

A Revista Badaró e a inovação através do jornalismo em quadrinhos ¹

Ana Carla Pimenta²

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Resumo

Esta pesquisa se debruça a investigar sobre a Revista Badaró e tem como objetivo apresentar as características inovadoras dessa produção jornalística em quadrinhos. Para isso utilizamos de uma abordagem com viés qualitativo e adotamos o Estudo de Caso como metodologia, com base em três procedimentos: pesquisa bibliográfica; pesquisa eletrônica; e entrevistas semiestruturadas com a diretoria executiva da publicação. A partir disso, traçamos algumas considerações a respeito do objeto escolhido e observamos que o trabalho desenvolvido pela Badaró pode ser visto como algo inovador, que passou por transformações e experimentou inúmeras possibilidades narrativas. Atualmente a Revista centraliza suas produções no jornalismo em quadrinhos e ilustrado, distribuídos de forma digital e impressa, explorando os recursos que cada formato tem a oferecer.

Palavra-chave: Inovação; Inovação social; Jornalismo em quadrinhos; Revista Badaró.

A criação da Revista Badaró

A Revista Badaró vem ganhando destaque nacional por ser uma das pioneiras especializada na produção de jornalismo em quadrinhos.

Desde sua fundação a Badaró se propôs a ser um veículo jornalístico com um posicionamento independente e contra hegemônico, de acordo com o seu Manifesto³ disponível no site da revista.

Ao longo dos anos a Badaró vem obtendo reconhecimentos públicos e algumas de suas produções jornalísticas já receberam prêmios, entre eles: Prêmio Jornalístico Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos (Menção Honrosa – Categoria Arte) – ano 2021, com a reportagem ‘LGBTfobia está atrelada ao processo de colonização’; Prêmio Megafone de Ativismo (1º Lugar – Categoria Reportagem em Mídia Independente) – ano 2023, com a reportagem ‘Um povo, três massacres’; e o Prêmio Livre.Jor de Jornalismo Mosca (2º lugar –

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Mestra em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e Pesquisadora do Núcleo de Estudos e Produção Hipermedia Aplicados ao Jornalismo — Nephi-Jor/UFSC, Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: anacarlamenta20@gmail.com

³ <https://www.revistabadaro.com.br/o-manifesto/>

Categoria Universitária) – ano 2020, com a reportagem ‘Infelizmente a Covid chegou, relata neto de cacique morto em aldeia de MS’.

Atualmente, a revista, que surgiu no ambiente online, é desenvolvida também no formato impresso. Assim, para conhecer mais sobre esse projeto, recorreremos ao conceito de inovação social. E é sob essa ótica que nos debruçamos a investigar a Revista Badaró.

Caminho Metodológico

O objetivo deste estudo é apresentar as características inovadoras da Revista Badaró, produção jornalística em quadrinhos. Para isso, utiliza-se de uma abordagem com viés qualitativo. A pesquisa adota o estudo de caso como metodologia, com base em três procedimentos: pesquisa bibliográfica; pesquisa eletrônica; e entrevistas semiestruturadas com a diretoria executiva da publicação.

Minayo destaca que a pesquisa qualitativa se preocupa em refletir sobre a realidade sem quantificá-la. “Ela trabalha com o universo de significados, motivos, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (Minayo, 1994, p. 21).

Quanto ao Estudo de Caso, Gil observa que esse tipo de investigação “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento” (Gil, 2002, p.54).

Os procedimentos, foram realizados em três etapas. O primeiro foi a pesquisa bibliográfica, que de acordo com Gerhardt et al (2009) constitui-se em uma pesquisa que resulta dos dados obtidos a partir de documentos escritos, impressos em editoras e catalogados em biblioteca. Em seguida, foi realizada a pesquisa eletrônica que se baseia nas informações retiradas de endereços eletrônicos, disponíveis em sites, “a partir de livros, folhetos, manuais, guias, artigos de revistas, artigos de jornais, etc” (Gerhardt et al, 2009, p.69). Já a entrevista, Gil observa que,

Nos levantamentos que se valem da entrevista como técnica de coleta de dados, esta assume forma mais ou menos estruturada. Mesmo que as respostas possíveis não sejam fixadas anteriormente, o entrevistador guia-se por algum tipo de roteiro, que pode ser memorizado ou registrado em folhas próprias. A realização de entrevistas de pesquisa é muito mais complexa que entrevistas para fins de aconselhamento ou seleção de pessoal. Isso porque a pessoa escolhida não é a solicitante (Gil, 2002, p.117).

É, a partir desta metodologia que abordamos os aspectos inovadores da Revista Badaró.

A inovação e o Jornalismo em Quadrinhos

A inovação é uma necessidade de qualquer área produtiva, inclusive no jornalismo que ao longo de sua história sempre buscou se reinventar.

Para Rossetti, a inovação é um fenômeno social, simbólico e tecnológico existente na sociedade contemporânea e não apresenta uma definição única. Apesar de ser mais evidente nas interfaces tecnológicas e nas novas mídias, no Campo da Comunicação a inovação também pode ser vista “no impacto social das novas tecnologias de comunicação e informação, no novo receptor, agora produtor e interativo, nos processos cognitivos, nas linguagens, na estética e até mesmo em novas abordagens metodológicas e teóricas de comunicação (Rossetti, 2013, p. 64).

Segundo observa Martins, a inovação jornalística “pode ser compreendida sob certos aspectos, seja nas formas narrativas, nos processos produtivos, nos dispositivos tecnológicos e/ou interativos ou mesmo nas etapas de circulação e consumo das informações” (Martins, 2018, p.37).

Já Franciscato possui o entendimento de que quando se pensa em inovação no campo do jornalismo é importante e necessário que se considere uma compreensão mais ampla do termo, a fim de não reduzir a discussão ao viés tecnológico. No entendimento do autor, existem três dimensões para serem consideradas quando se discute sobre inovação: tecnológica, a organizacional e a social. Nessa investigação, partiremos do conceito de inovação social para refletirmos sobre o nosso objeto de estudo. Para o pesquisador, a inovação social

Trata-se de um termo que indica os usos ou efeitos sociais dos processos interativos, bem como as interações que agentes sociais desenvolvem com as organizações jornalísticas. [...] A inovação social está ligada à ideia de desenvolvimento social, em uma perspectiva que amplia o foco mercadológico (Franciscato, 2010, p. 14).

De acordo com Ferrarini (2016), introduzir a temática da inovação social potencializa a participação de indivíduos, grupos e comunidades em processos possíveis de gerar mudanças em determinadas situações sociais e de condição de vida. Ainda segundo a autora, existem possibilidades e desafios no que diz respeito as contribuições que perpassam sobre o jornalismo e a inovação social, sendo necessário buscar respostas as “necessidades de gestão e de compreensão dos processos de transformação social por meio da produção de conhecimentos

em torno de critérios, indicadores, dinâmica, processo, resultado, modos de difusão [...]” (Ferrarini, 2016, p. 448-449).

Medeiros et al (2017) destacam que a inovação social efetua uma relevante missão no desenvolvimento das localidades, podendo indicar possibilidades que beneficiem o desenvolvimento sustentável e gerar ganhos ou respostas sociais que acolhem às necessidades sociais.

Já Carvalho e Zamberlan (2023) compreendem que a comunicação, assim como o jornalismo enquanto atividade, são capazes de interagir e propiciar a inovação social, com a “adoção de novos critérios de noticiabilidade, pesquisa e desenvolvimento de tecnologias que facilitem a prospecção, produção e divulgação de notícias para o interesse social, promoção de novas formas de financiamentos do jornalismo” (Carvalho; Zamberlan, 2023. p. 2876).

Podemos afirmar que a utilização da linguagem dos quadrinhos para narrar uma história jornalística não é um fenômeno novo. Ferreira e Steinbrenner (2023) apontam que o termo Jornalismo em História em Quadrinhos (JHQ) foi cunhado para definir a obra Palestina, uma reportagem em quadrinhos do jornalista maltês Joe Sacco. Além desse termo também é comum se referir a esse formato como Jornalismo em Quadrinhos (JQ).

Correa e Oliveira (2023) constataam que as histórias em quadrinhos (HQs) nasceram nos jornais e permanecem neles na forma de tiras e charges. Os autores ressaltam que o Jornalismo em Quadrinhos propõe um novo modelo de produção de reportagens gráficas que compreendem espaços narrativos não ficcionais, misturando técnicas jornalísticas com recursos literários e imersão na imagem gráfica sequencial, juntando assim imagens e palavras.

Liberator Neto (2019) destaca que vários veículos jornalísticos utilizaram-se dessa linguagem. No Brasil, os exemplos mais conhecidos são das publicações Piauí e dos extintos O Pasquim, Pif-Paf, O Cruzeiro e O Malho. Já a nível mundial destacam-se as publicações francesas Charlie Hebdo e La Revue Désinée, as espanholas Catorze e El Jueves.

O desenho sempre teve espaço no jornalismo convencional, para ilustrar matérias, produzir infográficos ou por meio da charge, do cartum e da tira. No entanto, as reportagens realizadas a partir da arte sequencial – definição de jornalismo em quadrinhos – datam dos anos 1990, com o surgimento de obras como as de Joe Sacco e Art Spiegelman. Em “Maus” (1991) e “Palestina” (1994), a HQ não aparece como recurso complementar, mas como a base de todo o trabalho, a linguagem por meio da qual ele é realizado (Liberator Neto, 2019, p. 6).

No caso da Revista Badaró, entendemos como um projeto inovador que produz narrativas jornalísticas em quadrinhos, principalmente por se dar no contexto de uma publicação independente e alternativa que tem como foco as temáticas sociais.

Seis anos do Projeto Badaró

Desde sua fundação em 2019, a Revista Badaró passou por inúmeras transformações. Apesar de surgir como veículo jornalístico em Mato Grosso do Sul, o projeto desponta no cenário nacional pela sua singularidade: uma publicação jornalística desenvolvida utilizando da linguagem das histórias em quadrinhos.

A Badaró se direciona pelo jornalismo em quadrinhos, sendo a primeira revista do Brasil voltada a este segmento, e pela atuação de columnistas. O veículo já explorou formatos como *podcast* e audiovisual, no entanto, a partir de 2023, decidimos que nosso trabalho seria integralmente voltado aos quadrinhos jornalísticos e aos textos ilustrados (Badaró, 2024. *online*).

De acordo com Liberator Neto, diretor executivo da Revista Badaró, a ideia de utilizar da linguagem do jornalismo em quadrinhos em uma publicação se deu durante o período que cursava a universidade, quando obteve “o contato com essa mídia e a descoberta, durante a pesquisa do TCC, de que não havia um veículo especializado neste tipo de produção” (Almeida Jr., 2020).

Para Gimenes, o periódico possui como característica central sua forma independente de produção e se propõe “a ser um veículo de imprensa com posicionamento político enfático e que busca narrar o ponto de vista de minorias na sociedade” (Gimenes, 2024, p. 99).

Fundada por jornalistas e estudantes de jornalismo, num primeiro momento o grupo se organizou com uma lógica de coletivo e não tinha a percepção que o projeto desenvolvido era um negócio, mas esse modelo de trabalho foi se esgotando, sendo preciso se financiar a partir do que era produzido (Liberator Neto, 2025).

A escolha pelo nome Badaró, também não se deu por acaso. A designação é uma homenagem ao jornalista ítalo-brasileiro Giovanni Libero Badaró, que foi perseguido e assassinado por combater o governo do imperador D. Pedro I. Outra escolha que também não se deu por acaso foi a escolha da logomarca. A primeira versão foi lançada no início do projeto e, após cinco anos de existência, a Revista modifica sua identidade visual.

O primeiro logotipo da Badaró, desenvolvido pelo ex-membro e cofundador Fábio Faria em 2019, nos acompanhou mais de quatro anos e consolidou uma identidade visual de associação rápida à Revista. Em respeito à nossa própria história e ao público que nos acompanha, não a descartamos. Mas em respeito a uma nova etapa em relação à organização, linha editorial e periodicidade do veículo, consideramos a necessidade de uma reformulação. Desta forma, incluímos o galo vermelho como parte da nova logo, reforçando a presença de uma identidade visual renovada. A partir de agora, ele acompanhará a tradicional marca que já é conhecida de nosso público. Que o canto do galo vermelho anuncie a aurora de um novo dia! (Badaró, 2024).

O significado da logomarca atual, de acordo com as informações contidas na página da Badaró no *Instagram*⁴, deve-se ao fato do galo vermelho ser símbolo da resistência popular ao fascismo durante a Guerra Civil Espanhola.

Figura 1 – Imagem da logomarca da Revista Badaró



Fonte: Revista Badaró

Em 2020, ano seguinte a sua criação, veio a Pandemia do COVID-19. Apesar do caos mundial decorrente desse momento difícil e do período de confinamento, foi nesse período que o grupo experimentou diversas formas narrativas. Diante do contexto, eles produziram algumas narrativas jornalísticas transmidiáticas⁵. Isso só foi possível pela existência de uma equipe com

⁴ https://www.instagram.com/p/C6_lIQyOFOS/

⁵ Narrativa Transmídia, segundo Jenkins (2009), é uma nova estética de produção, onde as histórias se desenrolam em múltiplas plataformas de mídias, com cada conteúdo criado colaborando de maneira distinta para a compreensão do todo. Já para Scolari (2013) é uma forma de narrativa que se expande por múltiplos sistemas de significação (verbal, icônico, audiovisual, interativo, etc.) e mídias (cinema, quadrinhos, televisão, videogames, teatro, etc.).

um perfil diversificado, característica necessária para a execução de tais projetos. Eram jornalistas, ilustradores, colunistas e editores de vídeo. No momento de sua criação a equipe era formada por quatro membros. Em poucos meses, mais pessoas foram abraçando o projeto e a equipe chegou ao total de dez.

Após o período pandêmico, alguns membros começaram a sair ou passaram a contribuir de forma distinta. Atualmente a Revista Badaró conta com treze pessoas fixas. Na diretoria executiva estão o jornalista Norberto Liberator Neto e a psicóloga Vitória Regina Correa. Ele atua como jornalista, ilustrador e quadrinista, e ela como colunista de política e cultura. Eles têm papéis específicos, mas dividem as responsabilidades da administração do negócio. As outras onze pessoas fazem parte da rede colaborativa. São jornalistas, ilustradores, designers, roteiristas e pesquisadores de comunicação.

Quanto a remuneração dos trabalhos, ela acontece por demandas. Conforme surge a necessidade de um profissional com determinado perfil, a diretoria executiva contata algum membro para desenvolver a atividade.

Sobre as temáticas abordadas, a Badaró trata sobre os mais diversos assuntos, com editorias de política, arte, cultura, ciência, esporte e gênero.

Quanto ao formato, o periódico surgiu como uma revista digital. Na atualidade a publicação também é desenvolvida no suporte impresso, atualmente com 50 páginas. A ideia com essa mudança é produzir reportagens com maior profundidade. No início, a Revista impressa foi pensada para ser bimestral, e a partir de 2025 foi definido que a publicação será lançada a cada estação do ano.

Figura 2 – Imagem da Revista Badaró



Fonte: Badaró (2024)

Sobre a sustentabilidade financeira, no início eles começaram utilizando financiamento coletivo para conseguir desenvolver o projeto, mas desde 2024 quando a versão impressa se consolidou, foi adotado o método de assinaturas⁶. Existem três planos de adesão, que possui distintos valores e promoções. Outro modo de adquirir a revista é através de bancas de revistas, disponibilizadas nas cidades de São Paulo/SP e Campo Grande/MS. Também existem organizações não governamentais e sindicatos que adquirem a publicação. “Desde o início, a Badaró busca se manter de forma independente, financiada por pessoas que consomem o conteúdo produzido e por iniciativas parceiras que se identifiquem com nossa visão de mundo” (Badaró, 2024, *online*).

Outra forma de dar visibilidade ao trabalho da revista são as redes sociais. A principal rede utilizada no momento da construção desse artigo é o *Instagram*. A Badaró também possui perfil no *Tik Tok*⁷. Além delas, possui uma página no *Youtube*⁸, que foi bastante utilizada nos dois primeiros anos do projeto, mas que hoje tem menor relevância em função da mudança no perfil da equipe. Outra rede social que já foi utilizada, mas atualmente foi descontinuada é o *Facebook*⁹. De acordo com Liberator Neto (2025) a equipe avaliou que não havia mais um bom alcance e que os esforços de permanência não valiam a pena. Já a saída da rede *X*, antigo *Twitter*, segundo Correia (2025) se deu por uma decisão de caráter ideológico, tendo inclusive um anúncio sobre isso no perfil da publicação¹⁰.

É importante destacar que embora a Badaró esteja utilizando as redes sociais para dar visibilidade ao seu trabalho e com isso atrair mais leitores, durante as entrevistas, constatamos não existir uma pessoa responsável em produzir conteúdo específico para essas plataformas, tendo portanto uma oportunidade de crescimento nesses espaços.

Algumas considerações

No decorrer de sua existência o trabalho da Revista Badaró passou por transformações. Em seu planejamento inicial, o objetivo da Badaró era produzir jornalismo em quadrinhos no

⁶ <https://www.revistabadaro.com.br/adquira/>

⁷ <https://www.tiktok.com/@revistabadaro>

⁸ <https://www.youtube.com/@RevistaBadaro>

⁹ <https://www.facebook.com/revistabadaro>

¹⁰ <https://x.com/RevistaBadaro>

ambiente *online*, apesar de desenvolverem conjuntamente narrativas audiovisuais e *podcasts*. Por ser uma das pioneiras especializada em quadrinhos, vem experimentando inúmeras possibilidades narrativas. No momento atual a revista centraliza suas produções focadas no jornalismo em quadrinhos e ilustrado.

Após seis anos de existência, a produção se modificou, ainda que permaneça a preocupação em desenvolver um trabalho singular. A partir das descrições feitas nas páginas anteriores, podemos perceber a presença de traços inovadores na Badaró quando a publicação opta por utilizar a linguagem de história em quadrinhos, com foco na produção de pautas jornalísticas com impacto social.

Além disso, observamos tais características quando adotam conteúdos inéditos e distintos para as versões, digital e impressa, assim como os conteúdos publicados nas redes sociais, explorando assim os recursos que cada suporte tem a oferecer.

Outro traço inovador observado é a constante busca por novas linguagens e formatos, como também por formas diferenciadas de distribuição e circulação de seus conteúdos.

Buscar constantemente manter a saúde financeira da organização, criando estratégias de negócios de médio e longo prazos, seja através de assinaturas, distribuição em bancas de revistas e/ou parcerias com organizações não governamentais, também são marcas de inovação, assim como a avaliar e reavaliar sua capacidade de empreender, sempre se reposicionando no mercado.

Por fim, esse estudo considera que o trabalho desenvolvido pela Revista Badaró pode ser compreendido como um projeto inovador, que tem como ponto-chave a produção jornalística através de história em quadrinhos, no intuito de desenvolver um jornalismo com impacto social, buscando ir além do foco mercadológico, como define Franciscato (2017) quando se refere ao conceito de inovação social.

Referências

- ALMEIDA JÚNIOR, Evandro. **Focas se destacam através do empreendedorismo de mídia**. Portal da Rede de Jornalistas Internacionais. Washington, DC: [s.n.], 2020. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/focas-se-destacam-atrav%C3%A9s-do-empendedorismo-de-m%C3%ADia>. Acesso em: 16 out. 2024.
- BADARÓ. **Portal da Revista Badaró**. Campo Grande: [s.n.], 2024. Disponível em: <https://www.revistabadaro.com.br>. Acesso em: 16 out. 2024.
- CARVALHO, Juliano Maurício de; ZAMBERLAN, Victor Simões. Inovação social no jornalismo para a cidadania informativa. **Cuadernos de Educación y Desarrollo**, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 2870–2890, 2023. DOI: 10.55905/cuadv15n3-047. Disponível em: <https://ojs.cuadernoseducacion.com/ojs/index.php/ced/article/view/1243>. Acesso em: 10 jun. 2025.

CORREA, Marcus Dickson Oliveira; OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Histórias em quadrinhos não ficcionais e jornalismo como território do imaginário. *Domínios da Imagem*, vol. 17, n. 32, junho de 2023. Disponível em <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem/article/view/48279> Acesso em 17 nov. 2024.

CORREIA, Vitória Regina de Almeida. **Entrevista II**. Concedida à autora, via sistema de comunicação de áudio e vídeo, em 28 de janeiro de 2025. 1 arquivo .m4a (43min23seg)

FERRARINI, Adriane Vieira. O Ethos da Inovação Social: implicações ético-políticas para o estudo de práticas produzidas em diferentes ambientes. **Contemporânea** – Revista de Sociologia da UFSCar, v. 6, n. 2, jul.-dez. 2016, pp. 447-466. Disponível em <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/430/185> Acesso em 18 jun. 2025.

FERREIRA, Jessé; STEINBRENNER, Rosane. Jornalismo em Quadrinhos: De Palestina à Revista Badaró. **Puca Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**. Belém, v. 9, nº2. –dez. 2023, p. 130-150. Disponível em <https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/puca/article/view/2878/2480> Acesso em 24 out. 2024.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 7, n. 1, 2010, p. 8-18. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p8> Acesso em 10 set. 2024.

GERHARDT, Tatiana Engel; RAMOS, Ieda Cristina Alves; RIQUINHO, Deise Lisboa; SANTOS, Daniel Labernarde dos. Estrutura do Projeto de Pesquisa. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (orgs.). **Métodos de pesquisa**. 1ª ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GIMENES, Carolina Rampi. **Jornalismo em Quadrinhos: uma proposta de análise**. 2023. Monografia – Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2023. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1tGiIY2Hd7vI5kLhRJg2GTSarGXiTteL/edit> .Acesso em 13 out. 2024.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LIBERATOR NETO, Norberto. **Diasporados**: uma reportagem em quadrinhos sobre refugiados e imigrantes. 2019. Monografia – Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2019. Disponível em https://issuu.com/tccs.jornalismo.ufms/docs/relatorio_projetoexperimental_comap .Acesso em 13 out. 2024.

LIBERATOR NETO, Norberto. **Entrevista I**. Concedida à autora, via sistema de comunicação de áudio e vídeo, em 15 de janeiro de 2025. 1 arquivo .m4a (1h07min08seg)

MARTINS, Elaine. Modos e sentidos da inovação no jornalismo. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 19 n. 39, 2018, p. 35-49. Disponível em https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/4955 Acesso em 10 de jan. 2025.

MEDEIROS, Carolina Beltrão de, GALVÃO, Carlos Eduardo de Sousa. CORREIA, Suzanne. GÓMEZ, Carla; CASTILLO, Leonardo. Inovação social além da tecnologia social: constructos em discussão. **RACE** - Revista De Administração, Contabilidade E Economia, v. 16 n 3, 2017, p. 957–982. Disponível em: <https://doi.org/10.18593/race.v16i3.13606> Acesso em 19 jun 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 23ª ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1994.

ROSSETI, Regina. Categorias de inovação para os estudos em Comunicação. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 14, n. 27, 2013, p. 63-72. Disponível em https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2262. Acesso em 20 out. 2024.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Centro Libros PAPF, S.L.U., 2013.