

Um Estudo do comportamento do consumidor de narrativa transmídia brasileira

Fernanda Gonçalves dos Santos

Resumo

O presente trabalho de conclusão de curso tem como principal objetivo apresentar ao leitor o consumidor brasileiro que se alimenta de produtos transmidiáticos nacionais. Com o avanço tecnológico e a nova ideia sobre a importância do receptor para o sucesso de um produto, comercialmente falando, o formato das histórias ofertadas ao público se modificou; buscando mais que apenas a interação com seu público-alvo, mas sim a sua participação efetiva. A literatura, e principalmente, o audiovisual passaram a contar uma história e a inserir seus personagens em diferentes plataformas, tudo para conseguir o tão almejado carinho e o apego a essas histórias dos que hoje se chamam de fãs. Assim, o objeto de estudo empírico deste projeto é efetivamente Divã, um produto que carrega a qualidade transmídia, sendo consumido por aqueles que o acompanhavam em diversas plataformas. Para desenvolver esse conteúdo, articulamos o estudo em torno de dois grandes eixos teóricos: a narrativa transmídia e o comportamento do consumidor. Sobre narrativa transmídia, dialogamos especialmente com Jenkins (2009) e demais autores que tratam de temas afins. Sobre comportamento dos novos consumidores, trazemos contribuições de Gitlin (2003), Toffler (1980) e outras importantes colaborações. Além desse embasamento teórico, que dá corpo à nossa pesquisa bibliográfica, contamos ainda com uma segunda etapa metodológica em campo para entendermos mais de perto o comportamento dos consumidores de narrativa transmídia no estado de São Paulo.

Palavras-chave: Narrativa transmídia, comportamento do novo consumidor, cultura participativa.

<http://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2016/11/Um-estudo-do-comportamento-do-consumidor-de-narrativa-transmi%C3%A7%C3%A3o-brasileira.pdf>