

Transmídia na teleficção brasileira: produtos e possibilidades

Sílvia Góis Dantas

Doutoranda em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN) da ECA-USP e do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (Obitel).

Bolsista Capes.

E-mail: silviagdantas@gmail.com

Resumo: A resenha traça um panorama da obra *Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira*¹, que se apresenta como resultado das pesquisas desenvolvidas em 2012 e 2013 pela equipe de investigadores da rede Obitel-Brasil. No presente texto, enfocamos alguns aspectos das diferentes abordagens trazidas pelos pesquisadores frente às estratégias de transmediação ligadas à produção teleficcional brasileira, destacamos também alguns conceitos importantes para a compreensão da produção televisiva no contexto da convergência.

Palavras-chave: transmediação, ficção televisiva, fãs, participação, convergência.

Abstract: The review provides an overview of the book *Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira*, which is the result of researches conducted in 2012 and 2013 by researchers from Brazilian Obitel (Ibero-American Television Fiction Observatory). In this paper, we focus on some aspects of the different approaches brought by the researchers about transmediation strategies in Brazilian television fiction production; we also discuss some concepts that are important to understand the television production in the context of convergence.

Keywords: transmediation; television fiction; fans; participation; convergence.

1. APRESENTAÇÃO

O volume três da Coleção Teledramaturgia, *Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira*, apresenta o resultado de pesquisa colaborativa realizada ao longo de 2012 e 2013 por oito equipes que integram a Rede de Pesquisadores Brasileiros da Ficção Televisiva Obitel-Brasil². Liderados por Maria Immacolata Vassallo de Lopes – professora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e coordenadora do Centro de Estudos de Telenovela da Escola de Comunicações e Artes da USP –, cerca de 70 pesquisadores, que atuam em universidades e centros de pesquisa nos estados da Bahia, Minas Gerais, Pernambuco, Rio Grande do Sul e São Paulo, buscaram responder ao seguinte questionamento: o que acontece com a ficção televisiva quando ela se transmidializa?

1. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013. O livro foi publicado com o apoio da Globo Universidade. Versão digital disponível para *download* no endereço: <http://especial.globouniversidade.redeglobo.globo.com/livros/ficcao_televisiva.pdf>.

2. O Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (Obitel) congrega 12 países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Espanha, Estados Unidos (de língua hispânica), México, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela.

Cabe ressaltar que o tema da transmídiação já foi abordado de maneira bastante produtiva em outra publicação dessa rede de pesquisa, no livro *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais*, também organizado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes³. No entanto, destacamos que no livro atual, *Estratégias de transmídiação na ficção brasileira*, observa-se um aprofundamento em relação às questões teóricas e metodológicas envolvendo as estratégias de transmídiação analisadas sob a perspectiva da ficção televisiva. Para Fechine et al., a transmídiação se funda sobre:

A articulação de plataformas em pelo menos duas mídias distintas [...] para a produção dos chamados *conteúdos transmídias*. Denominamos dessa forma um tipo específico de conteúdo cuja produção de sentido está ancorada na articulação sinérgica entre diferentes mídias/plataformas e no engajamento proposto ao consumidor como parte de um projeto de comunicação assumido por um determinado produtor (ou instância produtora). Por engajamento, entendemos o envolvimento do consumidor/usuário com determinado produto da indústria midiática que, tirando proveito das propriedades das mídias digitais, resulta na sua intervenção *sobre e a partir dos* conteúdos que vai consumir (um tipo de agenciamento)⁴.

Dessa forma, compreende-se a transmídiação não apenas como algo que emana do produtor ou do uso de tecnologias digitais de comunicação, mas principalmente como algo construído com vistas a conseguir o engajamento do consumidor/usuário.

Ao longo do livro, podem ser observadas, além das estratégias dos diversos produtores de ficção, algumas estratégias de consumo e de fruição dos conteúdos televisivos realizadas pelos fãs que estabelecem, por meio de trabalho colaborativo, produções de sentido ancoradas nas histórias ficcionais das emissoras brasileiras de televisão.

Assim, a partir dos eixos da produção, distribuição, circulação e recepção, constrói-se um panorama da transmídiação da ficção televisiva brasileira “levando em consideração não apenas a complexidade da Comunicação no momento atual, mas também a complexidade que marca o espalhamento dos conteúdos televisivos ficcionais em múltiplos dispositivos e telas”⁵.

Além do importante tema para a área da Comunicação e para estudiosos da teleficção, é de se destacar a representatividade dos investigadores da rede de pesquisa Obitel-Brasil, tanto pela abrangência geográfica quanto pela relevância na área de atuação. Como resultado, apresenta-se uma obra de interesse para se estudar o contexto televisivo brasileiro numa época marcada pela convergência, que exige atualização e adaptações constantes para acompanhar a complexidade do cenário.

2. ESTRUTURA GERAL E TEMAS

O livro é dividido em três partes: (I) “Conceituações e operações de transmídiação”; (II) “Produção, circulação e recepção da ficção televisiva no

3. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais*. Coleção Teledramaturgia, vol. 2. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011. Versão digital disponível para download no endereço: <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/p/publicacoes.html>>.

4. FECHINE, Yvana. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 28.

5. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 10.

contexto da transmídiação”; e (III) “Produção e circulação da ficção televisiva: a conquista de novos lugares”.

Com olhares distintos, os capítulos que compõem cada seção buscam analisar a transmídiação tendo como objetivo estudar o espraiamento de narrativas que se iniciam na televisão e prosseguem na internet. São analisadas as estratégias transmídia de telenovelas da Globo como *Amor eterno amor*, *Avenida Brasil*, *A vida da gente*, *Aquele beijo*, *Araguaia*, *Cordel encantado*, *Cheias de charme*, *Escrito nas estrelas*, *Fina estampa*, *Gabriela*, *Guerra dos sexos*, *Lado a lado*, *Insensato coração*, *Morde & Assopra*, *O Astro*, *Passione*, *Salve Jorge*, *Tempos modernos* e *Ti Ti Ti*; e da *soap-opera Malhação*; e das minisséries *Afinal o que querem as mulheres?* e *Suburbia*, também da Globo. As estratégias utilizadas em telenovelas de outros canais como *Carrossel* (SBT) e *Balacobaco* (Record) e as séries *Tô frito* e *Julie & Os Fantomas* (Band); *Clandestinos: o sonho começou*, e (*fdp*) e *Preamar* (HBO Brasil) também são objeto de análise.

Debruçando-se sobre esse *corpus* amplo e utilizando metodologias diversas, as equipes da rede Obitel-Brasil de pesquisa investigam as estratégias de transmídiação empregadas tanto pelo polo da produção de teledramaturgia quanto pelo polo da recepção notadamente no universo das redes sociais.

Cabe ainda destacar o capítulo dedicado à entrevista concedida por Alex Medeiros, gerente de Formatos da área de Desenvolvimento Artístico e Portfólio da TV Globo, e Gustavo Contijo, coordenador de Desenvolvimento de Novos Formatos da TV Globo, a Yvana Fachine (Obitel Brasil-UFPE), na qual se pode ter a visão dos produtores engajados em projetos transmídias da emissora. Com isso, podemos conhecer mais de perto os desafios da prática e o processo de criação de novas estratégias transmidiáticas.

3. TELEDRAMATURGIA E TRANSMIDIÇÃO

Ao longo de mais de 60 anos, a telenovela incorporou-se à cultura brasileira e atingiu notáveis níveis de qualidade de produção. Como principal formato da ficção televisiva brasileira, ela foi trazendo para suas tramas temas e discussões sobre questões sociais que circulam pelo país, tornando-se um “recurso comunicativo”⁶.

As pessoas, independentemente de classe, sexo, idade ou região, acabam participando do território de circulação dos sentidos das novelas, formado por inúmeros circuitos onde são reelaborados e ressemantizados. Esse fenômeno leva-me a afirmar que “a novela é tão vista quanto falada”, pois seus significados resultam tanto da narrativa audiovisual produzida pela televisão quanto da interminável conversação produzida pelas pessoas⁷.

Como produto cultural, a telenovela faz parte do cotidiano e permeia conversas no lar entre os familiares, no trabalho entre colegas, na mesa do bar entre amigos. E, com a popularização da internet e da participação *on-line*, esse “grande debate” também ganhou novas formas. Com a mudança na forma de

6. LOPES, Maria Immacolata V. de. Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, São Paulo, ano 3, n. 1, ago./dez. 2009, p. 22.

7. Idem, p. 29.

assistir TV, o telespectador, além de comentar a telenovela na internet, tornou-se também produtor de conteúdo, muitas vezes expandindo a narrativa televisual, criando novas cenas e situações para personagens da trama.

Nas palavras de Lopes, “podemos afirmar que talvez nunca tenhamos observado, como no momento atual, tão intenso fluxo de conteúdos que perpassassem diferentes mídias, reinventando-se a partir de cada uma delas”⁸. Trata-se do fenômeno transmídia, termo que se tornou conhecido desde a publicação de *Cultura da convergência*⁹. Tal conceito é amplamente trabalhado, contextualizado e aplicado em *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*, facilitando o entendimento do termo que se tornou amplamente – mas nem sempre de forma correta – utilizado nas mais variadas esferas e, sobretudo, nos estudos de Comunicação. De fato, embora tenha alcançado mais expressividade a partir das pesquisas de Jenkins, alguns pesquisadores destacam, em seus capítulos do livro em análise, que o termo e a definição são anteriores a ele, conforme demonstram, por meio de elucidativos panoramas históricos do conceito, os artigos elaborados pelas equipes Obitel Brasil-UFPE, liderada por Yvana Fechine (pp. 19-60), e Obitel Brasil-UAM, coordenada por Renato Pucci Jr. e Vicente Gosciola (pp. 95-131)¹⁰.

Iniciando a primeira parte do livro, “Conceituações e operações de transmídiação”, o capítulo coordenado por Fechine – *Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo* – apresenta uma problematização acerca do conceito de transmídia e analisa produções da TV Globo exibidas em 2012: *Amor eterno amor*, *Lado a lado*, *Cheias de charme*, *Avenida Brasil*, *Gabriela* e *Malhação*. A partir da análise, a autora propõe uma categorização que busca sistematizar as estratégias transmídias adotadas pela emissora.

Já o segundo capítulo, coordenado por Maria Aparecida Baccega e Marcia Perencin Tondato, da equipe Obitel Brasil-ESPM, concentra-se nas estratégias adotadas pela telenovela *Cheias de charme*. Buscando analisar sua repercussão nas redes sociais, sob o título *Reconfigurações da ficção televisiva: perspectivas e estratégias de transmídiação em Cheias de Charme*, a equipe destaca também a importância de entender essa novela no novo contexto populacional brasileiro, em que a classe C já representa mais de metade da população.

Avenida Brasil: o lugar da transmídiação entre as estratégias narrativas da telenovela brasileira é o título do texto da equipe coordenada por Renato Pucci Jr. e Vicente Gosciola mencionado acima. A partir de uma abordagem multiperspectivística, investigou-se a proposta narrativa dessa telenovela de grande sucesso e o lugar da transmídiação nessa ficção.

O público assistiu a uma telenovela com ritmo de seriado e estilo incomum. Portanto, algo neste país foi transformado não só pela história e pelas personagens complexas, pela força da narrativa, pela competência dos atores envolvidos, mas também [...] por ter experimentado uma nova estilística visual na telenovela¹¹.

8. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma (coord.). Das ficções às conversações: a transmídiação do conteúdo ficcional na *fan page* da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 139.

9. JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

10. Renato Pucci Jr. e Vicente Gosciola mostram que a ideia de transmídiação aparece em 1975 aplicada a um estudo voltado à música. Em 1991, Kinder publica obra que contempla o tema, já focada na comunicação. Em 2000, Laurel trabalha o conceito *think transmidia*, e a partir de 2001, Jenkins traz o termo *transmidia storytelling*, depois publicado no livro *Cultura da convergência*. Ver pp. 120-121.

11. PUCCI JR., Renato Luiz; GOSCIOLA, Vicente (coord.). *Avenida Brasil: o lugar da transmídiação entre as estratégias narrativas da telenovela brasileira*. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 108.

Introduzindo a segunda parte do livro – “Produção, circulação e recepção da ficção televisiva no contexto da transmídiação” – o capítulo *Das ficções às conversações: a transmídiação do conteúdo ficcional na fan page da Globo*, coordenado por Maria Immacolata V. de Lopes e Maria Cristina Palma Mungioli, da equipe Obitel Brasil-USP, parte da centralidade da telenovela na teleficção brasileira para analisar os *posts* a respeito das produções globais no Facebook, buscando perceber como se dá o engajamento dos fãs e como vão se acumulando novos sentidos nessa interação. Conforme as autoras, “o compartilhamento das experiências de recepção e produção de sentido proporciona uma pluralidade de pontos de vista sobre a ficção (tramas, personagens, cenas, música), adicionando camadas de significação ao texto original veiculado pela emissora de TV”¹².

Na sequência, temos o texto de autoria da equipe Obitel Brasil-UFRGS, liderada por Nilda Jacks e Erika Oikawa, que analisa *Passione e Avenida Brasil: produção crossmídia e recepção transmidiática?* a partir de uma perspectiva comparativa entre as estéticas de produção e as práticas de recepção das duas telenovelas, considerando as alterações ocorridas nesse espaço de tempo.

Finalizando os estudos específicos acerca de telenovela, *Salve Jorge – estratégias de pré-lançamento em espaço institucional e portais na web*, conduzido por Maria Cristina Brandão de Faria e Francisco Machado Filho, do grupo Obitel Brasil-UFJF, investiga as ações transmídias desenvolvidas no portal Globo.com, em *blogs* e colunas especializadas, além do *blog* da autora Glória Perez, para o lançamento da novela. Enfocando também a questão religiosa que ganhou repercussão naquele momento, principalmente nas redes sociais, os autores observam o envolvimento emocional dos fãs com a produção ficcional para concluir que “mais do que uma guerra religiosa, travou-se uma guerra de fãs”¹³.

Como dissemos, destaca-se, ao longo do livro, a multiplicidade de metodologias aplicadas aos objetos de estudo, bem como as discussões teóricas que perpassam todos os capítulos e que ampliam as discussões em torno do tema da transmídiação, entendida como um processo que envolve produtores e receptores em práticas interacionais. Com esse pressuposto, é trabalhada a ideia de transmídiação televisiva, que parte do conteúdo narrativo da TV para gerar novos discursos e conteúdos em outras plataformas. Considerando-se o fenômeno da segunda tela, situação em que o espectador acessa *tablets*, *smartphones* ou computadores enquanto vê a programação televisiva, essa interação parece tornar-se ainda mais frequente e propícia.

Como aponta Murray, “a participação digital do espectador está mudando: de atividades sequenciais (assistir e, então, interagir), para atividades simultâneas porém separadas (interagir enquanto se assiste), para uma experiência combinada (assistir e interagir num mesmo ambiente)”¹⁴.

No contexto da França, Jost também destaca essa alteração nos costumes da audiência, pois, segundo ele, “uma das razões por que os jovens veem menos televisão que os mais velhos é o fato de que eles passam mais tempo na frente do computador, o que não quer dizer, entretanto, que eles se afastem da televisão”¹⁵.

12. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma (coord.). *Das ficções às conversações: a transmídiação do conteúdo ficcional na fan page da Globo*. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 144.

13. FARIA, Maria Cristina Brandão de; MACHADO FILHO, Francisco (coord.). *Salve Jorge – estratégias de pré-lançamento em espaço institucional e portais na web*. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 255.

14. MURRAY, Janet. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no cibere espaço*. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003, p. 237.

15. JOST, François. *Compreender a televisão*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007, p. 57.

Nesse sentido, a análise de Baccega e Tondato nessa obra reitera que o fenômeno mundial está se repetindo no nosso país.

Mais e mais brasileiros conectados à internet assistem à TV ao mesmo tempo em que usam tablets, smartphones e notebooks. Dados [...] indicam que um em cada seis brasileiros navega na internet enquanto assiste à televisão. Desse montante, 59% praticam diariamente essa modalidade de fruição combinada. As telenovelas são os programas mais comentados pelos internautas brasileiros (40%) [...]¹⁶.

Essa diferente forma de participação dos espectadores nos exige uma atualização de conceitos, como engajamento, plataforma, *digital fandom*, *interator*, dentre muitos outros que são trabalhados nos textos. É preciso analisar como “a telenovela brasileira vem utilizando ferramentas on-line focadas em estratégias promocionais com intuito de ampliar a audiência para a televisão, que paradoxalmente (e empiricamente) vem perdendo audiência para o meio on-line”¹⁷.

Importante reiterar que esse cenário exige uma reinvenção de técnicas metodológicas, visto que o fenômeno é recente e conduz a novos parâmetros de investigação. Também nesse ponto a obra é meritória no sentido de apresentar diferentes olhares dos grupos de pesquisa que, a partir dos diferentes objetos teóricos e empíricos, lançam possibilidades e abrem caminhos para outros pesquisadores de estratégias de transmidiação de telenovelas.

4. SÉRIES E VISÃO DOS PRODUTORES DAS ESTRATÉGIAS

Também as séries – tanto de produções nacionais como estrangeiras – são objetos de análise pelos investigadores. Apesar das duas primeiras partes da obra voltarem-se prioritariamente às estratégias transmidiáticas relativas a telenovelas, a última seção – “Produção e circulação da ficção televisiva: a conquista de novos lugares” – concentra-se em verificar as estratégias transmídias dedicadas ao formato série.

Após analisar a Lei da TV paga (Lei n. 12.485/2011) e as mudanças provocadas pela cultura participativa, o capítulo *Ficção seriada brasileira na TV paga em 2012*, coordenado por João Carlos Massarolo, da equipe Obitel Brasil-UFSCar, aponta para o crescimento do número de ficções seriadas exibidas na TV paga e para a necessidade de criar ações combinadas para gerar mais abrangência e profundidade aos conteúdos. O autor apresenta um estudo de caso de duas séries brasileiras marcadas pela complexidade narrativa e exibidas em 2012 na HBO Brasil – (*fdp*) (Pródigo Films/HBO Brasil, 2012) e *Preamar* (Pindorama Filmes/HBO Brasil, 2012) – a fim de “analisar a temática do futebol e da favela, como elementos diferenciadores da ficção seriada brasileira em relação às produções da HBO latino-americana”¹⁸.

Por sua vez, no capítulo *Empresas produtoras, projetos transmídias e extensões ficcionais: notas para um panorama brasileiro*, Maria Carmem Jacob de Souza, liderando a equipe Obitel Brasil-UFBA, após traçar um panorama das estratégias transmídias adotadas pela ficção seriada estadunidense¹⁹, teve como objeto

16. BACCEGA, Maria Aparecida; TONDATO, Marcia Perencin (coord.). Reconfigurações da ficção televisiva: perspectivas e estratégias de transmidiação em *Cheias de Charme*. In: Lopes, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 73.

17. FARIA, Maria Cristina Brandão de (coord.). *Salve Jorge – estratégias de pré-lançamento em espaço institucional e portais na web*. In: Lopes, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 219.

18. MASSAROLO, João Carlos (coord.). *Ficção seriada brasileira na TV paga em 2012*. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 263.

19. No cenário norte-americano, a equipe procurou cartografar as produções exibidas em 2011 e 2012, verificando as seguintes séries: *2 Broke Girls*, *Army Wives*, *Dexter*, *Glee*, *Grey's Anatomy*, *Haven*, *How I Met Your Mother*, *Longmire*, *Mike and Molly*, *Modern Family*, *NCIS*, *New Girl*, *Once Upon a Time*, *One Tree Hill*, *Pretty Little Liars*, *Smash*, *Sons of Anarchy*, *Spartacus*, *Strike Back*, *Suits*, *The Big Bang Theory*, *The Closer*, *The Office*, *The Vampire Diaries*, *The Walking Dead*, *True Blood*, *Two and a Half Men*.

empírico 29 produções nacionais, entre telenovelas e séries, sendo “24 seriados e novelas da Globo, além das novelas *Carrossel* (SBT, 2012-2013) e *Balacobaco* (Record, 2012-2013) e dos seriados da Band *Tô frito* (2010) e *Julie & Os Fantasmas* (2011-2012)”²⁰. Os resultados do estudo apontam aspectos fundamentais para que as estratégias transmídias se multipliquem e se consolidem no cenário do país:

O primeiro deles sugere a importância de examinar a relação entre a natureza da narrativa das séries – os modos como criam as continuidades das tramas – e as experiências de extensões que se dedicam a expandir seus universos. O segundo indica a necessidade de observar como se articulam os sistemas de exibição (do diário e ininterrupto ao episódico com hiatos entre temporadas) e os modos dos telespectadores assistirem e interagirem com as séries, dando destaque aos meios, às tecnologias digitais empregadas e aos contextos comunicativos de recepção dessas ficções (onde, como e com quem)²¹.

Dentro desse contexto, torna-se bastante importante conhecer também a visão dos profissionais de mercado que mostram como se definem as estratégias e práticas desde o momento de pré-produção da ficção, logo depois da aprovação da sinopse, ou seja, antes do início das gravações. Também durante o desenrolar da trama, os produtores continuam em contato com diretores e autores a fim de criar novas possibilidades transmidiáticas a partir de personagens e conflitos que ganham destaque ao longo da exibição.

Em meio à pluralidade de estratégias mencionadas na entrevista, os profissionais reforçam um direcionamento que serve para toda criação, a saber, a não interferência no conteúdo principal (telenovela ou série): “Qualquer ação transmídia deve refletir ou expandir a experiência do produto da TV aberta, mas sem nunca ferir ou ir contra a obra original”²².

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além da riqueza temática que apresenta um vasto e representativo panorama da transmídiação da produção brasileira teleficcional em 2012 e 2013, a obra *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva* traz discussões profícuas e exemplos recentes, problematiza conceitos fundamentais para entender essa nova dinâmica social e nos orienta sobre novas metodologias das pesquisas desenvolvidas, uma vez que a área é nova e carente de investigações – também no que diz respeito aos métodos.

A interação dos telespectadores há que ser considerada como um espaço para nova produção de sentido, pois:

O fenômeno da televisão transmídia pode ser considerado como uma evolução da forma como experienciamos a mídia televisiva após setenta anos de seu nascimento. Ao longo de sua história, a televisão potencializou os laços sociais, afetivos e fomentou novos desejos, através da construção de um espaço público de debates compartilhados por uma comunidade. [...] a televisão transmídia reveste-se de novos significados, e seus laços sociais, afetivos e amorosos são reforçados através

20. SOUZA, Maria Carmem Jacob de (coord.). Empresas produtoras, projetos transmídia e extensões ficcionais: notas para um panorama brasileiro. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 321.

21. Idem, p. 311.

22. MEDEIROS, Alex; GONTIJO, Gustavo. Transmídia por quem faz: ações na teledramaturgia da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 346.

das comunidades on-line, que se formam a partir de interesses em comum compartilhados em torno de conteúdos dispersos pelas múltiplas plataformas²³.

Como a teleficção brasileira é assistida e comentada por todo o país, com as novas possibilidades da internet, a enunciação do espectador ganha divulgação, abrangência e mais visibilidade. A construção de estratégias transmídiaicas e a circulação de novos significados a partir desse cenário de convergência exigem cada vez mais estudos como esse, com olhares múltiplos que investigam como a teleficção vai além da televisão e acompanha o espectador na sua vida diária.

REFERÊNCIAS

- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- _____. **Ficção televisiva transmídiaica no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Coleção Teledramaturgia, vol. 2. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011. Versão digital disponível para *download* no endereço: <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/p/publicacoes.html>>.
- _____. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, ano 3, n. 1, ago./dez. 2009, pp. 21-47.
- MURRAY, Janet. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

23. MASSAROLO, João Carlos (coord.). Ficção seriada brasileira na TV paga em 2012. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013, pp. 272-273.