se encontram definições e textos complementares sobre a iniciativa. A ideia da pergunta constante sobre o que é Unoego, recorrente mesmo entre os seus idealizadores, será mantida através dessa estratégia de comunicação: quer-se passar a ideia de que Unoego existe por si, sem demasiados textos explicativos, à moda de releases, que deem conta de sua história. Sobretudo, como dito, evita-se a referência a processos artísticos e ao termo “arte” em geral, e com isso também se quer contornar o jargão jornalístico habitual nesse tipo de comunicação.

O lançamento do Unoego virá, portanto, sem explicações meta-Unoego, ou seja, todos os textos que abordem o seu conceito são considerados também unoegos. As definições formadas são ao mesmo tempo instigantes e incompletas, como “jogo de coexistências”, “jardim” ou “labirinto”, e os unoegos serão frequentemente explicados de forma paradoxal, como “coisa-acontecimento” ou “produto processual”. Busca-se o equilíbrio ideal no provimento da atmosfera de criação e irreverência da iniciativa, sem no entanto nunca explicar o que é, afinal, Unoego.

Na comunicação da iniciativa, considera-se que, desde o princípio, Unoego está ali. O material de lançamento apresentará o site e as coisas que podem ser acessadas a partir dele, mas não explicitará em demasia o conceito nem as informações que foram apresentadas no capítulo 2 deste projeto. Para o interator interessado em descobrir mais sobre o Unoego, diversas informações reais sobre a iniciativa são deixadas no site, como pistas, mas a linguagem dos textos jamais assume estar completamente fora do universo criado. É assim que se poderão acessar, por exemplo, textos sobre Bruno e Diego, denominados “inventores”, ou textos genéricos sobre processos de feitura de unoegos. Desta forma, o interator pode acessar informações práticas sobre a iniciativa



(o que a mantém parcialmente no mundo real), porém sem nunca encontrar, no site ou em qualquer comunicação de seus idealizadores, um momento que esteja completamente fora do Unoego.

A divulgação de cada unoego, no entanto, será o motor de atração e interação com os públicos da iniciativa. Cada unoego surgirá no site e, ao mesmo tempo, nos perfis de facebook e instagram, tanto de Bruno como de Diego. Com os unoegos, de forma geral, possuirão links para outros unoegos, cada publicação será considerada como uma nova porta de entrada para o labirinto do site, de maneira que o visitante, seja novo ou experiente, pode se interessar e seguir acessando outros unoegos a partir dessa entrada, eventualmente querendo acessar as informações mais abrangentes através do site.

Desta forma, cada unoego é uma isca para o site e a iniciativa como um todo. São, por isso, a principal forma de provocação constante aos públicos. No entanto, assim como acontece com o conceito geral do Unoego, os unoegos serão publicados como coisas que surgem sem explicação, ou seja, sem meta-informações sobre sua intenção, seu processo ou sua autoria. Esse surgimento sem causa nem anexo facilita a apreciação imediata dos interatores, sem manual nem moderações ou contextualizações, focando sua atenção não sobre a iniciativa como um todo nem nos artistas que a gerem, mas sobre o unoego em si.

Essas definições gerais dos objetos a serem comunicados os colocam, seja Unoego ou seus unoegos, antes como perguntas do que como explicações. Desta forma, toda a iniciativa pretende se mostrar aos interatores como perguntas sem resposta unívoca: “isso é verdade ou mentira? Este lugar existe? Eles são artistas? Eles ganham dinheiro com isso? Qual o objetivo do Unoego? Existe uma lógica por trás das ligações entre os unoegos?”, e assim por diante.

### 3.3.2 Estratégias de comunicação para os públicos da iniciativa

Conforme apresentado na seção 2.6, há duas categorias de público-alvo neste projeto: aquela dos interatores, que se tornarão, em maior ou menor medida, cooperadores de suas ações; e aquela do público-geral, constituído por aqueles que visitam e, eventualmente, fazem repostagens de unoegos ou do site como um todo. A principal forma de se atingir e conquistar esses públicos é a publicação autônoma e provocativa de cada novo unoego em redes sociais, conforme explicitado acima. Através dessas publicações, espera-se manter constante e renovado o número de

acessos, além de receber tentativas de contato de novos interatores, através do formulário específico na aba “Agora mesmo!”, ou também através dos perfis de Bruno e Diego nas redes sociais.

No que se refere ao público em geral, essas ações comunicativas serão associadas à resposta personalizada e direta entre idealizadores e visitantes que se proponham a contatá-los ou comentar suas publicações, seja no site ou nas redes sociais.

No tocante aos interatores, será empreendida uma estratégia de interação pessoal ativa por parte dos idealizadores. Essa estratégia se faz necessária para que se possa criar um grupo considerável de criações cooperativas de unoegos, feitos como colaboração entre idealizadores e interatores convidados. Esses convites serão feitos a 10 profissionais de diferentes linguagens artísticas, que serão incentivados a navegar pelo site e propor aos idealizadores a realização cooperativa de unoegos. As publicações desses unoegos anunciarão os créditos autorais dessa cooperação, e a partir de então espera-se que servirão de incentivo para que novos e desconhecidos colaboradores tomem a iniciativa de contatar os idealizadores do Unoego, com vistas a realizar novos projetos.

### 3.3.3 Cronograma de ações de comunicação

Com exceção de consultas circunstanciais, nenhuma divulgação do Unoego será feita durante a fase de pré-lançamento. O lançamento consistirá, de fato, em ações de comunicação através das mídias expressivas, de forma curta e provocativa, contendo algumas informações em texto, além de um teaser em vídeo, como um convite para acesso imediato ao Unoego.

Após o lançamento, entra em ação a dinâmica de contato personalizado e direto com visitantes que tomem a iniciativa, além do convite que será feito aos 10 interatores. A divulgação do Unoego será constantemente renovada através das publicações semanais de unoegos. Esse cronograma de ações de comunicação está integrado ao cronograma geral do projeto, e pode ser consultado na seção 3.6 deste capítulo.

## 3.4 Planos de avaliação

Este projeto prevê dois momentos avaliativos. O primeiro será posto em ação quatro semanas antes do lançamento do site, e o segundo ocorrerá ao final do projeto.

### 3.4.1 Primeiro momento avaliativo: teste de comunicação do Unoego

Com o objetivo de otimizar a estratégia de comunicação do Unoego, tornando-o compreensível e interessante ao público que não está diretamente envolvido em sua criação, torna-se necessário testar seu conteúdo com um grupo diversificado de pessoas, que poderão então manifestar sua opinião crítica a respeito das informações que estão disponíveis no site, além de comentar quaisquer aspectos concernentes ao seu design, à qualidade e constância de unoegos, ou qualquer outro assunto correlato que lhes pareça pertinente. Esse grupo será criado através de convite dos idealizadores, contando com aproximadamente 20 pessoas. Trata-se de profissionais de distintas áreas de conhecimento, em sua maioria ligados de alguma forma à arte: figurinistas, cenógrafos, dançarinos, músicos, artistas visuais, escritores, gestores culturais, etc.

Ao se fundamentar em suas opiniões individuais sobre a iniciativa, este será um processo avaliativo qualitativo, e ocorrerá da seguinte maneira: serão enviados e-mails individualizados aos convidados, anunciando o projeto e solicitando sua avaliação em forma de opinião. Essa opinião pode ser expressa através de texto, como resposta ao e-mail, ou através de vídeo postado via WhatsApp. O tempo disponibilizado para tanto será de uma semana a partir do envio do e-mail. A seguir, os participantes também serão convidados a participar de um grupo de conversa no WhatsApp, criado especificamente para esse fim. Com esse grupo, espera-se obter mais apreciações sobre o Unoego, desta vez em formato coletivo.

Todas as opiniões e interações serão então consideradas pelos idealizadores. A partir delas, durante duas semanas, serão feitas adaptações e revisões no conteúdo do site ou mesmo na própria concepção do Unoego, com vistas a torna-lo mais acessível e interessante aos visitantes que o venham a conhecer. Além de observar o impacto da iniciativa sobre o público, a meta desse processo de avaliação é dar ao conteúdo do site a maior estabilidade possível antes de seu lançamento, a fim de evitar inconstâncias que o tornem confuso após sua divulgação.

### 3.4.2 Segundo momento avaliativo: avaliação de resultados

Este segundo processo constitui a última ação deste projeto, a ser realizada ao final do terceiro mês após o lançamento do Unoego. Trata-se de uma avaliação quantitativa e qualitativa, produzida pelos idealizadores da iniciativa.

Os indicadores dessa avaliação serão obtidos através da plataforma Wordpress, e deverão conter os seguintes dados, correspondentes aos três primeiros meses ao após o lançamento:

- (a) Número de visualizações gerais do site
- (b) Número visitantes
- (c) Número de acessos via Facebook
- (d) Número de acessos via Instagram
- (e) Número de visualizações para cada unoego
- (f) Número de comentários no site
- (g) Número de repostagens e comentários nas redes sociais
- (h) Número de interações ativas (continuações de unoegos, propostas de atuação, etc.)
- (i) Relação proporcional de mídias utilizadas nos unoegos

Através da obtenção e cruzamento desses dados, serão formuladas respostas para as seguintes perguntas:

- (a) A meta de pelo 2000 visitantes foi atingida?
- (b) A meta de pelo menos 6 unoegos colaborativos publicados foi atingida?
- (c) Qual a principal forma de acesso e fruição dos conteúdos do site?
- (d) Além da apreciação individual dos unoegos, as pessoas se interessam pelo conceito geral do Unoego?
- (e) Qual o tipo de combinação transmídia mais acessado?
- (f) É possível especificar melhor o perfil do público interessado no site?
- (g) Quais os tipos de interação geradas ao longo da iniciativa?

Além de fazerem uso dos dados coletados, as repostas para essas perguntas serão respondidas também em viés qualitativo, a partir das observações dos idealizadores durante a realização do projeto, e também de eventuais comentários críticos que venham a surgir de outras pessoas. O objetivo dessa avaliação de resultados é incentivar e subsidiar a continuação do Unoego em um novo projeto, desta vez mais amplo e baseado em um sistema de financiamento via *crowdfunding*.

### 3.5 Orçamento

Produção/execução/divulgação						
Rubrica	Unidade	Valor unitário	Quantidade	Total da linha	Início	Término
Produção de unoegos	Cachê	R\$ 350,00	56	R\$ 19.600,00	dez/17	abr/18
Registro de domínio unoego.com	Anuidade	R\$ 44,90	1	R\$ 44,90	dez/17	dez/18
Projeto gráfico	Serviço	R\$ 2.340,00	1	R\$ 2.340,00	jan/18	jan/18
Webdesigner	Serviço	R\$ 2.500,00	1	R\$ 2.500,00	dez/17	fev/18
Assessoria de comunicação	Mês	R\$ 400,00	7	R\$ 2.800,00	dez/17	jun/18
Produtor executivo	Mês	R\$ 1.100,00	7	R\$ 7.700,00	dez/17	jun/18
Produtor artístico	Mês	R\$ 1.100,00	7	R\$ 7.700,00	dez/17	jun/18
Fotógrafo	Sessão	R\$ 230,00	10	R\$ 2.300,00	mar/17	jun/18
Impressão de adesivos (código QR)	Folha A4	R\$ 0,15	50	R\$ 7,50	fev/18	jun/18
Verniz brilhante	Lata	R\$ 32,00	1	R\$ 32,00	fev/18	fev/18
Adesivo Spray	Lata	R\$ 43,00	1	R\$ 43,00	fev/18	fev/18
Subtotal				R\$ 45.067,40		
Investimentos em bens duráveis						
Rubrica	Unidade	Valor unitário	Quantidade	Total da linha	Início	Término
Cenário para intervenções urbanas	Verba	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00	dez/17	jan/18
Reason - software de produção musical	Verba	R\$ 900,00	1	R\$ 900,00	dez/17	dez/17
Controlador MIDI Samson Conspiravy	Verba	R\$ 950,00	1	R\$ 950,00	dez/17	dez/17
Controlador MIDI Novation Nocturn 25	Verba	R\$ 650,00	1	R\$ 650,00	dez/17	dez/17
Câmera Canon T6i DLSR	Verba	R\$ 3.083,00	1	R\$ 3.083,00	dez/17	dez/17
Tripé alumínio	Verba	R\$ 92,00	1	R\$ 92,00	dez/17	dez/17
Gravador Zoom H4n	Verba	R\$ 840,00	1	R\$ 840,00	dez/17	dez/17
Subtotal				R\$ 6.815,00		
Total de despesas				R\$ 51.882,40		

Tabela 2: orçamento.

## 3.6 Cronograma

Atividade		Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7
Pré-lançamento	Aquisição de materiais	X						
	Reuniões de discussão	X	X	X	X	X	X	X
	Produção de 50 unoegos	X	X	X	X			
Pós-lançamento	Elaboração do website	X	X					
	Revisão do website			X	X			
	Atualização do website					X	X	X
Comunicação e divulgação	Produção de unoegos colaborativos					X	X	X
	Comunicação com interatores					X	X	X
	Coleta de dados						X	X
Planos de avaliação	Elaboração de protocolos de publicação				X			
	Elaboração de protocolos de interação			X	X			
	Lançamento e divulgação do Unoego					X		
	Publicação semanal de unoegos em redes expressivas					X	X	X
	Convites para 10 artistas colaboradores					X		
Planos de avaliação	1º momento avaliativo: convites para participantes			X				
	1º momento avaliativo: coleta de opiniões críticas			X				
	1º momento avaliativo: criação de grupo no WhatsApp			X				
	2º momento avaliativo: cruzamento de dados							X
	2º momento avaliativo: geração de estatísticas							X
2º momento avaliativo: discussão e resultados							X	

Tabela 3: cronograma.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento do Unoego, como se pôde observar, está diretamente relacionado à trajetória artística colaborativa entre seus idealizadores, Diego Esteves e Bruno Angelo. Essa colaboração começou como sessões de improvisação cênica e musical e evoluiu para a invenção desse ambiente criativo transmídia, conforme elaborado ao longo deste projeto.

Por ter surgido de forma espontânea e, em certa medida, inadvertida, Unoego foi por princípio um projeto de engajamento voluntário, sem pretensões claras de retorno financeiro. Esta é a razão pela qual este projeto de implementação está sendo realizado com recursos privados, ainda sem um modelo de negócios que permita ao Unoego tornar-se financeiramente sustentável. Sem embargo, é possível prever diversas possibilidades de continuação e rentabilidade da iniciativa em médio e longo prazo, e tais possibilidades estão sendo discutidas para a realização de projetos futuros. Sobretudo, a junção de diversas obras sob o conceito de unoegos, habitando um mesmo universo criativo, dá visibilidade ao conjunto dessas intervenções e as torna compreensíveis dentro de um projeto maior. A conexão entre unoegos concede densidade a esse conjunto, e este fator será facilitador para o financiamento público ou privado em projetos futuros, que já tomarão por base uma produção consolidada da iniciativa.

Além disso, espera-se que essa mesma visibilidade atraia também projetos tangenciais, isto é, criações colaborativas com outros artistas, seja dentro ou fora do Unoego. Uma vez desencadeado, esse labirinto permanecerá sempre on-line, podendo ser acessado e cultivado sempre que haja interesse, por quem quer que seja. Afinal, Unoego não passa de uma brincadeira sobre o absurdo, inventada entre delírios e cafés. Porém, ao manter um pé sobre a realidade e outro sobre a ficção, permanece sempre como potência de projetos ainda porvir, cuja receita, além de novos delírios, inclui certamente uma boa dose de seriedade e comprometimento artístico e social.

## REFERÊNCIAS

- BORGES, Jorge Luis. Jardín de senderos que se bifurcan. In: **Obras Completas vol. 1**. Buenos Aires: Emecé, 2010.
- AUSTER, Paul. **The Music of Chance**. Boston: Faber and Faber, 1991.
- CANCLINI, Néstor G. **A Sociedade Sem Relato: antropologia e estética da iminência**. São Paulo: Editora da USP, 2012.
- COMIN, Luciana. A Construção de uma Narrativa Transmídia. **Repertório**, Salvador, nº 23, p. 86-90, 2014.
- COMPAGNON, Antoine. **O Trabalho da Citação**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2009.
- DELEUZE, Gilles. **Lógica do Sentido**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- GABRIEL, Martha C. **Arte Transmídia na Era Digital**. São Paulo: tese de doutorado defendida na USP, 2012.
- GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e Método vol. 1**. Petrópolis: Editora Vozes, 2012.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph Editora, 2009.
- MACHADO, Irene. Redescoberta do *Sensorium*: rumos críticos das linguagens interagentes. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Outras Literaturas**. São Paulo, Editora Senac, 2000.
- RHOLETTER, Wylene. **Transmedia Storytelling**. Research Starters: Education, 2015.
- DÉNIS, Sébastien. Vers une proto-transmídia? Le transmídia au risque de l'histoire des média. In: CAILLER, B.; DÉNIS, S.; APIEGA, J. (coord.). **Histoire du transmídia: genèse du récit audiovisuel éclaté**. Paris: L'Harmattan, 2014