

NARRATIVA E MEDIA

GÉNEROS, FIGURAS E CONTEXTOS

ANA TERESA PEIXINHO
BRUNO ARAÚJO

EDITORES E ORGANIZADORES



NARRATIVAS EM MUDANÇA: DO FOLHETIM AOS TEXTOS TRANSMEDIA

Fernanda Castilho Santana

Universidade de São Paulo

ECA/USP-CIMJ

Introdução

O reconhecimento da importância simbólica das *narrativas artificiais*¹⁵⁵ para a existência humana é uma ideia defendida por Umberto Eco que vem sendo fortemente empregada na literatura dedicada ao estudo das narrativas materializadas em diferentes suportes expressivos. As histórias de ficção, que encontram no meio audiovisual um caminho para alcançar os seus leitores, também assentam nessa premissa do fascínio por aquilo que permite “[...] exercer sem limites as nossas faculdades, quer para percebermos o mundo, quer para reconstruirmos

¹⁵⁵ Umberto Eco distingue *narrativas naturais* e *narrativas artificiais*, classificando as primeiras como relatos de acontecimentos reais (por exemplo, as narrativas jornalísticas), e as segundas como histórias de ficção, relatos que “fazem de conta que dizem a verdade sobre o universo real” (Eco, 1997:126). No entanto, é importante considerar que entre esta dicotomia reside uma linha tênue. “Na ficção narrativa, misturam-se de tal maneira referências precisas ao mundo real que, depois de ter passado algum tempo no mundo do romance e misturado elementos ficcionais com referências à realidade, como é natural, o leitor deixa de saber ao certo onde se encontra. Este estado dá origem a fenômenos bem conhecidos. O mais comum é quando o leitor projeta o modelo ficcional sobre a realidade – por outras palavras, quando acaba por acreditar na existência real de personagens e acontecimentos ficcionais.” (Eco, 1997: 131).

o passado” (Eco, 1997: 138). Assim, estruturamos a nossa experiência através destas histórias que operam como receptáculo das nossas paixões, mas, sobretudo, estão na base da construção e afirmação das nossas identidades, desde os tempos mais remotos (Costa, 2000). Desta forma, concordamos com a posição de Cristina Castilho Costa, na sua análise sobre a natureza e a importância das narrativas no nascimento da cultura e as suas implicações no imaginário, quando refere a necessidade, inerentemente humana, de organização mental dos acontecimentos em forma de história com passado, presente e futuro como contribuição para a consciência da finitude da vida¹⁵⁶. Por isso, o ato de narrar é pertença de todas as épocas e sociedades (Nogueira, 2010: 64), componente necessário para a construção da identidade, tanto individual, como coletiva, pois “[...] *ser* para o homem é ter uma história, é integrar durações e temporalidades” (Costa, 2000: 41).

Talvez por estas razões históricas, filosóficas, psicológicas e sociais definidas por diversos autores (Eco, 1997; Costa, 2000; Nogueira, 2010; Rose, 2011), o apreço pelas narrativas desponte naturalmente durante a infância, quando atentamos para os pormenores das histórias que estimulam a expansão do nosso imaginário através das aventuras e delírios das personagens. A receção destas primeiras narrativas de ficção transporta-nos para cenários imaginários e desperta a nossa tendência de construir a vida como um romance (Eco, 1997: 135). Tanto na infância, como na vida adulta, a ficção encerra uma função lúdica, tal como os jogos, ao criar um simulacro de situações possíveis (Eco, 1997). No âmbito destas reconstruções do real através da ficção, o ato narrativo

¹⁵⁶ De acordo com Cristina Castilho Costa, os grupos humanos encontraram nas narrativas uma forma de temporalizar o quotidiano, organizando a realidade vivida por meio da memória e da projeção. “As narrativas são maneiras de realizar e de expressar nossa temporalidade, tornando-a tão objetiva quanto a certeza de nossa finitude e transitoriedade. [...] Assim, as estruturas narrativas são formas de estabelecer modulações e durações, arquitetando a temporalidade humana.” (Costa, 2000: 41). Desta forma, os grupos humanos criaram formas de expressão como os rituais para revelar os mitos e procurar explicações para as suas inquietações, em especial o entendimento perante o inexorável.

engloba uma relação que é, ao mesmo tempo, dicotômica, interdependente, fluída e simbólica, entre o narrador e o ouvinte (Costa, 2000; Rose, 2011). Como teremos a oportunidade de verificar ao longo do presente texto, esta relação entre texto e leitor, profundamente estudada pelas correntes da teoria literária¹⁵⁷, modifica-se no decorrer dos tempos de acordo com os suportes de materialização das narrativas.

Conforme indica Maria Parecida Baccega, através das palavras de Milly Buonanno, o termo narrativa vem sendo empregado de forma alargada para designar qualquer configuração de história, desde “[...] a pintura rupestre à poesia épica, às obras teatrais, aos diversos gêneros de prosa literária; da narração cinematográfica, aos quadri-nhos e aos desenhos animados [...]” (2012: 1291). Segundo alguns autores (Genette, 1987; Nogueira, 2010), devido ao caráter ambíguo e polissêmico do termo¹⁵⁸, o emprego da palavra pode gerar confusões de fundo interpretativo. Como indicam as definições de Nogueira¹⁵⁹, entendemos a narrativa como conjunto formado fundamentalmente pela história e pelo enredo (forma como se conta a história). Já na distinção entre o que se conta e o modo como se conta – outra

¹⁵⁷ O surgimento da narratologia – um campo específico dentro da teoria literária – delinea o estudo científico das estruturas narrativas e marca uma fase importante para esta área, fundada ainda na antiguidade por Aristóteles e Platão. No início do século XX, Tzvetan Todorov fica conhecido como precursor dos estudos narratológicos, mas outros nomes constam como responsáveis pelo desenvolvimento da análise das narrativas como Roland Barthes, para além dos formalistas russos – movimento surgido na Rússia, do qual Todorov também fazia parte e cujos principais representantes são os teóricos Viktor Chklovski, Vladimir Propp, Roman Jakobson, entre outros (Booth, 2010: 89).

¹⁵⁸ Conforme Nogueira, etimologicamente, o termo narrativa deriva do sânscrito *gnarus* e significa conhecer ou dar a conhecer (2010: 63).

¹⁵⁹ Nogueira, apesar de não citar Gérard Genette, distingue claramente três noções semelhantes às que o autor francês propõe: “Umás vezes é utilizada para designar o próprio ato da narração; outras, pode remeter para o conteúdo desse ato; é ainda entendida, muitas vezes, como modo do discurso” (Nogueira, 2010: 63). Neste sentido, vale mencionar os termos unívocos indicados por Genette para cada um dos aspetos da narrativa: “Proponho [...]denominar-se *história* o significado ou conteúdo narrativo (ainda que esse conteúdo revele, na ocorrência, de fraca intensidade dramática ou teor factual), *narrativa* propriamente dita o significante, enunciado, discurso ou texto narrativo em si, e *narração* o ato narrativo produtor e, por extensão, o conjunto da situação real ou fictícia na qual toma lugar” (Genette, 1987: 25).

problemática do campo dos estudos literários – interessa-nos, fundamentalmente, uma terceira dimensão: as possibilidades de concretização de uma história num determinado dispositivo expressivo. Dito de outra forma, o nosso interesse recai no “(...) momento em que submetemos uma certa história a determinados dispositivos (oralidade, escrita, audiovisual, etc.) que a reconfiguram aquando da sua apresentação (...)” (Nogueira, 2010: 63). Esta reconfiguração das histórias, conforme o suporte, é, precisamente, o objeto de nosso interesse, pois, como indicam Carlos Reis e Ana Lopes, no *Dicionário de Narratologia*, não devemos ignorar o facto de “(...) a narrativa poder concretizar-se em suportes expressivos diversos, do verbal ao icónico, passando por modalidades mistas verbo-icónicas (banda desenhada, cinema, narrativa literária, etc.)” (2007: 271). Esta notável capacidade de migração adaptativa entre suportes expressivos tão distintos como da oralidade à comunicação mediada pelo computador (CMC), em certa medida pressupõe uma transfiguração que revela o carácter *camaleónico* das narrativas¹⁶⁰.

Os primórdios das narrativas televisivas de ficção

Após esta brevíssima reflexão sobre a importância das narrativas para estruturação da nossa experiência identitária, transferimo-nos, agora, para a contemporaneidade, com o objetivo de apontar as origens do género que, há mais de trinta anos, vem incutindo no quotidiano dos portugueses uma *dose de narrativa* suficiente para o reencontro com seus sonhos, mitos e conflitos íntimos: a telenovela (Reis, 1995: 38).

¹⁶⁰ A ecologia mediática contemporânea constitui um ambiente privilegiado para o desenvolvimento e expansão das narrativas, como teremos a oportunidade de discurrir ao longo deste trabalho.

Na literatura sobre a teleficção, tornou-se recorrente entre os autores, sobretudo no Brasil, a referência da telenovela como herdeira do romance-folhetim do século XIX. De facto, assim como apontam as publicações sobre o assunto (Ortiz *et al.*, 1989; Meyer, 1996; Costa, 2000; Cunha, 2011), entre as quais destacamos o livro *Folhetim* de Marlyse Meyer (1996), a estruturação da história adotada pelo *folhetim-eletrónico* assenta na lógica narrativa dos romances publicados em série, no rodapé das primeiras páginas dos jornais impressos daquela época¹⁶¹. No rol de características semelhantes entre os dois formatos ficcionais, inscrevem-se: a adequação ao princípio da serialidade¹⁶², por vezes associado aos recursos narrativos como o *gancho*¹⁶³; a organização como obra aberta que permite certa interatividade dos leitores e, conseqüentemente, pode traduzir-se num trabalho

¹⁶¹ Este espaço designado por folhetim tornou-se um hábito de leitura fortemente implantado sobretudo no século XIX. Em Portugal, revelou-se um meio de sustento de muito escritores que ganharam visibilidade a partir da publicação das suas obras neste espaço, como refere Ana Teresa Peixinho “[...] *O Mistério da Estrada de Sintra* é, como tantas outras obras do século XIX, um romance que, antes de vir a lume numa edição em livro, foi publicado ao longo de dois meses em contexto jornalístico. Este tipo de publicação era muito comum na época e os próprios jornais organizavam a sua disposição gráfica em função da presença de textos literários de índole muito diversificada.” (2010: 408).

¹⁶² De acordo com Reis e Lopes, “(...) uma telenovela apresenta em princípio uma sintagmática narrativa consideravelmente *dilatada*, repartida em episódios de extensão regular (cerca de 45 minutos), totalizando quase sempre mais de uma centena de unidades, exibidas ao longo de vários meses.”(2007: 402).

¹⁶³ Cristina Castilho Costa (2000) aponta o *gancho* como elemento fundamentalmente motivador e indispensável para as audiências, por desempenhar a tarefa de integração dos blocos entrecortados da narrativa tipicamente fragmentar da telenovela. A partir das disposições de Umberto Eco sobre o *ritmo narrativo*, a autora conclui que “o gancho sintetiza o já visto e prepara o *por ver*. Estabelece a ponte entre os segmentos, costura as pontas, alinha os conflitos e justapõe os opositores.” (2000: 183), assim como “[...] elege aquilo que sintetiza a trama, o que deve ser remetido para a memória, aquilo que representa a solução dos problemas e a satisfação dos desejos.” (2000: 186).

de autoria coletiva¹⁶⁴; o estigma de produto da indústria cultural precisamente devido a esta relação mercadológica de interferência da opinião dos consumidores na produção artística; e, por último, a sucessão de “intrigas recheadas de incidentes excitantes” (Reis, 1995), protagonizadas por *personagens-tipo* de inspiração estética advinda da literatura oitocentista mais estereotipada (Reis, 1995: 36). Na mesma linha de pensamento, João Paulo Moreira atribui a longevidade das narrativas seriadas a um pequeno conjunto de características estáveis e facilmente descodificáveis pelos leitores, que o autor sintetiza como:

(...) sequencialidade narrativa; múltiplos fios de ação, habilmente entrelaçados; uma dosagem parcimoniosa, através de breves episódios diários; um elenco de personagens relativamente vasto, e desse modo multiplicador das possibilidades de identificação (Moreira, 2000: 6).

Para além das narrativas modernas como os romances-folhetim, Costa (2000) identifica, nas narrativas populares de tradição oral, outra matriz cultural da telenovela. As histórias repassadas de geração em geração foram compiladas e transpostas para a forma escrita pelos árabes, porém a origem de contos como *As mil e uma noites* aponta para regiões orientais como a Índia e a antiga Pérsia, segundo a autora. A permanência destes contos milenares, como fonte de inspiração

¹⁶⁴ Nessa discussão, Reis e Lopes apontam que “[...] a telenovela implica uma modificação do próprio estatuto da autoria, em relação, por exemplo, ao que ocorre com um gênero literário como o romance; se já neste caso o romancista dificilmente se alheia dos gostos e preferências do público, no caso da telenovela deve afirmar-se que são esses gostos e preferências que regem o desenvolvimento das histórias e os destinos das personagens; reelaboradas à medida que sondagens de opinião evidenciam as reações do público, as histórias que as telenovelas narram evoluem em sintonia com essas reações [...]” (2007: 402), na mesma linha de pensamento de Cristina Castilho Costa sobre o trabalho coletivo dos autores, que para além da equipa, “[...] têm acesso aos resultados das pesquisas que auferem o êxito da história e aos comentários dos *group discussion* [...]” (2000: 197).

narrativa em contextos culturais diversamente contrastantes, pode indicar que certas características como o entrelaçamento de histórias e o processo de ritualização contribuem para a fidelização de leitores com identidades distintas, comprovando a dimensão *universal* tanto da narrativa (Costa, 2000), como, diríamos, da atração emocional pela narrativa. De maneira semelhante, ao sistematizar as características histórico-estruturais da telenovela, Moreira (2000) cotejou ambos os modos ficcionais e, apesar de considerar exagerada a associação do nascimento da narrativa seriada aos contos *d'As Mil e Uma Noites* – em virtude da *décalage* de mais de setecentos anos entre os manuscritos orientais e a publicação tardia no século XVIII da primeira tradução no contexto europeu –, o autor considera inegável o impacto da matriz metanarrativa advinda do oriente.

No mesmo sentido, o empenho na tarefa de delinear a evolução histórica da telenovela brasileira é notável no trabalho de outros autores, como Renato Ortiz (1989), para quem a reconstrução do passado da telenovela apresenta tanto continuidades, como rupturas. A partir deste movimento não-linear, antes de aclimatar-se à realidade mediática do país nos anos 1950, sustentada pelas raízes oitocentistas¹⁶⁵, a telenovela absorve características estruturais das produções norte-americanas e de outros países da América latina. Em Cuba, sobretudo em Havana, cidade onde o sistema radiofônico avançava em conjunto com os EUA na década de 1930, devido à proximidade de centros como Miami, despontam as primeiras experiências dramáticas, fruto de uma ampla rede de radiodifusão que contava com recursos humanos qualificados ao nível técnico e artístico (Ortiz,

¹⁶⁵ Vale lembrar que a imprensa brasileira inicia a publicação das traduções dos folhetins iniciados em Paris, como *Capitão Paulo* de Alexandre Dumas, divulgado em 1838 no Rio de Janeiro pelo *Jornal do Comércio*, com uma diferença temporal de poucos meses relativamente à França (Ortiz, 1989:15). Apesar deste aspeto revelar um nível de desenvolvimento da imprensa no país, relativamente elevado para uma sociedade colonial, todavia, o romance-folhetim não consegue ultrapassar a dimensão elitista que acaba por caracterizá-lo no Brasil, devido ao baixo índice de escolaridade da população (Ortiz, 1989:17).

1989: 23). No mesmo período, a necessidade de estimular o consumo após a Grande Depressão, que se abateu sobre os EUA no período pós-1929, resulta no investimento das fábricas de produtos de limpeza e higiene como a *Colgate-Palmolive*, *Lever Brothers* e *Protect and Gamble*, num espaço que se consolidava junto do público: os programas radiofónicos. Este investimento revela-se crucial para o desenvolvimento da ficção seriada na rádio, que denominar-se-á *soap opera*, como alusão aos sabões utilizados nas tarefas domésticas pelo público inicialmente maioritário destes programas, as donas-de-casa, e ópera, como referência ao género *operático* destes melodramas apoiados em temáticas que incidem sobretudo na esfera privada (Ortiz, 1989; Allen, 1995; Moreira, 2000; Cunha, 2011). Como aponta Robert Allen, “[...] within only a few years soap operas proved to be one of the most effective broadcasting advertising vehicles ever devised” (1995: 2), contribuindo, fundamentalmente, para o desenvolvimento dos sistemas de radiodifusão, tanto nos EUA, como noutros países.

Apesar da desconfiança inicial¹⁶⁶, a televisão tornar-se-ia, *a posteriori*, uma plataforma de distribuição eficaz para as *soaps*, definidas estruturalmente pela serialidade, em conjunto com uma estratégia de emissão fixa e diurna para um público predominantemente feminino e adulto (Cunha, 2011: 44). Este ícone da televisão anglo-saxónica diferencia-se fundamentalmente da produção latino-americana pela dimensão estrutural. Tanto na rádio, como na TV, enquanto nos EUA as narrativas se estendem durante anos de forma repartida, geralmente em episódios unitários de trinta a sessenta minutos com começo, meio e fim, nos países latino-americanos, como México e Cuba (e, posteriormente, o Brasil), as histórias desdobram-se por um período de aproximadamente um ano, de maneira igualmente seriada, porém com capítulos diários que serão interrompidos nos

¹⁶⁶ Os anunciantes tiveram receio que os afazeres domésticos atrapalhassem a receção feminina das *soap operas* num meio que, *a priori*, exigiria total atenção ao conteúdo imagético (Costa, 2000; Cunha, 2011).

momentos de tensão – estratégia denominada no Brasil como *gancho*. Centradas geralmente nos conflitos familiares e românticos, as temáticas repetem-se. Contudo, a adoção de diferentes estilos impossibilita a identificação de uma unidade na produção televisiva seriada, destacando-se o pendor dos títulos latino-americanos para o melodrama¹⁶⁷ (Cunha, 2011: 54).

O início da trajetória da telenovela brasileira – matriz da ficção televisiva portuguesa – caracteriza-se por esta miscelânea de tendências estrangeiras, sobejamente influenciada pelo modelo cubano, sobretudo na componente estrutural. No plano dos conteúdos, a adaptação de textos consagrados da literatura internacional, em conjunto com a inspiração derivada do cinema, associam componentes fundamentais para a alteração frequente dos eixos dramáticos inicialmente orientados pelo modelo do melodrama latino-americano. O período de (in) definição identitária inicia-se com a primeira telenovela, em 1951¹⁶⁸, apresentada apenas duas vezes por semana, e perdura durante os anos seguintes, que registam também influências doutros campos artísticos para além da rádio, tais como o teatro e o teleteatro (Ortiz, 1989). Entre os profissionais destes meios, reside uma divergência de princípios, pois os atores e produtores do campo teatral desprezavam inicialmente a telenovela por considerá-la inferior, o que resultaria posteriormente na elevação do nível das produções da TV. Destas raízes artístico-culturais que contrastavam com a lógica industrial e económica inerente aos programas televisivos, a telenovela brasileira herda uma componente crítica responsável pelo questionamento da estruturação maniqueísta que caracteriza o *dramalhão*

¹⁶⁷ Como pontua Costa: “Quase todos os conflitos são ameaças à ordem social vigente: filhos ilegítimos, orfanidade, incestos, adultérios. As personagens envolvidas dividem-se claramente em heróis e vilões, oponentes durante toda a história, terminando necessariamente num *happy end* que premeia os bons, castiga os maus, realiza o amor romântico e reafirma as regras e os valores sociais” (2000: 149).

¹⁶⁸ De acordo com Renato Ortiz, *A sua vida me pertence*, de autoria de Walter Foster, estreou na extinta TV Tupi de São Paulo em 1951.

latino-americano. Com o alargamento do sistema televisivo, entre as décadas de 1950 e 1970, surgem novas emissoras, como a Excelsior, responsável por emitir a primeira telenovela diária, em 1963: *2-5499 ocupado* (Ramos e Borelli, 1989:84). Durante a década de 1950, a Rede Globo, do grupo Roberto Marinho, conquista a concessão de um canal e inicia a expansão do seu império audiovisual com auxílio do capital norte-americano do grupo *Time-Life* em 1962 (Sousa, 1998). A partir da década de 1970, no início da modernização do panorama mediático, ainda sob um regime estatal autoritário, a Globo alinha a sua produção tanto pelas transformações socioeconómicas do país, como pelos ditames estatais que previam a afirmação de uma cultura nacional (Ramos e Borelli, 1989:84). A partir daí, nota-se um *abrasileiramento* da produção, fundado numa proposta estética mais realista, o qual se inicia, segundo Immacolata Lopes, a partir da telenovela *Beto Rockfeller* (TV Tupi), em 1968.

A ficção televisiva no contexto português

Quando as primeiras telenovelas portuguesas iniciaram a sua trajetória na televisão nacional, o país estava habituado às ficções brasileiras que se encontravam em plena fase de internacionalização desde a década anterior (Costa, 2003). Neste sentido, a partir do final dos anos 1970, a Rede Globo exportou os primeiros títulos de ficção emitidos em Portugal, quando a produção nacional ainda era inexistente e o mercado estava aberto para os produtos ficcionais dos países mais próximos em termos de língua e cultura (Cádima, 1995; Traquina, 1997; Sousa, 1998; Teves, 2007). De maneira paradigmática, *Gabriela*¹⁶⁹ (Rede Globo) inaugura o género em 1977 e

¹⁶⁹ Conforme mencionamos no final deste capítulo, o estudo de Cunha (2011) comprovou a importância de *Gabriela* para a sociedade portuguesa da época.

consegue parar o país em frente à TV, para além de permanecer notadamente viva no imaginário popular dos portugueses, durante mais de três décadas. Apesar da tradição folhetinesca da radionovela (Moreira, 2000), *Gabriela* tornar-se-ia responsável pela introdução e consequente proliferação das telenovelas em Portugal (Costa, 2003). Com o nascimento desta paixão, confirma-se a entrada triunfal da ficção na TV e a abertura do mercado aos títulos brasileiros, que dominaram o panorama audiovisual até o final dos anos 1990, quando as sucessivas diretrizes legislativas¹⁷⁰ iniciam um processo¹⁷¹ que culmina no afastamento dos programas estrangeiros do horário nobre da televisão (Costa, 2003; Cunha, 2011).

O passado da produção nacional de ficção é marcado pela estreia da primeira telenovela portuguesa – *Vila Faia* (RTP1), em 1982¹⁷², dois anos após o início da emissão televisiva a cores. Apenas cinco telenovelas foram produzidas no país¹⁷³ durante os anos 1980, enquanto a soberania das produções brasileiras se confirmava pelas audiências e títulos¹⁷⁴ emitidos neste período de *paleotelevisão* (Casetti e Odin, 1990), caracterizado pelo monopólio estatal da TV. Coincide com este período a primeira fase de democratização do país que saía dum regime ditatorial há apenas três anos e apresentava

¹⁷⁰ Entre elas, a Lei da Televisão (31-A/98 de 14 de julho) e a Diretiva 2001/29/CE.

¹⁷¹ De acordo com Cunha, “no final da década de noventa surgem duas organizações, Comissão Inter-Ministerial para o Audiovisual (1997) e a Plataforma do Audiovisual, com o objetivo de propor linhas de ação e fomentar a produção de conteúdos em português. (...) Estas iniciativas resultaram num aumento significativo de oferta de ficção portuguesa em todos os canais generalistas, não só em horas/emissão como na oferta e variedade de géneros (adaptados a Portugal ou criações), nomeadamente telenovelas, séries e telefilmes.” (2011: 30).

¹⁷² “Assinavam-no um ator de revista e cómico (Nicolau Breyner) e um produtor televisivo (Thilo Krassman). A realização era de Nuno Teixeira, um realizador da RTP, e a produtora era a Edipim.” (Albuquerque e Vieira, 1995)

¹⁷³ *Vila Faia* (1982), *Origens* (1983), *Chuva na areia* (1985), *Palavras cruzadas* (1987) e *Passerelle* (1988) (Costa, 2003; Cunha, 2010).

¹⁷⁴ Entre 1981 e 1989, foram emitidos seguintes títulos do Brasil: *Água Viva* (1981), *Olhai os Lírios do Campo* (1981), *Baila Comigo* (1982), *Cabocla* (1982), *Pai Herói* (1983), *O Bem Amado* (1984), *Louco Amor* (1985), *Vereda Tropical* (1986), *Viver a Vida* (1986), *Roque Santeiro* (1987) e *Sinhá Moça* (1989), (Costa, 2003).

os primeiros sinais de estabilização política, o que colaborou para o espírito de confiança do grupo pioneiro de produtores¹⁷⁵ (Costa, 2003; Cunha, 2011). Nos primeiros ensaios portugueses num terreno antes desconhecido, apesar de tentar reproduzir o modelo brasileiro, o atraso produtivo de mais de vinte anos resulta num produto nacional de qualidade analogamente inferior à concorrência (Albuquerque e Vieira, 1995; Costa, 2003).

(...) faltava experiência aos muitos agentes envolvidos: os escritores estavam habituados à linguagem teatral ou de revista; os atores moviam-se na televisão como se estivessem no palco e não conseguiam ignorar as câmaras; não havia técnicos de som e iluminação, a cenografia deixava muito a desejar (Cunha, 2011: 94).

Para além disso, a pobreza do texto (Albuquerque e Vieira, 1995) e a sonoplastia contribuem para uma certa recusa inicial das audiências. Nem a reunião de elementos e temáticas próprios da sociedade portuguesa conseguiram cativar o público, de maneira que o êxito desta *portugalidade* só despontaria quase vinte anos depois (Cunha, 2011: 94). Quer isso dizer que, mesmo após a entrada dos operadores privados e consequente abertura à concorrência, no início da década de 1990, as estratégias continuaram voltadas para as telenovelas brasileiras, por mais dez anos. O êxito das teleficções portuguesas só desponta com a compra da TVI pela Media Capital, em 1999, quando a emissora implementa uma nova estratégia centrada na criação de celebridades nacionais que se ancoram nas telenovelas e no primeiro *reality show*, resultando eficazmente na sustentação de um *star system* português (Cunha, 2011). É durante a primeira década do século XXI

¹⁷⁵ Nesse âmbito, Jorge Paixão da Costa destaca a produtora Edipim em conjunto com os seguintes nomes: Nicolau Breyner, Francisco Nicholson, Nuno Teixeira e Thilo Krassman (2003:108).

que a ficção televisiva portuguesa atinge o seu auge em termos de número de títulos produzidos e êxito de audiências, ancorado, por um lado, nessas estratégias de produção integrada de conteúdos, e, por outro lado, em termos legislativos, no protecionismo dos conteúdos nacionais emitidos durante o *prime-time*.

As narrativas televisivas no digital

Diante das alterações da nova ecologia mediática, caracterizada pelos avanços das tecnologias da informação e da comunicação, crescem os desafios da indústria televisiva, sobretudo no tocante à multiplicação dos ecrãs, digitalização dos conteúdos e fragmentação das audiências (Butler, 2006; Ford *et al.*, 2011; Jost, 2011). Mudanças que reclamam uma nova identidade da TV, fundamentada em novas práticas interacionais e produtivas que desafiam a lógica de programação linear e em fluxo, tensionando os seus modelos de negócio (Ross, 2008; Jenkins, 2009; Doyle, 2010; Fachine *et al.*, 2013). Os conteúdos, como a ficção, obedecem essa nova lógica cultural e económica, de estreitamento da relação entre público e TV por meio de diferentes formas de interatividade e participação, para além da liberdade de escolha oferecida pela TV por demanda. Todas essas transformações, em conjunto com as plataformas de livre acesso e partilha de conteúdos disponíveis no *online*, solicitam uma dupla abordagem desses campos para análise das novas formas de acesso e relacionamento com a ficção produzida pelas emissoras de TV de sinal aberto. Assim, o notável impacto das TIC revela-se na adoção de novas estratégias de produção e distribuição destes conteúdos, pois atualmente quase todos os programas de ficção televisiva experimentam o *online*, produzindo variados tipos de *brand extensions*, atraindo os leitores para estes paratextos infinitos (Lacalle, 2010: 98).

Assim, numa cultura dos *media* convergentes (Jenkins, 2009), a incerteza sobre o futuro da televisão é dos principais assuntos discutidos atualmente na academia, inclusive em Portugal (Cádima, 1999; Damásio, 2004; Buonanno, 2008; Butler, 2006; Jost, 2011). Será o fim da TV ou uma revolução drástica dos modos de produção e receção televisiva? Durante os anos 1990, as previsões sobre o impacto das TIC no consumo dos *media* previam, antecipadamente, a oposição da filosofia das redes de computadores – que operam tanto enquanto fonte, como destino – e das redes de televisão que pressupõem uma hierarquia de distribuição (Negroponte, 1995: 191). Por isso, o caminho para uma “evolução” da TV conjeturava a aliança destas duas filosofias, deslocando a inteligência do emissor para o recetor (1995: 27).

As reflexões sobre o futuro da TV neste período, em Portugal, apontavam para o *desdobramento multisuporte* dos conteúdos televisivos, representando uma alteração dos fluxos para um sistema de estoque e *webcasting* (Cádima, 1999: 102). Neste sentido, imaginava-se a extinção do espartilho da grelha televisiva e oferta dos programas em função do perfil do assinante, disponíveis numa diversificada gama de suportes (1999: 102).

À medida que as revoluções se intensificam, arriscar um palpite sobre os novos rumos da TV é, cada vez mais, considerada uma missão espinhosa. A maioria dos intelectuais permanece numa zona de conforto ao pontuar as alterações observadas nestes tempos de indefinição. “O que será da televisão em 10 anos? Terá ainda canais ou todos os conteúdos passarão pela internet?” (Jost, 2011: 107). Mesmo admitindo a dificuldade de responder estas questões, François Jost aponta, de imediato, duas certezas:

A primeira é que o combate pela convergência será duro; o fim do combate, incerto, e que não é fácil saber quem ganhará: a tela da televisão ligada à internet ou a tela do

computador utilizada como televisão. Não é menos difícil prever o lugar que terá a TMP (a televisão móvel pessoal) nas nossas vidas. A segunda certeza é que as possibilidades da seleção pessoal e de individuação dos conteúdos vão se multiplicar (Jost, 2011: 107).

Sobre a primeira afirmação de Jost, é líquido que, de forma mais ou menos conflituosa, convivem estas duas hipóteses: tanto a aproximação da TV à interatividade possibilitada pelas técnicas digitais, como a tela do computador adotada como televisão. Assim, a chegada doutros aparelhos permite o acesso aos programas a partir de plataformas como o YouTube, promovendo formas de recepção e consumo dos programas mais interativas e participativas (Jenkins, 2009). No mesmo sentido, Jeremy Butler aponta o aumento da interatividade e do poder de decisão das audiências, além da possível produção de conteúdos pelos públicos, como principais resultados da *postnetwork television* (2006:12).

No entanto, ao observar plataformas de difusão de conteúdos audiovisuais, tais como o YouTube, como espaços culturais de participação, é importante considerar que *sites* de partilha de vídeos *online* podem não ser completamente opostos ao sistema de televisão *broadcast*. Isso porque podem significar formas diferentes de institucionalização da televisão, onde o poder das indústrias mediáticas ainda consegue modelar as formas de participação (Müller, 2009: 59). De acordo com Eggo Müller, a romântica metáfora de Jenkins sobre a convergência dos meios, independente de qualquer mecanismo de distribuição específico, representando uma mudança de paradigma assente em relações mais complexas entre os *media* corporativos, de cima para baixo (*top-down*), e a cultura participativa, de baixo para cima (*bottom-up*), em certa medida, deve ser considerada como uma perspectiva utópica, devido à estruturação institucional e cultural da TV interativa e dos *sites* de partilha de vídeos (Müller, 2009: 59). Como podemos observar, cada

teórico refere, nestas abordagens, a sua ideia sobre o futuro da TV, de forma mais ou menos arrojada. No entanto, apesar da preocupação com as mudanças nas formas de produção e consumo, poucos acreditam no fim apocalíptico da televisão.

Como resultado destas alterações, assentes na migração do eletrónico para o digital (Vilches, 2003), notámos o surgimento de confusões terminológicas, tanto na academia, como no senso comum. Tal como refere Scolari, os públicos continuam a nomear a atividade de acompanhar as narrativas em diferentes plataformas com o verbo “ver” ou “assistir”:

As pessoas dizem, por exemplo, “eu vejo Lost” ou “eu vejo Big Brother”, mas esse “ver” é, em muitos casos, radicalmente diferente do velho “ver” televisivo. Hoje, “ver Lost” ou “ver Big Brother” inclui práticas como navegar na web, fazer download de capítulos de forma ilegal, consumir vídeos no YouTube ou discutir sobre o programa em uma rede social ou fórum. O peso da experiência televisiva é muito forte, por esse motivo ainda se continua a falar de ver. (Scolari, 2011: 128-129)

Em termos de ficção, em decorrência destas transformações no consumo televisivo, observa-se a preocupação dos intelectuais em apontar características e fixar uma designação adequada das novas narrativas produzidas pelas indústrias da cultura. Com os dispositivos tecnológicos disponíveis no mercado, acompanhar uma história no século XXI significa vivenciar uma experiência de envolvimento mais profundo com o drama (Evans, 2011). Por isso, a proposta deste capítulo é destacar as abordagens teóricas que indicam os caminhos desta nova ficção, denominada por diversos autores como narrativa transmedia, em inglês, *transmedia storytelling* (Jenkins, 2010; Giovagnoli, 2011; Pratten, 2011; Evans, 2011; Scolari, 2013).

Textos transmedia – novo passeio pelos bosques da ficção¹⁷⁶

Em linhas gerais, Jenkins¹⁷⁷ define como narrativas transmedia o relato das histórias distribuído em diversas plataformas mediáticas, com cada texto a contribuir de forma distinta e importante para o todo (2009:138). Na *era da convergência*, o sucesso deste entretenimento¹⁷⁸ depende da vasta integração de múltiplos textos, onde uma narrativa é concebida de forma sinergicamente ampla, capaz de extrapolar os limites iniciais de um único meio e migrar para outras plataformas.

A transmedia story represents the integration of entertainment experiences across a range of different media platforms. A story like Heroes or Lost might spread from television into comics, the web, computer or alternate reality games, toys and other commodities, and so forth, picking up new consumers as it goes and allowing the most dedicated fans to drill deeper. The fans, in turn, may translate their interests in the franchise into concordances and wikipedia entries, fan fiction, vids, fan films, cosplay, game mods, and a range of other participatory practices that further extend the story world in new directions. Both the commercial and grassroots expansion of narrative universes contribute to a new mode of storytelling, one which is based on an encyclopedic expanse of information which gets put together differently by each individual consumer as well as processed collectively by social networks and online knowledge communities. (Jenkins, 2010: 448).

¹⁷⁶ Frase alusiva ao livro de Umberto Eco “Seis passeios pelos bosques da ficção” (1997).

¹⁷⁷ Autor considerado o precursor do conceito de *transmedia storytelling* (Scolari, 2011).

¹⁷⁸ Um exemplo deste novo entretenimento é o universo *Matrix*, uma trilogia cinematográfica que se desdobra em três filmes, desenhos animados, banda desenhada e videogjos. *Matrix* é o principal exemplo apontado por Jenkins como narrativa transmedia.

Em resumo, diferentes meios estão envolvidos neste mundo ficcional (Murray, 1997), constituído por uma linha temporal longa, com personagens mais complexas a cada plataforma explorada e relatos diferentes entre si, apesar de emergirem de uma mesma narrativa (Fechine e Figueirôa, 2009), originando um entretenimento penetrante (Pratten, 2011) ou *deeper* (Rose, 2011). Assim, para além da expansão do universo ficcional de forma enciclopédica (Eco, 1994; Murray, 1997), os consumidores mais atentos aos programas, como os fãs, protagonizam este processo em conjunto com as indústrias produtivas, indicando as suas preferências, “caçando informações” e até modificando as histórias, de forma ativa, participativa e coletiva (Jenkins, 2009:185).

A emergência desse novo campo de estudos fomenta o labirinto terminológico e conceptual, originando significados pacificamente complementares ou criticamente antagónicos. Em relação ao conceito de *transmedia storytelling*, Jenkins (2010: 944) indica outras formas de definição da mesma ideia como *deep media* (Rose, 2011) e *crossmedia*¹⁷⁹ (Dena, 2009; Davidson *et al.*, 2010), assim como Elizabeth Evans aponta a existência de abordagens muito semelhantes sobre o mesmo fenómeno (2011: 19).

Na mesma linha de pensamento, Scolari (2013) identifica o crescimento de uma *galáxia semântica* em torno do conceito de *transmedia storytelling* – um planeta dentro de uma imensa galáxia conceitual, formada por termos que procuram nomear uma só experiência: a prática de produção de sentido e interpretação, baseada em histórias que se expressam através da combinação de linguagens, meios e

¹⁷⁹ Ao definir o termo, os autores explicam como opera a comunicação *crossmedia*: “Cross-media refers to integrated experiences across multiple media, including the Internet, video and film, broadcast and cable TV, mobile devices, DVD, print, and radio. The new media aspect of the “cross-media experience” typically involves some high level of audience interactivity. In other words, it’s an experience (often a story of sorts) that we “read” by watching movies, dipping into a novel, playing a game, riding a ride, etc.” (Davidson *et al.*, 2010: 23).

plataformas (Scolari, 2003: 26). Em concordância, Giovagnoli (2011) indica que a história de definição do conceito ainda permanece em construção e cabe aos acadêmicos e companhias produtoras escrevê-la com propriedade. Assim como Scolari, este autor traça um estado da arte esclarecedor sobre o assunto, clarificando a origem e o uso deste termo por amadores e profissionais. O trabalho de Giovagnoli foi reconhecido por Jenkins como uma das obras mais acadêmicas da área¹⁸⁰, em contraste com os diversos manuais¹⁸¹, publicados nos últimos anos, para os potenciais criadores transmedia.

Giovagnoli (2011: 23) descreve a genealogia do conceito, apontando o trabalho da investigadora americana Marsha Kinder *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, livro lançado em 1991, como precursor, no ocidente, do termo *transmedia*, onde ela refere projetos comerciais em múltiplos meios que formam *supersistemas transmedia* das marcas globalmente distribuídas. Do lado da produção, o CEO da *Time inc.* Paul Zazzera, menciona, em 1996, o conhecido termo *crossmedia*, refinado posteriormente pelos investigadores Christy Dena e Jak Bouman, para designar os projetos desta linha (Giovagnoli, 2011: 24). Mais tarde, em 2003, Jenkins publica na revista do MIT um artigo¹⁸², elucidando as características destas experiências, difundidas globalmente, de forma inesperada e aleatória (Giovagnoli, 2011: 24). Por último, a indústria cinematográfica americana adere ao termo, acrescentando nos créditos finais dos filmes produzidos

¹⁸⁰Jenkins refere-se ao livro *Transmedia Storytelling: Imagery, Shapes and Techniques* (Giovagnoli, 2011).

¹⁸¹Entre os manuais para produtores transmedia lançados nos últimos anos temos: *Getting started with storytelling* (Pratten, 2011); *The Producer's Guide to Transmedia: How to Develop, Fund, Produce and Distribute Compelling Stories Across Multiple Platforms* (Bernardo, 2011); *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms* (Phillips, 2012).

¹⁸²Jenkins, H. (2003). "Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling". *Technology Review*. [Disponível em] <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

em *Hollywood* a função do produtor transmedia, conforme descreve o guia de orientação de Jeff Gomez (Giovagnoli, 2011: 25).

De acordo com Evans (2011), é importante pontuar as diferenças entre as narrativas transmedia e as produções tradicionais de ficção, tendo vista que a materialização das narrativas sempre ocorreu em plataformas diferentes (2011: 19). Ao definir este conceito, Jonathan Gray (2010: 23), classifica os elementos de expansão do universo ficcional (promoções, *spoilers* e *spin-offs*) utilizando a expressão de Gérard Genette¹⁸³: *paratextos*. Assim, se as narrativas podem concretizar-se em diversos suportes expressivos – verbais, icónicos ou verbo-icónicos (Reis e Lopes, 2007: 271), o fenómeno da narrativa transmedia não seria inteiramente novo, apesar das suas qualidades experimentais e inovadoras (Jenkins, 2009: 172).

Conforme indica o produtor Nuno Bernardo, fundador da beActive¹⁸⁴, por baixo do guarda-chuva transmedia encontramos diferentes técnicas e abordagens, tais como: a extensão da marca (modelo fortemente implementado pelas empresas de TV, como *websites* e aplicativos para telemóvel – extensões do produto principal); produção para *web* (webisodes e mobisodes – conteúdos exclusivamente produzidos para dispositivos móveis); mundos transmedia (comum nas empresas Hollywood para criar um mundo a partir ficção) e transmedia orgânico (projetos menores originalmente pensados para um número limitado de plataformas).

¹⁸³ De acordo com a definição de Gerárd Genette “(...) the paratext is what enables a text to become a book and to be offered as such to its readers and, more generally, to the public.” (2001:1). Por outras palavras, o paratexto é um prolongamento da obra original que depende das formas de mediação, pois, antes de serem publicados como livro, os textos não possuem elementos paratextuais como título, subtítulos, intertítulos, prefácios, preâmbulos, apresentação e outras informações adicionais que influenciam o consumo dos leitores.

¹⁸⁴ Em termos de produção de conteúdos de ficção transmedia, a beActive é uma referência em Portugal.

(...) transmedia storytelling involves creating content that engages the audience using various techniques to permeate their daily lives. In order to achieve this engagement, a Transmedia production will develop storytelling across multiple forms of media in order to have different entry points into de story. These entry points are the places where the audience can access content, with each point also providing their own unique perspective on the overall story (Bernardo, 2011: 3).

No intuito de sugerir como planejar uma *experiência transmedia* satisfatória, que entusiasme os consumidores e os induza a colaborar com a expansão do relato (Scolari, 2013: 114), Robert Pratten (2011) descreve em seu manual as principais diferenças entre as franquias¹⁸⁵ tradicionais e as transmedia. O modelo de negócio proposto por Pratten (2011: 84) assenta na produção inicial de conteúdos de baixo orçamento (*low-cost*), com o objetivo de angariar audiências e fundos para execução do projeto completo. Em termos de conteúdos, para conseguir atingir os resultados esperados, a ideia é escrever histórias com diversas camadas e *sub-plots* – enredos paralelos – destinados especificamente aos dispositivos móveis para fruição em tempo real ou por demanda (2011: 84).

Neste sentido, Pratten indica dois caminhos opostos para iniciar um projeto transmedia: a elaboração prévia da narrativa¹⁸⁶ e, a seguir, da experiência¹⁸⁷ ou vice-versa. Por razões económicas, tanto Pratten, como Bernardo, preferem começar o projeto imaginando a experiência transmedia em primeiro lugar, pois uma narrativa ambientada noutra país, por exemplo, exige um esforço muito maior de produção que

¹⁸⁵ Os produtores usam o termo *franquia* para indicar a *marca* (e.g. *Diário de Sofia*) que vai gerar produtos distintos.

¹⁸⁶ Escolha do género, enredo, personagens, localização geográfica e etc.

¹⁸⁷ Cronograma, plataformas, localização e *agency* (nível de controle das audiências).

deve ser inicialmente previsto. Assim, estes produtores assumem que as narrativas ficam subordinadas ao suporte de materialização. É importante referir, ainda, que cada empresa procura aperfeiçoar o modelo anterior, como esclarece o criador de *Diário de Sofia*:

Ao modelo de Robert Pratten eu adiciono um *overlap*, ou seja, não repetir o conteúdo, mas adicionar elementos que fazem *overlap*, porque na peça de *puzzle* perfeita não há *overlap* de conteúdos e isso também é desinteressante. O que cria algo mais rico para a experiência são os elementos de um formato que aparecem no outro (Bernardo, 2014).

Do ponto de vista teórico, após refletir sobre este fenómeno e realizar um estudo de recepção no Reino Unido, com o público de duas séries¹⁸⁸, Evans concluiu que a principal diferença entre os antigos fluxos ficcionais – como os romances literários adaptados para o cinema ou TV – e os transmediáticos, seria a expansão das histórias para outros formatos conforme três preceitos: combinação narrativa, autoria e coerência temporal (Evans, 2011: 38).

Em termos de combinação narrativa, a forma ideal de transmediação pressupõe alteração ligeira do conteúdo e interligação entre os meios, onde cada plataforma oferece oportunidades diferentes de fruição da história (Jenkins, 2009:139). Por outras palavras, o universo narrativo é explorado de acordo com as potencialidades de cada meio, evitando a redundância e oferecendo novos níveis de revelação e experiência, pois a repetição aborrece os leitores (2009: 138). Por seu turno, Dena (2009: 55) defende que o emprego de *distintos media* modificam por si os processos de construção de significados da mesma história, sem necessitar de remodelação *a priori* dos conteúdos, pois os usos dos meios implicam a compreensão dos

¹⁸⁸ *24* (FOX) e *Spooks* (BBC), respetivamente.

*affordances*¹⁸⁹ do mesmo – um videogame oferece formas de interação diferentes do livro ou do filme.

Ao contrário de algumas adaptações¹⁹⁰ e outras formas de intertextualidade¹⁹¹, a autoria dos conteúdos transmedia, normalmente, concentra-se na figura da empresa produtora dos conteúdos, como no caso da beActive em Portugal. Nuno Bernardo (2011; 2014) refere em seu manual¹⁹² para produtores transmedia que a estratégia de marketing *brand extension* – lançamento de diferentes produtos com a mesma marca – é uma das características da produção transmedia. No mesmo sentido, Jenkins aponta esta unidade de criação e controle dos conteúdos como elementos importantes para o êxito das franquias transmedia (2009:150).

Sobre a questão da *temporalidade*, o lançamento dos produtos transmedia deve ocorrer em períodos previamente combinados, nas várias plataformas envolvidas, diferindo das adaptações existentes no mercado, lançadas, por vezes, após meses ou anos da difusão do produto “original” (Evans, 2011: 36). Jeff Gomez¹⁹³ corrobora esta ideia, esclarecendo que na produção transmedia *nativa* os projetos são desenhados desde o início para operar em várias plataformas

¹⁸⁹ A autora emprega este termo para indicar as características de cada meio de comunicação.

¹⁹⁰ *Adaptação* – tradução intersemiótica de um mesmo relato de um sistema de significação a outro – ou *transmutação*, no contexto audiovisual, é a transformação do signo arbitrário constituído pela palavra (escrita) em signo icónico, processo próprio destes meios, tanto do cinema, como da televisão (Balogh e Munglioli, 2009: 317).

¹⁹¹ De acordo com Costa, a intertextualidade – interpenetração de signos e mensagens de outros meios na narrativa original – é um elemento próprio das ficções produzidas para a televisão: “[...] a telenovela acaba se transformando numa teia intertextual de formas expressivas que se reforçam continuamente intercambiando influências (Costa, 2000: 167).

¹⁹² Neste manual, Bernardo refere também a necessidade de gestão adequada da propriedade dos produtos para evitar certas armadilhas, tais como a apropriação indevida de ideias e aconselha, em caso de licenciamento da marca, a contratação de um agente para negociar estes acordos (2011: 131).

¹⁹³ Presidente e CEO da empresa americana de conteúdos transmedia *Starlight Runner Entertainment*.

mediáticas de maneiras diferentes, assim como aconselha a bíblia¹⁹⁴ de Bernardo (2011: 24) sobre o transmedia *orgânico* e a necessidade de definir previamente um cronograma para a história.

Em resumo, as três características apontadas por Evans colaboram para o entendimento do que define a narrativa transmedia, embora a nossa perspectiva não consiga ignorar a tensão entre produtores e consumidores como uma quarta diferença entre os antigos fluxos narrativos e a atual abordagem transmedia. Neste sentido, a introdução da internet como mediação contribui para desestruturação dos limites entre texto e leitor, resultando em profundas alterações nos processos de produção e recepção de conteúdos de ficção (Booth, 2010).

O estilo de vida imersivo dos fãs, demonstrado no estudo de recepção de Evans, revelou que estas audiências experienciam as narrativas imaginando uma terra prometida (2011: 91), no mesmo sentido que Janet Murray (1997) refere a ficção no digital como um lugar encantado, e, também, Sam Ford concebe as *soaps* como *immersive story world* (Ford *et al.*, 2011: 240). Segundo este autor, a imersão na narrativa pode resultar em práticas simbólicas como recontar os momentos da vida das personagens (2011: 240). De maneira geral, se por um lado, os fãs exercem a inteligência coletiva influenciados pelo potencial imersivo do transmedia (Kosnik, 2011), por outro, valem-se destes apelos da indústria mediática como ferramenta de resistência, expondo as críticas sobre os programas favoritos (Hills, 2011).

Ao relatar a sua experiência nas indústrias televisiva e cinematográfica americana, Frank Rose afirma que o controle das ficções está crescentemente subordinado à opinião das audiências nos *media* sociais, originando uma verdadeira crise de autoria: “The author starts the story; the audience complete it. The author creates the characters and the situation they find themselves in; the audiences

¹⁹⁴ Vários autores referem a chamada “bíblia transmedia”, que define a estrutura do projeto, orientando a produção transmedia (Bernardo, 2011; Scolari, 2013; Antunes, 2014).

responds and makes it their own.” (Rose, 2011: 88). O autor destaca as relações estabelecidas entre os fãs e os perfis das personagens no *Twitter*, citando como exemplo a série *Mad Men*. Segundo Rose, os produtores já não conseguem prever os resultados da interação das audiências com as personagens favoritas, sobretudo devido aos perfis e histórias criados pelos próprios fãs (2011: 93).

Conclusão

Diante das reconfigurações das formas de consumo televisivo, a preocupação com o futuro deste meio destaca-se como problemática central dos estudos que privilegiam a análise do universo audiovisual. Tanto teóricos, como produtores, esforçam-se para prever se esta revolução drástica dos modos de produção e receção televisiva vai desembocar num final trágico para o meio. Com auxílio do pensamento dos autores que refletiram acerca das narrativas ficcionais, sobretudo no que toca o suporte televisivo, concluímos que a análise destas alterações deve compreender ambas dimensões – produção e receção – dado que encontra-se nesta relação a chave para o entendimento de tal problemática. A partir desta certeza, verificámos que a lógica produtiva dos conteúdos ficcionais iniciou um percurso integrado de construção de novos mundos possíveis para os exigentes consumidores do século XXI. Este caminho é marcado pelo surgimento do conceito de narrativas transmedia, do inglês, *transmedia storytelling*, que assenta na produção duma experiência ficcional mais alargada que extrapola os limites da televisão.

Apesar do modelo encontrar-se em permanente discussão, percebemos, claramente, neste debate, que nem todas as narrativas que migram para multiplataformas podem ser classificadas como histórias transmedia. Por outras palavras, uma interpretação mais hermética do *transmedia* aplicado ao *storytelling* aponta para a construção de

mundos possíveis, materializados em diversos suportes expressivos, onde cada texto contribui de forma distinta para o desenvolvimento da mesma história. Este novo padrão difere das antigas extensões narrativas, sobretudo porque integra um conjunto de regras definidas previamente pelas indústrias produtivas. Entre estas determinações, podemos destacar: a criação de uma bíblia transmedia – manual de orientação utilizado pelos produtores – que define a composição narrativa; a concentração da autoria produtiva; a organização temporal dos lançamentos em diferentes plataformas; o uso acentuado de espaços interativos, tais como as redes sociais na internet; e o incentivo ao envolvimento e participação ativa das audiências. Em resumo, os prolongamentos da obra original são estratégias previamente arquitetadas pelos autores e, em grande medida, podem sofrer influência das ações dos fãs.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBUQUERQUE, D. E VIEIRA, A. (1995). “As Telenovelas em Portugal – história e teoria do género”, in *O Fenómeno Televisivo*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- ALLEN, R. C. (Ed.). (1995). *To be continued: soap operas around the world*. Nova Iorque: Routledge.
- ANACOM (2012), Lei da televisão, Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho. [online]. [Acedido em 27/05/2013]. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?Contentid=958757>
- BACCEGA, M. A. (2012). “Ressignificação e atualização das categorias de análise da “ficção impressa” como um dos caminhos de estudo da narrativa teleficcional”, in *Comunicación*. Sevilla, 1(10), pp. 1290-1308.
- BACCEGA, M. A., CUNHA, I. F.; TONDATO, M.; MACEDO, D. e SANTANA, C. (2009). *Gêneros televisivos e publicidade no prime-time português e brasileiro: a recepção como suporte das relações entre comunicação e práticas de consumo*. Anuário internacional de comunicação lusófona 2009: memória social e dinâmicas identitárias.

- BERNARDO, N. (2011). *The Producer's Guide to Transmedia: How to Develop, Fund, Produce and Distribute Compelling Stories Across Multiple Platforms*. Beactive books.
- BORELLI, S. (2001). "Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas", in *São Paulo em Perspectiva*, 15 (3), pp. 29-36.
- BOOTH, P. (2010). *Digital fandom*. Nova Iorque: Peter Lang Publishing.
- BUONNANO, M. (2005). "La masa y el relleno. La miniserie en la ficción italiana", in *Designis*, Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS), 7, pp. 19-30.
- BUONNANO, M. (2008). *The age of television: experiences and theories*. Bristol: Intellect books.
- BUTLER, J. G. (2006). *Television: Critical methods and applications*. Taylor & Francis e-Library.
- CÁDIMA, F. R. (1995). *O Fenómeno Televisivo*. Lisboa: Círculo dos leitores.
- CÁDIMA, F. R. (1999). *Desafios dos novos media: a nova ordem política e comunicacional*. Lisboa: Notícias.
- CASSETTI, F. e ODIN, R. (1990). "De la paléo-à la néo-télévision". *Communications*, 51(1), pp.9-26.
- CASTILHO SANTANA, F. (2010). *Telenovela e Recepção: um estudo com famílias da 'classe trabalhadora' portuguesa*. Tese de Mestrado, Universidade de Coimbra.
- CHEITA, R. (2006). "Estratégias de Sucesso na Ficção TV Nacional: O Estudo de caso das' telenovelas juvenis'", in *Obercom-Research Report*.
- CHEITA, R., e ABOIM, S. (2007). "Era uma vez... Fábulas, romances, quotidianos. Imagens da vida privada nas telenovelas portuguesas", in *Working Report do Obercom*, Lisboa: Obercom.
- COSTA, C. C. (2000). *A milésima segunda noite: da narrativa mítica à telenovela análise estética e sociológica*. São Paulo: Fapesp.
- COSTA, J. P. (2003). *Telenovela, um modo de produção, o caso português*. Lisboa: Ed. Universitárias Lusófona.
- CUNHA, I. F. (2008). "Ficção televisiva e entretenimento", in *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – I Colóquio Bi-Nacional de Ciências da Comunicação Brasil-Portugal*, setembro 2008. Natal – RN.

- CUNHA, I. F. (2010), “Audiências e recepção das telenovelas brasileiras em Portugal”, in *Comunicação, mídia e consumo*. 7 (20), pp. 91 – 118.
- CUNHA, I. F. (2011). *Memórias da Telenovela – Programas e Recepção*. Lisboa: Livros Horizonte.
- CUNHA, I. F. (2012). *Análise dos Media*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- CUNHA, I. F.; BURNAY, e CASTILHO SANTANA, F. (2010). “Portugal: Ficção Sem Crise”, in LOPES, M.I. e OROZCO, G. (Eds.) *Convergências e Transmídiação Da Ficção Televisiva: Obitel 2010*. Rio de Janeiro: Sulina, pp. 345-380.
- CUNHA, I. F.; BURNAY, e CASTILHO SANTANA, F. (2011). “Portugal: Novos Desafios”, in Lopes, LOPES, M.I. e OROZCO (Eds.). *Qualidade Na Ficção Televisiva e Participação Transmidiática Das Audiências*. Observatório Ibero-Americano Da Ficção Televisiva Obitel. Rio de Janeiro: Sulina, pp. 447-484.
- CUNHA, I. F.; BURNAY, e CASTILHO SANTANA, F. (2012). “Portugal: velhas estratégias para novos tempos”, in LOPES, M.I. e OROZCO (Eds.). *Transnacionalização Da Ficção Televisiva Nos Países Ibero-Americanos: Anuário Obitel 2012*. Porto Alegre, pp.447-483.
- DOYLE, G. (2010). “From Television to Multi-Platform Less from More or More for Less?”, in *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16(4), pp. 431- 449.
- ECO, U. (1991). *Apocalípticos e Integrados*. Lisboa: Difel.
- ECO, U. (1994). *Seis Passeios pelos Bosques da Ficção*. Lisboa: Difel.
- EDER, J.; JANNIDIS, F. e SCHNEIDER, R. (Eds.). (2010). *Characters in fictional worlds: Understanding imaginary beings in literature, film, and other media*, 3, Walter de Gruyter.
- EVANS, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences. New Media And Daily Life*. Nova Iorque: Routledge.
- FECHINE, Y.; GOUVEIA, D.; ALMEIDA, C.; COSTA, M. e ESTEVÃO, F. (2011). “Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira”, in LOPES, M.I.V. (Ed.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais*. Porto Alegre: Meridional.
- FECHINE, Y. e FIGUEIRÔA, A. (2013). “Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas

- da Globo”, in LOPES, M.I.V. (Ed.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais*. Porto Alegre: Meridional.
- GENETTE, G. (1987). *Discurso da Narrativa*. Lisboa: Vega.
- GIOVAGNOLI, M. (2011), *Transmedia Storytelling: Imagery, Shapes And Techniques*. Pittsburgh: Etc Press.
- JENKINS, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- JENKINS, H. (2010a), “Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus”, in *Journal of Media & Cultural Studies*, 24 (6), pp. 943-958[online]. [Acedido em 08/01/2014]. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10304312.2010.510599>
- JENKINS, H. (2010b). “How youtube became ourtube”, disponível online em ‘Confessions of an Aca-fan’; [online]. [Acedido em 29/11/2013]. Disponível em: http://henryjenkins.org/2010/10/how_youtube_became_ourtube.html
- JOST, F. (2011). “Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?”. in *MATRIZES*, 4 (2), pp. 93-109.
- LACALLE, C. (2010). “As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet”, in *MATRIZES*, 3 (2), pp. 79-102.
- LOPES, M.I. V. (2009). “Telenovela como recurso comunicativo”, in *MATRIZES*, 3 (1), pp. 21-47.
- Meyer, M. (1996). *Folhetim: uma história*. Editora Companhia das Letras.
- MOREIRA, J. P. (2000), “Avatares da Telenovela: Para uma caracterização histórico-estrutural do género”, in DAMÁSIO, M. e JORGE, R. P. (Eds). *Imagens e Reflexões: Actas da 2ª Semana Internacional do Audiovisual e Multimédia*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, pp.70-80.
- MÜLLER, E. (2009). “Where quality matters: discourses on the art of making a youtube vídeo”, in VONDERAU, P. e SNICKARS, P. (Eds.). *The Youtube Reader*. National library of Sweden, pp. 126-139.
- MURRAY, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck – The future of narrative in cyberspace*. Cambridge: The MIT Press.
- NEGROPONTE, N. (1995). *Ser Digital*. Lisboa: Caminho da Ciência.
- NOGUEIRA, L. (2010). *Manuais De Cinema I–Laboratório De Guionismo*. Portugal: Labcom Books.

- ORTIZ, R.; BORELLI, S. e RAMOS, J.M. (1989). *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- PEIXINHO, A. T. (2010). *A epistolaridade nos textos de imprensa de Eça de Queirós*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/ FCT.
- POLICARPO, V. M. (2006). *Viver a telenovela: um estudo sobre a recepção*. Lisboa: Livros Horizonte.
- PRATTEN, R. (2011). *Getting started with storytelling*. Createspace.
- REIS, C. (1995). “Atração Fatal: sobre a telenovela como ilusão e verdade”, in REIS, C. (ed.). *Discursos: Revista de Estudos de Língua e Cultura portuguesa*, n.10, Coimbra: Universidade Aberta, pp.25-42.
- REIS, C. (2012). “A sobrevida das personagens”. [online]. [Acedido em 16/02/2013]. Disponível em: <https://figurasdaficcao.wordpress.com/2012/10/01/a-sobrevida-das-personagens-3-2/>
- REIS, C. e LOPES, S. C. M. (2007). *Dicionário de Narratologia*. Coimbra: Almedina.
- ROSE, F. (2011). *The art of immersion: How the digital generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the way we tell stories*. Nova Iorque: WW Norton e Company.
- ROSS, S. M. (2009). *Beyond the box: Television and the Internet*. Wiley. Com.
- RTP (2011), Lei da Televisão, Lei n.º 31-A/98, de 14 de julho. [online]. [Acedido em 05/09/2013]. Disponível em: <http://www.rtp.pt/wportal/grupo/leitv.htm>
- SCOLARI, C. A.; M. Jiménez, M. Guerrero (2012). “Narrativas Transmediáticas En España: Cuatro Ficciones En Busca De Un Destino Cross-Media”, in *Comunicación Y Sociedad*, 25 (1), pp. 137-163.
- SCOLARI, C. A. (2011), “A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo”, in *MATRIZES*. 4 (2), pp. 127-136.
- SCOLARI, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- TEVES, V. H. (2007). *RTP, 50 anos de História*. Lisboa: RTP.
- TORRES, E. C. (2012). “Folhetim, uma história sem fim: dos primeiros jornais de massas à Internet”, in *Lumina*, 6(2).
- TODOROV, T. (1970). *As estruturas narrativas*. São Paulo: Editora Perspectiva
- TRAQUINA, N. (1997). *Big Show Media: viagem pelo mundo do audiovisual português*. Lisboa: Notícias.

- TRAQUINA, N. (2000). *O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- TURKLE, S. (1989). *O segundo eu: os computadores e o espírito humano*. Lisboa: Presença.
- TURKLE, S. (1997). *A vida no ecrã – a identidade na era da Internet*. Lisboa: Relógio d'água.
- VILCHES, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Edições Loyola.