

# FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA NO ESPAÇO LUSÓFONO

ISABEL FERIN CUNHA  
FERNANDA CASTILHO  
ANA PAULA GUEDES  
(ORGS)



**LABCOM.IFP**  
Comunicação, Filosofia e Humanidades  
Unidade de Investigação  
Universidade da Beira Interior







# FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA NO ESPAÇO LUSÓFONO

ISABEL FERIN CUNHA  
FERNANDA CASTILHO  
ANA PAULA GUEDES  
(ORGS)



**LABCOM.IFP**

Comunicação, Filosofia e Humanidades  
Unidade de Investigação  
Universidade da Beira Interior

## Ficha Técnica

### Título

Ficção Seriada Televisiva no Espaço Lusófono

### Organização

Isabel Ferin Cunha, Fernanda Castilho e Ana Paula Guedes

### Editora LabCom.IFP

[www.labcom-ifp.ubi.pt](http://www.labcom-ifp.ubi.pt)

### Colecção

LabCom

### Série

Pesquisa em Comunicação

### Direcção

José Ricardo Carvalheiro

### Design Gráfico

Cristina Lopes

### ISBN

978-989-654-372-3 (papel)

978-989-654-374-7

978-989-654-373-0 (epub)

### Depósito Legal

423536/17

### Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior  
Rua Marquês D'Ávila e Bolama.  
6201-001 Covilhã. Portugal  
[www.ubi.pt](http://www.ubi.pt)

### Covilhã, 2017

© 2017, Isabel Ferin Cunha, Fernanda Castilho e Ana Paula Guedes.

© 2017, Universidade da Beira Interior.

*O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores. Este livro mantém os textos originais, nas duas vertentes do português – europeu e brasileiro.*



## Índice

Prefácio	9
PARTE I - ENQUADRAMENTOS E CONCEITOS	13
(Des)continuidades: o sistema mediático lusófono Isabel Ferin Cunha	15
O contributo dos Estudos Narrativos para a compreensão da ficção narrativa do século XXI Ana Teresa Peixinho	43
Da caça aos conceitos: uma viagem de Certeau a Jenkins no entendimento das novas relações entre texto e leitor Fernanda Castilho	65
Explorações conceituais acerca de narrativa transmídia e ficção seriada televisiva Rodrigo Lessa	87
PARTE II - TRÂNSITOS NO ESPAÇO LUSÓFONO	107
A ficção televisiva no Espaço Lusófono: rotinas produtivas, parcerias e coproduções Catarina Burnay	109
Autoria na minissérie <i>Os Maias</i> e a recriação da lusofonia: o caso de Maria Adelaide Amaral Maria Carmen Jacob de Souza e Kyldes Batista Vicente	133
Era uma vez <i>Windeck</i> : apropriação do modelo brasileiro de narrativa de telenovela na teleficção angolana Ana Paula Guedes	155

PARTE III - QUALIDADE E MÚLTIPLAS PLATAFORMAS	181
A qualidade na ficção seriada lusófona Gabriela Borges e Daiana Sigiliano	183
Crítica especializada e crítica popular: autoridade e gosto no debate sobre qualidade na TV Clarice Greco	203
Teledramaturgia brasileira e TV Social: articulações entre Televisão e Internet nas estratégias transmídia da Rede Globo Yvana Fachine e Gêsa Cavalcanti	227
Resumos	251
Biografias	271



## Prefácio

O livro **Ficção Seriada no Espaço Lusófono** constitui um trabalho inédito que pretende reunir reflexões teóricas e estudos de caso de vários autores, portugueses e brasileiros, sobre a ficção seriada nesta *comunidade imaginada*. A obra resulta da solicitação de artigos a pesquisadores que em grande parte se conhecem profissional e intelectualmente, a partir da participação em atividades do Obitel (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva). Este núcleo inicial permitiu construir uma rede informal em Portugal e no Brasil que se expressa nesta obra, a que se juntaram outros pesquisadores que desenvolvem trabalhos nesta temática ou temáticas de interesse para o estudo da ficção seriada televisiva.

Três partes constituem esta obra, organizada e coordenada por Isabel Ferin Cunha, Fernanda Castilho e Ana Paula Guedes. Na primeira parte, intitulada **Enquadramentos e conceitos**, encontram-se quatro textos que contextualizam, refletem e discutem a emergência da ficção seriada tendo em conta a diversidade dos sistemas midiáticos, os estudos narrativos e o surgimento de novos conceitos interpretativos. Assim, o texto *(Des)Continuidades: o sistema mediático lusófono*, da autoria de Isabel Ferin Cunha, apresenta uma primeira abordagem aos sistemas midiáticos no Espaço Lusófono dentro de uma perspectiva histórica comparada. O objetivo é sintetizar de forma comparativa, a partir das categorias definidas por Hallin e Mancini (2004) e numa perspectiva longitudinal, o papel do Estado, as características do sistema político, o desenvolvimento dos mercados midiáticos e da profissionalização. O segundo texto, intitulado *O contributo dos Estudos Narrativos*

para a compreensão da ficção narrativa do século XXI de Ana Teresa Peixinho, faz um ponto da situação sobre os Estudos Narrativos no sentido de identificar as linhas de investigação mais pertinentes para o estudo das narrativas ficcionais da contemporaneidade. A autora considera, ainda, que os novos dispositivos tecnológicos, vieram alterar formatos e linguagens, sendo necessário novas ferramentas e metodologias para a compreensão destas atuais narrativas. Fernanda Castilho desenvolve no terceiro texto, *Da “caça” aos conceitos: uma viagem de Certeau a Jenkins no entendimento das novas relações entre texto e leitor*, uma reflexão sobre os fundamentos do conceito de “textual poacher”, cunhado por Jenkins a partir do pensamento de Certeau no sentido de aprofundar os estudos sobre de fãs e compreender a sua dinâmica na sociedade contemporânea. No último texto desta primeira parte, intitulado *Explorações conceituais acerca de narrativa transmídia e ficção seriada televisiva*, Rodrigo Lessa explora noções conceituais acerca da narrativa transmídia, associando-a com características da ficção seriada televisiva. O artigo objetiva não só demarcar o que compreendemos por narrativa transmídia, mas também oferece exemplos de como a Rede Globo utiliza as extensões transmídia.

A segunda parte **Trânsitos no Espaço Lusófono** apresenta um conjunto de textos que se debruça sobre os fluxos e refluxos da ficção no Espaço Lusófono, com maior incidência entre Brasil e Portugal, mas também iniciando um percurso de triangulação entre Brasil, Portugal e Angola. O artigo de Catarina Burnay *A ficção televisiva no Espaço Lusófono: rotinas produtivas, parcerias e co-produções*, pretende identificar e caracterizar os trânsitos, que nestes últimos anos, têm despontado entre Portugal, Brasil, Angola e Moçambique, quer na perspectiva das empresas e da produção, quer dos profissionais envolvidos, demonstrando que há uma grande circulação e uma crescente adesão ao conceito de ficção do Espaço Lusófono. Em seguida, Maria Carmem Jacob de Souza e Kyldes Batista Vicente discutem no artigo intitulado *Autoria na minissérie Os Maias e a recriação da lusofonia: o caso de Maria Adelaide Amaral*, as experiências identitárias desta autora na minissérie *Os Maias* (TV Globo, 2001). As autoras pretendem neste texto

observar como Maria Adelaide Amaral, portuguesa radicada no Brasil, lida com a posição autoral e problematiza os imaginários que servem de substrato para as identidades culturais em mutação no Espaço Lusófono. No último texto desta segunda parte, Ana Paula Guedes escreve *Era uma vez Windeck: apropriação do modelo brasileiro de narrativa de telenovela na teleficção angolana*. Trata-se de um artigo que apresenta uma telenovela produzida por Angola, à maneira do Brasil, e onde os enredos estão mais relacionados com a estetização corporal e comportamental do que com a realidade angolana. A autora ressalta como o fluxo e contrafluxo da ficção brasileira em Angola envolve brasileiros, portugueses e angolanos.

A terceira e última parte deste livro foca a **Qualidade e Múltiplas Plataformas** e integra três artigos. Os dois primeiros sobre a Qualidade da ficção no Espaço Lusófono e o último artigo sobre os desafios que envolvem as múltiplas plataformas. As autoras Gabriela Borges e Diana Sigiliano escrevem *A Qualidade na Ficção Seriada Lusófona : análise de Beat Girl e Latitudes*, um artigo que pretende trazer para a academia lusófona e adequar à realidade deste espaço os debates anglo-saxônicos sobre esta temática. Com este objetivo as autoras analisam as produções *Beat Girl* (2013) da produtora portuguesa beActive, e *Latitudes* (2013), do canal TNT no Brasil, produções lusófonas que exploram os universos ficcionais em multiplataformas. No artigo *Crítica especializada e crítica popular: autoridade e gosto no debate sobre qualidade na TV*, Clarice Grego discute a importância das críticas especializada e popular para a avaliação da qualidade dos programas de televisão, salientando o argumento da autoridade da primeira e a manifestação do gosto popular da última. O artigo debate, ainda, os conceitos de qualidade, participação pública e gosto. No último artigo da terceira parte e também da obra apresentada, *Teledramaturgia brasileira e TV Social: articulações entre Televisão e Internet nas estratégias transmídia da Rede Globo*, as autoras Yvana Fechine e Gêsa Cavalcanti escrevem sobre a chamada TV Social desenvolvida pela Rede Globo, que articula num ambiente de conver-

gência, internet e televisão. O texto objetiva não só chamar a atenção para este fenômeno como problematizar ideia de TV Social diante da imprecisão conceitual no emprego dessa expressão.

Reafirmando o ineditismo desta obra, é necessário ressaltar a importância e a lacuna que vem preencher em estudos temáticos e comparados nos dias de hoje, principalmente em trabalhos colaborativos entre Portugal e Brasil sobre a ficção seriada televisiva. E, finalmente, e não menos importante, a sua contribuição para a literatura internacional dos *television fiction studies*.

São Paulo, Setembro de 2016

Profa. Doutora Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Professora Titular da Escola de Comunicações e Artes

Universidade de São Paulo

Parte I

# Enquadramentos e Conceitos



## **(DES)CONTINUIDADES: O SISTEMA MEDIÁTICO LUSÓFONO**

Isabel Ferin Cunha

dfci@fl.uc.pt

### **Introdução**

O Espaço Lusófono — utiliza-se esta designação num sentido virtual — caracteriza-se por fluxos e refluxos de movimentos populacionais, que estando primeiramente associados a uma história e a um espaço geográfico delimitado, adquiriu dinâmicas autónomas ao longo dos séculos. O Espaço Lusófono e a Lusofonia não são coincidentes. Na nossa perspectiva, entendemos a Lusofonia como um conjunto plural de significados que combina ideologias políticas, relações entre estados, interesses económicos, elementos culturais e linguísticos no âmbito de países e regiões que têm o português como língua oficial. Em contrapartida, entendemos o Espaço Lusófono como um estado mental que — estando imbuído da língua e da presença portuguesa — engloba naturais de países e regiões, não necessariamente de língua oficial portuguesa, mas também as diásporas e aqueles que, de alguma forma, tiveram contacto com aquela(s) herança(s) cultural, falando, ou não, português.

Recuperando um pouco da História convém lembrar que Portugal foi o último império europeu a desaparecer, tendo-se expandido pelos cinco continentes: Portugal e Regiões Autónomas da Madeira e Açores (Europa); Angola, Cabo-Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe (África); Damão, Diu, Goa (Ásia, Índia), Macau (Ásia); Brasil (América); Timor-Leste (Oceânia).

Este império começou a estruturar-se no século XV identificando-se três grandes períodos: o início da colonização até ao século dezanove; finais do século dezanove até ao fim da Segunda Guerra Mundial e da década de cinquenta do século passado até á independência dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (Alexandre, 2000).

Nestes séculos, independentemente das arbitrariedades inerentes à administração colonial, à escravatura, à censura e aos regimes de privilégio, surgiu um cosmopolitismo lusófono, caracterizado pela mobilidade de pessoas dentro do espaço de língua oficial portuguesa. Tendo como parâmetro a definição de Beck (2006:3) este cosmopolitismo, num sentido amplo, estreitou as distâncias entre continentes e destruiu fronteiras entre regiões que integravam o império. Criou um espaço de assuntos públicos partilhado, relativizou — com as necessárias e devidas ressalvas — as origens de indivíduos, fomentou o contato de línguas e fez circular plantas, costumes, gostos e sabores.

O cosmopolitismo lusófono teve a sua origem na mobilidade de pessoas, produtos e imaginários no território colonial, estimulou a ideia de “espaço partilhado” e “império nação”, antecedendo o surgimento da imprensa, travado pela inquisição e pelo poder autoritário da coroa. A circulação da imprensa, que para Benedict Anderson (1983) é o motor da imaginação da nacionalidade, veio posteriormente, por um lado, criar as condições de independência dos territórios coloniais, por outro reforçar, através da língua e da cultura o espaço da lusofonia, anteriormente vivido e imaginado. Neste contexto, torna-se referência obrigatória o sociólogo Gilberto Freyre que, malgrado as interpretações e exportações abusivas que a sua teoria sofreu, cunhou um pensamento original sobre a relação entre colonizados e colonizadores designado *Lusotropicalismo*. Este pensamento, desmontado à exaustão com base em evidências empíricas, na década de sessenta e setenta (Boxer, 1969: 1977), permitiu em Portugal a renovação da política colonial salazarista, e colheu adeptos em todos os quadrantes políticos. No Brasil e nos outros países que estiveram sobre domínio português este conceito foi sempre polémico ou rejeitado, mas a verdade é que criou um espaço de pen-



samento comum pós-colonial que congrega povos e regiões que partilham uma parte da história, elementos de cultura e uma língua (Martins, Sousa, & Cabecinhas, 2006).

Na argumentação procuraremos comparar os sistemas mediáticos no Espaço Lusófono, dentro de uma perspetiva histórica. Assumimos, assim, que *os sistemas dos media* são moldados pelos contextos mais vastos da história, estrutura e cultura políticas e que *as características dos sistemas políticos podem influenciar a estrutura das instituições de media* (Hallin & Mancini, 2010: 60), bem como as normas e orientações que informam atores políticos e mediáticos, tais como os jornalistas (Pfetsch, 2004).

Pela dimensão e papel desempenhado no Espaço Lusófono detemo-nos principalmente em Portugal, Brasil, Angola, Moçambique e Cabo-Verde. As referências aos outros espaços geográficos serão esporádicas, não por não serem importantes, mas porque se trata de uma primeira abordagem condicionada pela apresentação escrita.

### **A emergência de um sistema de *media* no Espaço Lusófono**

Antes de mais, assumimos que a análise da interação entre política e *media* é um desafio importante para a pesquisa comparativa e que as condições institucionais do sistema político e do sistema mediático do Espaço Lusófono envolvem múltiplas dimensões culturais e orientações subjetivas dos atores.

Não sendo objetivo desta comunicação fazer uma história dos *media* no Espaço Lusófono, mas sim sistematizar de forma comparativa componentes do sistema político e mediático, tal como propuseram Hallin & Mancini (2010), sublinhamos que a realidade de cada território/país é diferente e está vinculada à história colonial e às vicissitudes da ocupação portuguesa. Por outro lado, não se pode comparar o percurso de um país como o Brasil, tornado independente nos meados do século XIX, com a realidade dos países africanos independentes nos anos setenta do século XX. A comparação é ainda mais difícil com as ex-colónias da Ásia: Índia Portuguesa (Goa, Damão

e Diu), Macau e Timor-Leste. Nesta apresentação optamos por manter uma abordagem cronológica, focada nas regiões que mais saliência adquiriram, no Espaço Lusófono.

A imprensa teve início em Portugal no século XVII, com a publicação em 1626 da “Relação universal do que sucedeu em Portugal e nas mais províncias do Ocidente e Oriente em março de 1625 até setembro de 1626” de Manuel Severim de Faria. Mas o facto de não ter tido continuação faz com que a *Gazeta* de 1645, seja considerado o primeiro jornal em Portugal. A censura, política e religiosa, e alguns dispositivos jurídicos e económicos exigidos pelo Estado, condicionaram o desenvolvimento da imprensa em Portugal e nas colónias. Num período de monarquia autocrática, caracterizada pela centralização política e governativa, a política de informação e comunicação obedece aos interesses do governo central e da igreja, instituição em que se apoia. O grande instrumento de difusão foi a língua portuguesa que se expandiu em todos os territórios com base em três instituições: a Igreja Católica, a administração central e mais tarde as instituições educativas.

No século XVI, os territórios da Índia (Goa, Damão e Diu) foram os primeiros a ter publicações periódicas em português, mas também em línguas locais (Neves, 1989). Segundo o mesmo autor até à instituição em 1836, por decreto do ministro português Sá da Bandeira, dos diários oficiais nas colónias, a Índia já contava com mais de 100 publicações com alguma regularidade. Muitas destas publicações eram patrocinadas pelas congregações religiosas, como os jesuítas e franciscanos, mas outras resultavam dos interesses de particulares. O primeiro jornal, *Gazeta de Goa*, data de 1821 e antecedeu o primeiro *Boletim do Governo do Estado da Índia*, que foi publicado em 1837. A presença portuguesa em Macau remonta a 1557 e foi reconhecida pela China em 1887, através do Tratado de Amizade e Comércio Sino-Português. As primeiras publicações com alguma periodicidade em português datam desse período. Assinalamos que as ordens religiosas, principalmente os jesuítas e franciscanos, escreveram em português, latim, italiano ou espanhol, relatando os usos e costumes desses territórios.

As invasões napoleónicas levam a família real portuguesa a mudar-se para o Brasil em 1808. Neste ano é criada a Imprensa Régia e a *Gazeta do Rio de Janeiro*. No entanto, na mesma data em Londres é editado o *Correio Braziliense* por Hipólito José da Costa, seguindo-se o *Diário de Rio de Janeiro*, em 1821. Apesar da censura e de outras vicissitudes políticas muitos outros jornais surgiram, como os cariocas *Gazeta de Notícias* e *O País* que foram publicados até á ditadura de Vargas. O Brasil tornou-se, dentro do império colonial português, o país que mais cedo apresentou manifestações culturais e sociais importantes para o desenvolvimento dos *media* e de uma indústria cultural. Muitos autores consideram os escritos dos primeiros viajantes no século XVI, as crónicas jornalísticas e literárias (Neves, 1969; Tengarrinha, 1965; Hohlfeldt *et al.*, 2009), bem como nas representações religiosas, nos circos e manifestações de saltimbancos (Ortiz, Borelli & Ramos, 1989; Costa, 2010) os primórdios de uma arte performativa que será potenciada pelas tecnologias e os meios de comunicação no século XX.

O surgimento da monarquia constitucional em Portugal e do Império do Brasil vieram introduzir alterações ao sistema político no Espaço Lusófono. Surgiram novos atores políticos e culturais, bem como grupos de interesses que vieram diversificar as demandas nesta nova configuração geográfica. Podemos dizer que a introdução da tipografia e o lançamento dos boletins oficiais dos governos das colónias, criados por imposição régia em 1836, preconizaram o surgimento de meios de comunicação nos outros territórios sob dominação colonial portuguesa. Esta imprensa administrativa era uma manifestação do Estado colonial e tinha como função informar os colonos dos dispositivos legais elaborados pela administração central. Pouco a pouco estes boletins vão introduzindo outro tipo de informação – económica, social e finalmente política – inspirando a fundação de uma imprensa de opinião, primeiramente crítica, depois contestatária, das administrações coloniais.

Em Angola o primeiro jornal impresso surge 1845, conhecendo até ao final do século XIX alguma vitalidade em Luanda salientando-se a publicação, em 1866, da *Civilização da África Portuguesa* seguindo-se de outros com

tendências diversas. Nesta perspectiva, após a independência do Brasil e o Ultimato Inglês<sup>1</sup> de 1891 que cercearam os direitos dos “gentios civilizados”, os jornais *Arauto Africano*, *Echo de Angola* e *Farol do Povo* manifestaram a sua tendência pró-republicana e independentista (Lopo, 1964; Freudenthal, 2001). Em Moçambique o boletim oficial surge em 1854 e em 1868, na Ilha de Moçambique, *O Progresso*, e posteriormente o *Africano* (1877), *O Vigilante* (1882) e o *Clamor Africano* (1892), este último com um pendor muito contestatário à presença colonial portuguesa. Em Cabo-Verde o primeiro Boletim Oficial é publicado em 1842 e direcionado, também para Guiné-Bissau, visto que os dois territórios constituíram à altura o mesmo espaço colonial de governação. Na década de noventa, do mesmo século, surge verdadeiramente o primeiro jornal não oficial em Cabo-Verde, o *Almanach Luso-Africano*, um jornal fundamentalmente literário, com contribuições em português e crioulo (Santilli, 1985; Ferreira, 1987). O *Boletim Oficial do Governo da Província da Guiné Portuguesa* nasce em 1880, na cidade de Bolama, quando este território adquire autonomia administrativa face a Cabo-Verde. O território da Guiné-Bissau sempre contou com uma presença da cultura muçulmana muito forte e há notícia da circulação de escritos em arábico, desde o início da presença colonial portuguesa no século XV (Gonçalves, 1966). Em 1855, é publicado em São Tomé e Príncipe o primeiro *Boletim Oficial* e em 1869 o jornal *Equador*, mas o que marca este espaço africano é o desenvolvimento de um tipo específico de teatro “Tchiloli” (Ferreira, 1987), que foi levado por um autor da Ilha da Madeira para estas Ilhas no século XVI e transformou-se em contacto com a sociedade crioula e as influências africanas dos escravos e libertos.

Limitamos o segundo período desta exposição entre o início do século XX e o final da II Guerra Mundial. Tanto em Portugal como no Brasil terminaram as monarquias e foram instaurados regimes republicanos (respetivamente em 1910 e 1889). Foi abolida a escravatura no Brasil (Lei Áurea, 1888). Neste mesmo período tiveram lugar duas Grandes Guerras Mundiais e

1. Tratado assinado com a Inglaterra que obriga Portugal a abandonar as suas pretensões coloniais sobre o território central do continente africano, entre as colónias de Angola e Moçambique.

posteriormente os dois países foram governados por ditaduras designadas *Estado Novo*: a ditadura portuguesa de 1932-1974; a ditadura brasileira de 1930-1945. Nestes dois países, os regimes democráticos foram efémeros, seguindo-se ditaduras onde a censura se tornou um traço permanente.

Nas primeiras décadas do século XX, Portugal enviou para o Brasil mais de um milhão de imigrantes e o Brasil recebeu nesse período cerca de 7 milhões de imigrantes de diversas origens, maioritariamente da Europa do Sul. Os portugueses tornaram-se mais um dos muitos grupos de imigrantes. As relações culturais de proximidade continuam, como demonstra, por exemplo, a presença do diretor do Secretariado da Propaganda Nacional, António Ferro, em 1922, na *Semana de Arte Moderna em São Paulo*<sup>2</sup>. Nesse período a cumplicidade entre as ditaduras foi, também, política, como demonstra o facto de o Brasil ter adotado o modelo de censura portuguesa, mas também cultural. Como escreve Henriques (1990), António Ferro inspirou-se muito na participação na *Semana de Arte Moderna*, ao propor a *política do espírito*, e a refundação da cultura portuguesa. Este movimento em Portugal é simultâneo à afirmação da brasilianidade e deu origem a trocas de experiências no teatro, envolvendo a deslocação de companhias e atores (Costa, 2010).

Nas colónias portuguesas da Ásia e da África a primeira metade do século XX pode ser historicamente subdividida em dois períodos: o primeiro que compreende o período que vai do fim da monarquia (1910)<sup>3</sup>, aos primeiros anos da ditadura e finais da II Guerra Mundial (1945); um segundo período compreende os anos que vão até à libertação da Índia Portuguesa e início das Guerras de Libertação em África (1961). O primeiro período corresponde a um declínio da atividade editorial, por dificuldades económicas e políticas, mas também pela promulgação do *Acto Colonial* (1930)<sup>4</sup> que restringiu, ain-

2. *Semana de Arte Moderna de São Paulo* (1922): movimento cultural e artístico que inaugura o Modernismo no Brasil. Contou com a presença de intelectuais estrangeiros e brasileiros. Entre estes estão Mário e Oswald de Andrade, Plínio Salgado, Anita Malfatti, Menotti Del Pichia e outros.

3. A Monarquia em Portugal termina em 1910, após o assassinato do Rei D. Carlos I e do Príncipe herdeiro D. Luís Filipe em 1908.

4. *Acto Colonial* é o primeiro documento oficial do Estado Novo de Salazar, promulgado em 8 de julho de 1930, crítica a concepção de assimilacionismo oitocentista e institui o estatuto de “indígena” em contrapartida ao de “civilizado”.

da mais, a liberdade de expressão e os direitos dos nascidos nas colónias. O segundo período caracteriza-se, principalmente em Angola, Cabo-Verde e Moçambique pelo aparecimento de movimentos de *naturais da terra*<sup>5</sup> (Ferreira, 1987) e pela difusão da rádio. Os anos finais da monarquia e os primeiros da república desenharam para os dois grandes territórios africanos, Angola e Moçambique, duas políticas diferentes de colonização. Angola foi definida como uma colónia de povoamento, à maneira do Brasil, enquanto Moçambique, por mimetismo com a antiga Rodésia inglesa, seria entregue a grandes empresas ou a *farmers* os quais gozavam de grande autonomia e privilégios. Estas políticas determinaram o desenvolvimento dos meios de comunicação e a identidade cultural dos dois territórios: Angola mais mestiça, Moçambique mais próxima do padrão inglês de colonização.

Até meados da década de vinte do século XX, os jornais publicados em todas as colónias eram veículos de divulgação literária. Nesses jornais era comum, como por exemplo no *Vanguarda de Luanda*, aparecer artigos e folhetins de naturais de Cabo-Verde, Portugal, Brasil, Moçambique, São Tomé e Príncipe, Guiné ou Índia portuguesa. Na altura fizeram-se as primeiras experiências de regionalização africana da língua portuguesa, através da introdução de vocábulos crioulos e de línguas africanas, como o kibundo. Surgem também as associações recreativas e culturais que promovem saraus, publicações, recolha de histórias e provérbios orais, posteriormente publicados em português ou, simultaneamente em português, crioulo e, ou línguas africanas (Santilli, 1985). Em Moçambique a imprensa desenvolveu-se na Beira e na capital Lourenço Marques (atual Maputo), onde se concentravam maior número de *naturais da terra*. O *Africano* e o *Brado Africano* foram os meios mais importantes. O facto das empresas agro-industriais e *farmers*, dedicados às monoculturas, gerirem grande parte do território até finais da década de trinta, teve um enorme impacto nesta realidade. Só em 1941 surge o jornal *Itinerário* que congregará as vozes descontentes da colónia

5. *Naturais da terra* eram os brancos, mestiços e *indígenas civilizados* (aqueles que tinham adotado a religião católica, sabiam ler e escrever português, eram monogâmicos e tinham comportamentos ocidentalizados) nascidos nas colónias. Estes indivíduos tinham um estatuto administrativo próprio, mesmo os que eram brancos.

e as discussões sobre o futuro colonial (Rocha, 2000). Em Cabo-Verde o jornal *A Voz de Cabo Verde* (1911-1919) publicou em folhetins muitas obras com características “mestiças” (temas e língua), distinguindo-se dos outros territórios por reivindicar esta identidade cultural (Ferreira, 1987). Antes ainda da expansão da educação pública na década de 50 através dos colégios do ensino secundário direcionados para a formação das *Elites do Ultramar* (Moreira, 1952), surgiram em Cabo-Verde inúmeras revistas literárias, tais como a *Claridade* (1936) e *Certeza* (1944). Na Guiné-Bissau são registados os jornais *O Comércio da Guiné* (1930), o *Arauto* e o *Boletim Cultural da Guiné Portuguesa* (1946) que manteve um grande prestígio até à independência do território, concorrendo com as publicações da *Missão Evangélica da Guiné Portuguesa* (Gonçalves, 1966). Nos territórios da *Índia Portuguesa* surgem vários títulos, todos com pouca duração, no início do século, tais como a *Índia Portuguesa* e posteriormente são fundados em Goa *O Herald*, *Diário da Vida* e a *Noite*, que se manterão para além da presença portuguesa (1964) nesses territórios.

As rádios começam a se instalar nas colónias portuguesas a partir dos anos trinta do mesmo século. Posteriormente (década de quarenta) as associações de rádios amadores tiveram um importante papel em Angola (Associação de Rádios Clubes) e Moçambique (Grémio do radiófilos) na difusão da rádio. Em Angola o primeiro rádio clube começou a transmitir em 1931 em Benguela e até ao final da década de cinquenta, quase todos os distritos tinham o seu rádio clube. A *Emissora oficial de Angola* nasce em 1950 vinculada à Direcção dos Serviços de Correio, Telégrafo e Telefones. A fundação da *Emissora Católica de Angola* desempenhou um papel importante, nessa mesma década, emitindo programas políticos de opinião e alugando tempos de antena para produtores independentes.<sup>6</sup> Em Moçambique a rádio seguiu um percurso muito semelhante com a criação da *Rádio Clube de Moçambique* em 1933. Nos anos cinquenta, esta rádio tinha quatro emissões independentes (três em português) e uma em inglês e africânder. Na mesma

6. Cfr: Pereira Monteiro, *Apontamentos para a História da Radiofusão de Angola* (acedido a 26 de Março de 2010) (<http://www.angolaradio.net84.net/radioangolahistoria.htm>)

época, também, todos os distritos já tinham emissoras regionais em funcionamento.<sup>7</sup> A Guiné-Bissau, Cabo-Verde e São Tomé e Príncipe conheceram emissões regulares de rádio na década de quarenta. Este meio de comunicação tornou-se principalmente apreciado nas regiões urbanas e emitia em português e línguas locais. A polícia política da ditadura tinha pouca capacidade para controlar os conteúdos das emissões, e as programações começaram a incluir música e cantores africanos apreciados pelos *naturais da terra*. Foram também treinados e integrados locutores que faziam os programas para públicos não-falantes de português (Gonçalves, 1966)

### **A consolidação dos sistemas mediáticos no Espaço Lusófono**

O período que medeia os finais da década de cinquenta às independências dos países sob dominação portuguesa (1974/1975) corresponde à expansão da educação no Brasil, em Portugal e nos territórios portugueses coloniais. Para este fenómeno contribuíram as políticas nacionais em Portugal e no Brasil e no caso das colónias portuguesas as pressões internacionais da ONU que levaram à reestruturação da política ultramarina na década de cinquenta. Ressaltamos neste contexto a *Casa dos Estudantes do Império*, fundada em Lisboa em 1944, que se tornou um centro de efervescência política, literária e jornalística, congregando os estudantes vindos das colónias e a maioria dos futuros líderes das independências africanas.

A reforma da educação em Portugal e no Ultramar coincidiu com uma nova estratégia da ditadura inspirada nos estudos do sociólogo brasileiro, Gilberto Freyre, nas ideias de *Lusotropicalismo*<sup>8</sup> e *da colonização portuguesa como excepção*<sup>9</sup> que vieram revitalizar a ideologia colonial.

7. Cfr: Loforte, L. (2007) *Rádio Moçambique: Memórias de um doce calvário*, Maputo: Edição do Autor.

8. *Lusotropicalismo* é o nome da civilização iniciada pelos portugueses no século XV nos Trópicos, fundada no carácter de união entre simbiótico da união entre o português e o trópico, fundada no conhecimento de experiência feito (Cfr: Freyre, G. (1960) "Integração portuguesa nos trópicos" In: Freyre, G. "Uma política transnacional de cultura para o Brasil de hoje". Belo Horizonte: *Revista Brasileira de Estudos Políticos* / Faculdade de Direito da Universidade de Minas Gerais: 65 – 117).

9. Cfr: Pinto, J. da Costa (2009) "Gilberto Freyre e o Lusotropicalismo como ideologia do colonialismo português: 1951-1974", *Revista da UFG*, Junho de 2009, Ano XI, nº6: 145- 160 (acedido a 26/03/2010) ([www.proec.ufg.br/revista\\_ufg/junho2009/gilbertofreire.pdf](http://www.proec.ufg.br/revista_ufg/junho2009/gilbertofreire.pdf))



A Emissora Nacional (EN), que se expandiu progressivamente para as colónias, teve um papel cultural agregador na formação de públicos específicos para a música sinfónica, o teatro e o entretenimento em geral (Ribeiro, 2005). Foi igualmente determinante o seu papel na constituição de um “star system” mediático português, que envolvia não só o continente como as colónias. Surgiram muitos artistas e atores portugueses e originais dos territórios colonizados que circulavam em todos os espaços de língua portuguesa, incluindo no Brasil onde residiam três milhões de portugueses e seus descendentes. Os movimentos musicais brasileiros, como a *Bossa Nova* e o *Tropicalismo* informaram a cultura juvenil dos anos sessenta e início dos setenta, e constituíram referências para as “músicas de protesto” em Portugal e nos territórios africanos. Os músicos e humoristas brasileiros, Vinícius de Moraes, Mariza e Juca Chaves faziam espetáculos em Portugal ao vivo, na rádio e na televisão pública (iniciada em 1957). As publicações dos livros brasileiros da *Editora Dois Mundos* de Porto Alegre (Rio Grande do Sul, Brasil) e as publicações da *Editora Abril* circulavam em todo o país, incluindo os territórios sob dominação colonial. Nos anos cinquenta apesar de censurado, o teatro, a revista e o cinema adquiriram grande dinamismo e faziam parte do consumo cultural das classes médias urbanas, na metrópole mas também nos territórios africanos, existindo em todas as cidades e casas de espetáculos (Dionísio, 1994).

No mesmo período, floresceram as indústrias culturais brasileiras, com o avanço da alfabetização, a industrialização e o crescimento da classe média. Entre os anos cinquenta e setenta a indústria editorial, a rádio — principalmente através do programa Repórter Esso<sup>10</sup> — estende-se a todo o território expandindo e promovendo a música popular brasileira (MPB), que se torna um conteúdo de grande impacto no mundo de língua portuguesa. A televisão inicia-se na década de cinquenta com a TV Tupi (1950), TV Excelsior, criando sinergias entre conteúdos: literatura, divulgação de arte e história, histórias em quadrinhos, banda desenhada, espetáculos de música popular,

10. O programa “Repórter Esso”, apoiado pela empresa Esso, teve início em 1 de Abril de 1951 e só foi extinto em 31 de dezembro de 1970. Tornou-se o programa de rádio mais escutado no Brasil. (Cfr: Klockner, L. (2008) *A Síntese mundial que fez história*, Porto Alegre: EDIPUCRS.

publicidade, discografia, concursos na rádio e na televisão, programas de humor e telenovela. Apesar da ditadura militar (1968-1985), da censura (Ato Institucional nº5) e do controlo das televisões próximas ao regime, o panorama mediático brasileiro diversificou-se profundamente. A Rede Globo de televisão apoiada pela americana *Time Life* torna-se o maior produtor de conteúdos de ficção seriada televisiva (séries e telenovelas) que escaparam frequentemente à censura da ditadura e se tornaram os conteúdos mais consumidos no Brasil.

A televisão em Portugal e nos territórios africanos foi sempre um projeto temido pela ditadura. Com o início das emissões, em 1956, a RTP1 teve uma cobertura limitada do território continental português, uma filosofia direcionada para “as famílias”, apesar de serem poucas as que tinham capacidade económica para aceder a tal dispositivo. As emissões diárias eram limitadas a um certo período do dia e compreendiam a informação — vigiada pela censura até ao final da ditadura — teatro, festivais de música, séries maioritariamente inglesas e programas para crianças. Após a morte de Salazar e durante a vigência do governo de Marcelo Caetano, a “primavera marcelista” aceitou a diversificação dos formatos e géneros televisivos, nomeadamente a introdução de concursos e programas de auditório. O projeto da Rádio Televisão Portuguesa de Angola só teve os seus planos aprovados na véspera da independência.

Nos territórios africanos, nomeadamente em Angola, Moçambique e Cabo-Verde nascem múltiplos projetos empresariais editoriais e radiofónicos, na contracorrente da eclosão das lutas de libertação, mas acompanhando os investimentos realizados, bem como o aumento da população europeia e da escolarização dos naturais dos territórios. Estes investimentos são públicos e privados e envolvem a publicação de escritores originais desses países como Luandino Vieira, Pepetela, José Craveirinha e outros, cuja literatura constitui uma denúncia das iniquidades do sistema e da guerra colonial.

As décadas de setenta e oitenta apresentam uma grande diversidade de percursos no campo dos sistemas políticos e mediáticos no Espaço Lusófono, onde coabitam múltiplos modelos e orientações. Após os anos de ajustamento que se seguiram à revolução de abril de 1974, Portugal entra definitivamente num sistema democrático e pluralista. O mesmo percurso seguiu o Brasil, após o final da ditadura no início dos anos oitenta, com a restauração da democracia e a instauração de um sistema presidencialista e multipartidário. Os países africanos que conquistaram a independência após a derrocada do império colonial constituíram-se em repúblicas populares de partido único e inspiração comunista.

Como referem Siebert, Peterson, Schram (1956) as formas de organização política refletem-se na conceção que cada país tem da liberdade de imprensa e podem ser agregadas em quatro teorias (normativas) que informam a relação entre sistema político e a imprensa — Teoria Autoritária, Teoria da Liberdade de Imprensa, Teoria do Comunismo Soviético e Teoria da Responsabilidade Social. McQuail (2000), por sua vez, considera que estes relacionamentos se sistematizam na Teoria Autoritária, da Responsabilidade Social, na Teoria do Desenvolvimento ou Modernização e na Teoria da Participação Democrática.

Partindo destes referentes, Portugal e o Brasil oscilam entre a liberdade de imprensa e a responsabilidade social, num mercado cada vez mais desregulado e concorrencial, se bem que mantendo resquícios de “censura e corporativismo”. Se em Portugal os anos pós revolução de Abril de 1974 trouxeram inicialmente nacionalizações, num segundo momento, foi estabelecido um quadro legislativo conducente à normalização democrática e à compatibilização do sistema mediático às exigências da integração europeia (Mesquita, 1994). O sistema público mediático continuou a ter o monopólio da televisão (RTP1 e RTP2) e grande presença na rádio e na imprensa. Na década de oitenta, títulos de imprensa estatizada foram encerrados e nasceram novos projetos, como o semanário *O Independente* (1988). Progressivamente

surtem projetos privados na rádio, para além dos da Igreja Católica, que começaram, em muitos casos, como “rádios piratas” ou “rádios livres” refletindo a inexistência de legislação para o sector.

No Brasil há uma grande clivagem entre a década de setenta e oitenta. A primeira década compreende a ditadura dos generais, mantendo-se em vigor a censura, por meio do AI-5 (Ato Institucional nº5), com perseguições a jornalistas e meios de comunicação. No entanto, e contraditoriamente, os anos setenta determinam a consolidação da indústria de conteúdos brasileira e a criação de um mercado de exportação global, com grande penetração no Espaço Lusófono. Os anos setenta correspondem, também, à consolidação do Grupo Roberto Marinho, detentor de jornais e da Rede Globo de televisão, transmissora em rede de afiliados por todo o país. A ditadura confiou na Globo para afastar as populações dos movimentos políticos mais radicalizados, mas foi, também através da Globo e dos seus produtos de massa, como as telenovelas e as séries, que se discutiu no espaço público as grandes questões políticas nacionais, como a reforma agrária, as desigualdades sociais e o estatuto da mulher (Lopes, 2006). Consolidam-se, igualmente, outras redes nacionais de televisão, como a Manchete, Bandeirantes e SBT. A explosão das televisões tem um efeito multiplicador nas indústrias de conteúdos e na publicidade, alimentando a indústria discográfica, o cinema e a editoração.

Na argumentação que apresentamos relativamente aos anos setenta e oitenta em África, consideramos que o fim do sistema colonial português resultou na passagem de um sistema autoritário e ditatorial — que tinha raízes no século XVI e no estado monárquico de poder absoluto — para um outro regime de orientação totalitária. Este novo regime de inspiração marxista reforçou determinadas características da ditadura colonial, como a propaganda e a informação de carácter ideológico, ao mesmo tempo que instalou os princípios de partido único. Sobrepuseram-se, deste modo, até meados da década de oitenta, nos sistemas mediáticos dos países africanos do Espaço Lusófono, duas heranças: a ditatorial salazarista e a de inspiração comunista, às quais, e por atuação das igrejas e de organizações

não-governamentais se juntaram esforços desenvolvimentistas. As duas décadas a que nos referimos correspondem à estatização dos principais órgãos de comunicação da imprensa e da rádio que eram domínio do estado colonial e o estrangulamento político e financeiro da iniciativa privada. Surgem assim os jornais de Angola e de Moçambique e o *Voz di Povo* do PAIGC (Partido para a Independência da Guiné e Cabo-Verde) e alguns títulos de jornais de iniciativa privada mantidos por jornalistas independentes. As rádios nacionais, controladas pelos partidos únicos, têm também um papel importante. Por um lado difundindo propaganda ideológica, por outro criando a unidade do território. Estas rádios emitem em português mas também em línguas nacionais e desenvolveram uma componente educativa, nomeadamente de apoio à saúde materno-infantil. As igrejas, com destaque para a Igreja Católica, conseguiram manter em funcionamento as suas emissoras, constituindo vozes — ou a voz, como em Angola — alternativas à informação e propaganda dos partidos únicos. Num clima de guerra civil, as rádios dos partidos de oposição, emitiram em línguas tradicionais e português para Angola e Moçambique, criando novos públicos e difundindo conteúdos locais em diversas línguas. No final da década de setenta, início da década de oitenta, iniciam-se os processos de implementação das televisões nacionais, entregues a membros do partido único e sujeitas a vigilância apertada nos conteúdos. Começam por emitir nas capitais e em função da situação de guerra, dos orçamentos, das tecnologias e dos profissionais disponíveis alastram a outras cidades e províncias.

### **A consolidação do mercado no Espaço Lusófono**

Na década de noventa e início do milénio acelera-se o processo de globalização financeira e económica, após a derrocada da União Soviética, e em consonância com a expansão das tecnologias de informação e comunicação. A democracia, independentemente das práticas, tende à universalização e os sistemas mediáticos abrem-se de uma forma geral aos mercados. Os sistemas políticos tornam-se progressivamente mais dependentes dos *media* e desenvolvem estratégias diversificadas de coabitação (Esser & Pfetsh, 2004). O mercado mediático diversifica-se em todo o mundo em função da

massificação e barateamento das tecnologias de informação e comunicação e do acesso generalizado às redes digitais (Castells, 2004). Enquanto na década de noventa estas mudanças se desenrolam a um ritmo moderado, no início do século XXI intensifica-se globalmente a pressão e o ritmo.

Para compreender este contexto lembramos alguns aspetos políticos, tecnológicos e económicos. Entre os fatores políticos salientamos a adaptação das leis nacionais a enquadramentos regionais<sup>11</sup>, bem como os desafios determinados pelas tecnologias de informação e comunicação, nomeadamente no que toca à utilização de satélites, fibra ótica e convergência de dispositivos mediáticos. No que respeita aos fatores económicos assinalamos a entrada em redes de comércio globalizadas, o desenvolvimento dos mercados internos, da sociedade de consumo e da publicidade.

Convém referir que consideramos que cada país constitui um sistema mediático na medida em que envolve um conjunto de instituições, empresas e organismos que tendo os *media* como centro de interesses, atuam em atividades de informação, comunicação e telecomunicações. Assumimos, também, que os sistemas mediáticos interagem com poderes políticos, económicos e culturais, tanto ao nível global, como nacional, regional e local. A abertura ao mercado e a liberdade de expressão é consagrada nas constituições, mas o controlo político e as práticas adotadas diferem de país para país.

Sublinhamos que nos sistemas mediáticos os sectores públicos se caracterizam por ter o Estado (ou empresas do Estado) como gestor, o que implica nomeações em consonância com os interesses dos partidos que se encontram no governo. O sector depende, também, da transferência de recursos públicos, advindos do orçamento geral do Estado, ou da cobrança de uma taxa específica. Em determinadas circunstâncias há limites à publicidade comercial, em outros casos prevalece a publicidade institucional e do Estado

11. Por exemplo: Portugal deve obedecer a determinadas diretivas da legislação europeia. No Brasil há determinadas diretivas comuns aos Estados do Mercosul. Em Moçambique salientam-se as orientações comuns aos países que constituem a Comunidade Para o Desenvolvimento da África Austral, SADC.

ou ainda publicidade cidadã. A filosofia do sector público, em todos os casos, privilegia o cidadão — mesmo quando há controlo do partido do governo — e as ações de informação, educação e entretenimento. Neste último aspeto salientam-se as experiências inovadoras da TVE, Brasil (Televisão Educativa do Brasil) no sentido de apresentar novos produtos e criar novos públicos. É também de referir a aposta portuguesa no desenvolvimento do cinema para televisão. Em Angola e Moçambique as televisões públicas têm dificuldades em cobrir o espaço nacional e ensaiam, nesta segunda década do segundo milénio, novos projetos, com especial relevância para a música nacional.

O sector privado encontra-se enquadrado, em todos os países, por legislação apropriada. Conforme referimos anteriormente são as práticas que alteram a forma de atuação do sector privado, nomeadamente aquelas que advêm da cultura política. Em princípio a legislação que orienta as concessões de atuação nos *media* a privados, prevê, em todos os países, um mercado aberto, mas a generalidade dos países que constituem o sistema mediático lusófono, contemplam restrições limitando a participação de empresas estrangeiras a uma determinada percentagem do capital, ou obrigando a parcerias com empresários locais. Em países em que o partido do governo domina o sector público, o mercado mediático tem-se expandido à conta da importação de conteúdos, nomeadamente as telenovelas brasileiras e os filmes americanos. A produção nacional é limitada a programas de auditório, concursos e espetáculos. Salientamos que em Angola, começa a despontar, na segunda década do milénio, uma indústria de conteúdos para televisão direcionada para a ficção.

Sintetizamos em seguida, alguns dos aspetos mais relevantes, lembrando que em Portugal foi na década de noventa que se abriu o mercado televisivo aos operadores privados de televisão SIC (Sociedade Independente de televisão, 1992) e TVI (Televisão da Igreja, posteriormente Televisão Independente, 1993). Esta abertura provocou sinergias no campo dos *media*, com o nascimento de novos títulos de imprensa (jornais e revistas) e rádios, bem como no aumento da publicidade e de profissionais envolvidos. O grupo público dos *media* (RTP) inaugura ainda na década de noventa, a RTP África,

um canal direcionado para os países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP) e mais tarde a RTP Internacional, para os portugueses e falantes de português na diáspora. Com o início do milénio os grupos mediáticos portugueses sofrem alguma concentração e entrada de capitais estrangeiros, nomeadamente espanhóis e angolanos. Pressionada pelos meios digitais a imprensa vê a sua oferta reduzir em títulos e em leitores. Surgem os jornais gratuitos e aumenta a dinâmica das revistas especializadas. As rádios e a imprensa regional mantêm um nicho de mercado muito identificado a determinados segmentos da população. Os grandes grupos detentores de televisão aberta são por toda a década o grupo Rádio e Televisão de Portugal (RTP, do Estado) que possui os dois canais públicos abertos, a RTP1 e a RTP2; o grupo IMPRESA, Sociedade Gestora de Participações Sociais, detentora da SIC e o Grupo Media Capital SGPS, que incorpora a TVI. Todos estes grupos operam também no cabo, mantendo canais pagos temáticos, nomeadamente dedicados à informação. O progressivo contexto de restrições financeiras que têm acompanhado esta década refletiu-se na discussão sobre o sector público dos *media* e na conseqüente diminuição do seu peso e oferta. Nas televisões privadas as medidas de controlo da despesa implicaram despedimentos, salários mais baixos, concentração de redações e estratégias de barateamento na oferta de conteúdos, inclusivamente na oferta informativa.

Dadas a instabilidade política e ao recrudescimento da guerra civil, a década de noventa em Angola não regista grandes mudanças do panorama mediático, apesar da promulgação da lei da liberdade de imprensa (15 de junho de 1992). O partido do governo (MPLA) controla o *Jornal de Angola*, a *Rádio de Angola* (que é escutada em todas as províncias) e a *Televisão de Angola* (TVA). A aprovação da lei da Liberdade de Imprensa e as eleições de 1992, criaram expectativas de liberalização política e foram criados semanários como o *Correio da Semana* e *Comércio Actualidade*. A rádio do partido da oposição (UNITA) começou, então, a emitir a partir de Luanda, circulando também o jornal *Terra Angolana*. Surgem projetos alternativos como a *Folha 8*, o *Imparcial Fax* — fechado após a morte do editor, o jornalista Ricardo Melo — e, posteriormente o *Actual Fax*, que originou o semanário *Actual*.



O reinício da guerra não impede a reabertura da *Rádio Igreja*, rádio da Igreja, em 1997, e o surgimento dos semanários *Agora*, o *Angolense* e o *Independente*, todos em Luanda. Após a assinatura do Acordo de Paz, em 2002, o sistema mediático readquire uma nova configuração, mantendo-se o sector público, mas ganhando novo dinamismo o sector privado, com a entrada de grupos estrangeiros. Salientamos assim o Grupo *Media Nova*, que envolve o semanário *Económico*, *O País*, *Exame Angola*, *SociJornal*, *Radio Nova* e *TV Zimbo*; o Grupo *Newshold*, detentora do *SOL Angola*, de participação na *SIC Internacional* e na *SIC Notícias*. São também presença em Angola, a *Globo* e a *Record*, bem como a *RTP África* e *Internacional* que se encontram integrados em pacotes oferecidos pelas empresas de telecomunicações, como a *UAU TV* e a *Zap TV*. O sector público tem igualmente diversificado a oferta, da qual salientamos a *TV online*, dirigida fundamentalmente para a diáspora angolana.

O percurso do sistema mediático moçambicano foi diferente de Angola, na medida em que não assistiu a um retrocesso provocado pelo retomar da guerra, após a aprovação da legislação sobre a liberdade de imprensa (1991). As rádios sempre foram o meio com maior acesso à população, destacando-se a *Rádio de Moçambique* com as suas delegações em todas as províncias e relações com grande número de rádios comunitárias, com as quais atua em rede. Salientamos também as rádios religiosas e as comunitárias, financiadas por organizações não-governamentais que privilegiam conteúdos de apoio ao desenvolvimento, como saúde, alimentação, educação. Para além destas marcam presença as rádios públicas europeias, como a *RDP-África*, a *RFI* (Rádio França Internacional) e a *BBC África*.

Após a aprovação da legislação sobre liberdade de imprensa, em 1991, nasceu a cooperativa *Mediacop*, um projeto de jornalistas independentes, que veio a impulsionar a fundação do semanário *Savana*, bem como a distribuição do *MediaFAX* em 1992 — que constituíam folhas A4, distribuídas por Fax, via Maputo para muitas outras cidades moçambicana — e a criação de outros títulos decorrentes da atividade privada dessa década como o *Imparcial*, o *Popular* e o *Semanário Expresso*. Na década de noventa e até

ao momento a legislação que regula a liberdade de imprensa e o mercado dos *media* em Moçambique, tem vindo a ser revista e atualizada no seguimento dos apelos dos profissionais e dos operados. Se durante a década de noventa a TVM dominava o espectro mediático e as ofertas internacionais via satélite ficaram confinadas à TV África, e a emissões da BBC e da África do Sul, a segunda década do milénio assistiu a uma explosão de ofertas, proporcionada por novas tecnologias, mas também pelo aumento da demanda e de consumo. Fazem parte da actual oferta televisiva os canais públicos Televisão de Moçambique (canal público de Moçambique) e RTP-África (canal público português), os canais privados de inspiração religiosa, como a Televisão Miramar e a TV Maná Moçambique, e os restantes canais privados como SOICO Televisão, Televisão Independente de Moçambique, ECO TV e Gungu TV (Miguel, 2013).

No Brasil a década de noventa e o início do milénio trouxeram uma grande alteração ao panorama mediático nacional. Primeiramente porque aumentaram as concessões de canais de rádio e televisão em todos os estados da federação brasileira, dando origem a grupos regionais, apoiados frequentemente em atividades político-partidárias. Por outro lado, os governos presidenciais da década de noventa procuraram incentivar as televisões educativas ao mesmo tempo que privatizaram as empresas de telecomunicações. As grandes redes de televisão formadas pela Rede Globo, SBT, Bandeirantes, Manchete, Record e Central Nacional de Televisão (CNT) atingem mais de 97% de audiência total, sendo que as restantes audiências se distribuem entre as emissoras educativas e segmentadas (MTV, Rede Mulher, rede Vida, etc.). Contudo a adesão dos espectadores brasileiros ao cabo e às assinaturas de pacote não supera os 25%. Com vista a proteger as empresas de conteúdos brasileiras e a impedir o domínio dos conteúdos de ficção estrangeiros (principalmente norte-americanos) foi aprovada uma nova legislação em 2012 no sentido de proteger a produção nacional e a regular os conteúdos na oferta feita por cabo. Convém ainda notar que a rádio continua, em grande parte dos estados da federação brasileira, o grande meio de comunicação. Em segundo lugar, observamos que a grande impren-

sa de âmbito nacional brasileira, como a *Folha de São Paulo*, o *Estado de São Paulo*, *O Globo*, têm feito um grande investimento na migração para o digital e na digitalização de conteúdos, ao que não é estranho o fenómeno de implosão das redes sociais a partir dos meados da primeira década do milénio.

Neste período, registamos um movimento intenso de concentração no Espaço Lusófono, com as empresas mediáticas brasileiras Globo e Record a expandiram-se para Portugal e para os países africanos de língua portuguesa. O mesmo percurso segue a SIC e a TVI, acompanhando a RTP África e Internacional. Ao mesmo tempo os capitais angolanos entram nas empresas mediáticas portuguesas, tal como a *Newshold* que adquiriu parte do semanário *Sol* e expandiu os seus interesses para a Imprensa e para o grupo Cofina.

## **Conclusões**

Sistematizando as quatro dimensões comparativas propostas por Hallin & Mancini (2004, 2010 e 2011) nos diversos períodos analisados, sublinhamos que num primeiro momento (século XVI a XVIII) o Estado controla de forma absoluta a produção e os conteúdos, com algumas “brechas”, nomeadamente nos territórios da Índia e do Brasil, resultantes das condicionantes políticas e de iniciativas individuais. O Estado vigia as licenças de publicação e os conteúdos, atuando, muitas vezes, em conjunto com a Igreja. Salientamos, contudo, que alguns dos seus membros, integrantes de ordens religiosas, se destacam pelas tentativas de aproximação às populações, produzindo obras de interesse público (por exemplo, cartilhas e dicionários) e denunciando situações de abuso, através do uso de meios de comunicação disponíveis, tais como sermões e epístolas. Na dimensão “sistema político”, estes séculos caracterizam-se por um Estado centralizado e colonial, que dada a sua dispersão geográfica, permite a alguns dos seus agentes alguma autonomia e iniciativa. Esta dispersão geográfica e a necessidade de informar e comunicar são, malgrado a centralização, fatores que impulsionam o nascimento de meios de comunicação. Na dimensão “profissionalismo”, destacamos a existência de dois grupos de profissionais altamente especializados, os fun-

cionários da coroa e os religiosos. Estes profissionais pertencem às duas únicas instituições autorizadas e possuidoras de capacidades técnicas de produção e divulgação de conteúdos. Na dimensão “mercados” podemos afirmar que estes séculos assistem a uma crescente demanda por conteúdos, não só na metrópole, como nas colónias. Este interesse tem que ser enquadrado nas revoluções liberais e nos movimentos de independência da América Latina, bem como na ideia defendida por Anderson (1983) da imprensa como formadora da nação como “comunidade imaginada”.

Com a promulgação das repúblicas, no Brasil (1891) e em Portugal (1910) os sistemas políticos do Espaço Lusófono sofrem grandes mudanças, embora a liberdade de expressão continuasse condicionada por processos de censura política e económica, que se agravaram com a ditadura em Portugal (1926-1974) e com os períodos autoritários e de ditadura militar no Brasil (entre 1937 e 1945 e de 1964 a 1985). É neste período que os sistemas mediáticos destes países se autonomizam: enquanto em Portugal o Estado controla os *media* com base no princípio de “interesse público”, no Brasil a atividade é deixada ao mercado e à iniciativa privada, se bem que vigiada pelo Estado. Ressaltamos em Portugal a atividade da Emissora Nacional (EN) e a sua difusão pelas colónias (Ribeiro, 2005), bem como a emergência de jornais e de rádios nos territórios da Índia e África, decorrentes de atividades individuais ou de grupos de interessados. Paulatinamente a ditadura salazarista procurou enquadrar a atividade destes meios, censurando-os e vigiando-os. No mesmo período diversificam-se os atores do campo dos *media*, com uma progressiva profissionalização adquirida pelo exercício de ofício ou advinda das áreas da literatura e da cultura. No Brasil o mercado dos *media* dinamiza-se com a adoção do modelo norte-americano, importação de tecnologias e os investimentos em escala, como por exemplo a *Diários Associados* de Assis Chateaubriand. Em todo o Espaço Lusófono, com a progressiva alfabetização e a melhoria de alguns indicadores económicos e sociais, surgem novos públicos para a imprensa e para as revistas literárias, mas é a rádio que se torna progressivamente o grande meio de comunicação e informação.

Salientamos que o sistema colonial português reforçou a ideologia “lusotropicalista” e os mecanismos de controlo sobre os conteúdos dos meios de comunicação. No entanto, a música e a literatura, com o apoio da rádio e da imprensa, consagram-se como instrumentos de luta pela democracia em todo este espaço. A rádio é o grande instrumento de massificação abrindo portas a empresas especializadas em editoração, música, espetáculos e outros conteúdos. A publicidade começou a ganhar terreno nos meios de comunicação de iniciativa privada. Este processo, que não é homogéneo a todos os territórios, tem em comum a multiplicação, diversificação e massificação dos públicos e o aumento de consumo de produtos mediáticos.

Nos finais da década de setenta, e até aos anos oitenta do século passado, em Portugal e no Brasil, com o final das ditaduras, inicia-se a democratização dos sistemas políticos e o reenquadramento legislativo do sistema mediático. Em Portugal após a revolução do 25 de Abril de 1974, e os anos conturbados que se seguiram, os partidos e os interesses políticos organizaram-se fazendo aprovar legislação compatível com as orientações da UE e os interesses políticos locais (Martins & Pinto, 1998). No Brasil o processo de democratização naturalizou os partidos advindos da ditadura e deu espaço a novas formações partidárias. O sistema mediático público em Portugal preparou-se para a desregulamentação do mercado e no Brasil aumentaram as concessões de meios de comunicação a políticos e a interesses económicos organizados (Mattos, 2002; Gomide & Haje, 2013). Nestes dois países do Espaço Lusófono, o mercado mediático complexificou-se, expandiu-se nos territórios nacionais e diversificou-se com a incorporação de novas tecnologias. O Brasil começou a exportar conteúdos: música e produtos de ficção. Os públicos massificaram-se e tornaram-se mais exigentes.

Em Angola, Moçambique, Guiné-Bissau/Cabo-Verde, as independências do final da década de setenta originaram sistemas políticos de partido único, a estatização da informação, o fim da atividade privada e a perseguição a jornalistas independentes. Em todos estes países tem início as televisões nacionais. O Estado tem um papel controlador de orientação marxista, não existe atividade de mercado e os profissionais encontram-se enquadrados

pelos partidos únicos. O sistema mediático destes países sofre uma enorme contração, com o encerramento dos meios privados, perseguição a jornalistas e restrições à liberdade de expressão.

Com o desmoronar do bloco soviético no final da década de oitenta e início da de noventa, os sistemas mediáticos do Espaço Lusófono reconfiguram-se numa perspetiva de abertura ao mercado, mas mantendo especificidades inerentes às condicionantes históricas, políticas e económicas. Assim, podemos caracterizar sistemas mediáticos em que o sector público e privado partilham o mercado (por exemplo em Portugal), ou um sistema mediático em que o sector privado domina o mercado e a presença do público é residual (por exemplo, no Brasil). Nos países como Angola e Moçambique o sector público, vinculado aos partidos do poder, mantém controlo sobre a informação, e o sector privado encontra-se concessionado a figuras afetas ou próximas ao regime político. De uma maneira geral a última década do século vinte, acompanhando as progressivas democratizações dos regimes, caracteriza-se por um enfraquecimento progressivo do papel dos estados no campo dos *media*, com exceção para o Brasil, que promulga legislação reguladora e cria as televisões educativas. É comum a todos os países a expansão do mercado mediático, com o aumento do número de operadores privados e de proventos associados a atividades, como a publicidade. Diversifica-se o perfil e as capacidades dos profissionais, bem como o mercado de formação profissional e as funções que podem pleitear num campo em que as tecnologias de informação e comunicação se tornam centrais. Em países de mercado mais complexo e tecnologicamente mais diversificados, como o Brasil e Portugal, observamos uma maior flexibilidade, rotatividade, precarização e feminização da atividade, enquanto em Angola, Cabo-Verde e Moçambique, a aposta formativa está muito vinculada ao jornalismo, à assessoria política e à comunicação organizacional.

Em conclusão e como aponta Hallin e Mancini (2011), no Espaço Lusófono as origens culturais e políticas dos sistemas mediáticos de cada país determinam a sua configuração. No entanto, podemos atribuir a todos estes sistemas algumas características comuns, como seja, na perspetiva política a tendên-

cia para a intervenção dos governos no campo dos *media* e a consequente censura e atentados à liberdade de expressão. Ainda dentro do campo político observamos que há em todos os países uma elevada interdependência entre os interesses políticos, financeiros e a propriedade das telecomunicações e dos grupos *media*. Esta realidade pode ser aferida a partir das concessões, das compras de empresas públicas e de fusões empresariais relacionadas com os *media*. A opacidade e falta de transparência quanto à propriedade é uma constante em todos os países do Espaço Lusófono (Salgado, 2008; Figueiras & Ribeiro 2013). Em simultâneo verificamos que há uma circulação de capital e de interesses face às telecomunicações e aos *media* no interior deste espaço, nomeadamente entre Angola, Brasil e Portugal, com relevância para o trânsito de Angola para Portugal.

## Referências

- Alexandre, V. (2005). O Imperio Colonial. In: Pinto, A.C. (eds.). *Portugal Contemporâneo*. Lisboa: D. Quixote.
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Boxer, C. (1969). *The Portuguese Seaborne Empire: 1415-1825*. London: Rondon House.
- Boxer, C. (1977). *Relações raciais no Império Colonial Português 1415-1825*. Porto: Afrontamento.
- Castells, M. (2004). *A Galáxia internet: reflexes sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (1966). *The Rise of the Network Society*. London: Blackwell Ed.
- Costa, M. C.C. (2010). *Teatro e Censura – Vargas e Salazar*. São Paulo: EDUSP/FAPESP.
- Dionísio, M. E. (1994). As práticas culturais. In: *Portugal 25 Anos de Democracia*. Lisboa: Círculo dos Leitores, pp. 447-487.
- Esser, F. & Pfetsch, B. (2004). *Comparing political communication: theories, cases and challenges*. Cambridge: University Press.
- Ferreira, M. (1987). *Literaturas africanas de expressão portuguesa*. São Paulo: Ática.

- Figueiras, R. & Ribeiro, N. (2013). New Global Flows of Capital in Media Industries after the 2008 Financial Crisis: The Angola-Portugal Relationship. *The International Journal of Press/Politics*: 18 (4), pp. 508-524.
- Freudenthal, A. (2001). A Voz de Angola em tempo de *Ultimatum*. *Revista de Estudos Afro-Asiáticos*. 23 (1), pp. 135-169.
- Gomide, C & Haje, L. (2013). Brasil: algumas conquistas: grandes desafios. In: *Políticas de comunicações: um estudo comparado*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 32- 77.
- Gonçalves, J.J. (1966). *A informação na Guiné, Cabo-Verde e em São Tomé e Príncipe*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas Ultramarinas.
- Hallin, H. & Mancini, P. (2004). Americanization, Globalization, and Secularization: Understanding the Convergence of Media Systems and Political Communication. In: Esser, F. & Pfetsch, B. (eds.). *Comparing political communication: theories, cases and challenges*. Cambridge: University Press, pp. 3- 44.
- Hallin, H. & Mancini, P. (2010). *Sistemas de media: Estudo Comparativo: três modelos de comunicação e política*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Hallin, H. & Mancini, P. (2011). *Comparing Media Systems beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hohlfeldt, A. (2008). Imprensa das colónias de expressão portuguesa. VI *Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo: SBPJor.
- Hohlfeldt, A. et al. (2009). A imprensa das colónias de expressão portuguesa: primeira aproximação. *Comunicação & Sociedade*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 51, pp. 135-154.
- Lopes, M.I.V. de (2006). Televisões, nações e narrações: reflexões sobre as identidades culturais em tempos de globalização. In: Martins, M.; Sousa, H. & Cabecinhas, R. (2006) (orgs.). *Comunicação e lusofonia*. Porto: Campo das Letras, pp. 143-153.
- Lopo, J. C. (1964). *Jornalismo de Angola: subsídios para a sua história*. Luanda: Centro de Informação e Turismo de Angola.



- Martins, H. & Pinto, A.C. (1998). *Portugal e a unificação europeia*. Lisboa: Cosmos.
- Martins, M., Sousa, H. & Cabecinhas, R. (2006) (orgs.). *Comunicação e lusofonia*. Porto: Campo das Letras.
- Mattos, S. (2002). *História da televisão brasileira: uma visão económica, social e política*. Petrópolis: Vozes.
- McQuail, D. (2000). *Teorias da Comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Gulbenkian.
- Mesquita, M. (1994). Os meios de comunicação social. In: *Portugal 25 Anos de Democracia*. Lisboa: Círculo dos Leitores, pp. 360-405.
- Miguel, J. (2013). *Economia Política da Televisão Moçambicana*. Maputo: CEIC.
- Moreira, A. (1952). *As Elites do Ultramar*. Lisboa: Junta de Investigações do Ultramar.
- Neves, J. A. das (1969). Pero Vaz de Caminha, Poeta e Repórter. Lisboa: Ed. Império, *Separata da Revista Ocidente*, n. 76.
- Oliveira, R. S. de (2015). *Magnificent and beggar land: Angola since the civil war*. Oxford: Hurst.
- Oliveira Marques, A. (1977). *História de Portugal*, 2 vols. Lisboa: Palas Ed.
- Ortiz, R., Borelli, S.H.S.& Ramos, J.M.O. (1989). *Telenovela: História e Produção*. São Paulo: Brasiliense.
- Pfetsch, B. (2010). Political Communication in a Globalized World Challenges for Contemporary Media Systems Analysis. *Revista Media & Jornalismo*, nº 17 (9) 2, pp. 31-40.
- Ribeiro, N. (2005). *A Emissora Nacional nos primeiros anos do Estado Novo: 1933-1945*. Lisboa: Quimera/Bond.
- Rocha, I. (2000). *A imprensa de Moçambique*. Lisboa: Livros do Brasil.
- Salgado, S. (2011). O digital entre os muitos divides de África. *Revista Media & Jornalismo*, 18 (10), pp. 100-111.
- Santilli, M. A. (1985). *Estórias Africanas: historia e antologia*. São Paulo: Ática.

- Siebert, Peterson, T., & Schram, W. (1956). *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Illinois: University Illinois Press.
- Tengarrinha, J. M. (1965). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Lisboa: Portugália Editora.

## **O CONTRIBUTO DOS ESTUDOS NARRATIVOS PARA A COMPREENSÃO DA FICÇÃO NARRATIVA DO SÉCULO XXI**

Ana Teresa Peixinho  
subdir.anapeixinho@fl.uc.pt

### **Era uma vez...**

Em outubro de 2011, estreou nos Estados Unidos uma série televisiva que rapidamente conquistou espectadores por todo o mundo ocidental. Trata-se da série *Once Upon a Time*, traduzida para português como *Era uma Vez*, da autoria de Edward Kitsis & Adam Horowitz, inicialmente transmitida pela cadeia norte-americana ABC. Quer em termos de audiências, quer em termos de sequencialidade, teve um impacto assinalável, coadjuvado pela opinião dos críticos de renome do mercado. Vai, no momento, na sua quarta temporada e tem mantido, quer nos EUA, quer em países para onde foi exportada, inicialmente em canal fechado, os níveis de audiência estáveis<sup>1</sup>. Entretanto, deu já origem a desdobramentos em outros produtos mediáticos: um livro – *Reawakened* –, inspirado na primeira temporada, da autoria de Odette Beane, traduzido no Brasil com o título *Despertar*; uma banda-desenhada – *Once Upon a Time: Shadow of the Queen* – lançada em formato digital e papel, em 2013, e

1. Dados recolhidos na Metacritics, reconhecido site americano que avalia a qualidade dos produtos ficcionais mediáticos, quer com base nas críticas, quer com base na opinião dos consumidores. A série *Once Upon a Time* tem 66 pontos em 100, no que respeita à crítica da especialidade, e 7,8 em 10, no que concerne a revisão dos espectadores (<http://www.metacritic.com/tv/once-upon-a-time> acedido a 2 de abril de 2015).

continuada no ano seguinte com *Once Upon a Time: Out of the Past*; também em 2014, uma spin-off, intitulada *Once Upon a Time in Wonderland*, inspirada na *Alice* de Lewis Carroll.

Quando interrogados sobre os objetivos desta releitura das histórias tradicionais, os autores foram muito claros: pretendiam, por um lado, tentar preencher alguns espaços em branco destas estórias – olhando-as sob novas perspectivas – e, por outro, explorar as personagens num contexto “real”: “It’s about characters and characters first”, afirmou Edward Kitsis.<sup>2</sup> Por ora, deixamos de lado esta noção, complexa, de “contexto real”, mas não podemos deixar de sublinhar a importância do seu alcance como estratégia de promoção da própria série, como se as narrativas factuais – isto é, alicerçadas em contextos com existência reconhecidamente empírica – tivessem maior poder de atratividade junto do público espectador. Por outras palavras, como se a narrativa ficcional necessitasse do suporte de verificação da realidade para conseguir, agora em pleno século XXI, atrair o público.

Longe estamos, portanto, dos tempos em que as narrativas de ficção eram aguardadas com ansiedade por espectadores televisivos, que tinham de se submeter à serialidade imposta pelos horários das poucas estações televisivas; e mais longe ainda dos tempos em que as histórias se encerravam nos livros em papel, lidos no recato das casas ou no silêncio das bibliotecas, ou eram contadas de boca em boca ao serão. Hoje é possível encontrar a Branca de Neve ou o Pinóquio no ecrã da televisão, no YouTube, em bandas desenhadas digitais, em videojogos. Novas dinâmicas de construção e de receção se impõem, carreadas por avanços tecnológicos que têm vindo, de modo acelerado, a alterar as formas de produção e de consumo das narrativas. Independentemente do avanço tecnológico e das conseqüentes alterações nos formatos e linguagens, parece indiscutível que, no domínio da ficção, a narrativa se mantém como o modo privilegiado de entretenimento e conhecimento. O título *Era uma vez...*, escolhido para a série de que temos vindo a

2. In: <http://www.digitalspy.co.uk/ustv/s181/once-upon-a-time/news/a337329/once-upon-a-time-execs-the-show-is-about-character.html#ixzz3WCK3P1wj>

falar, remete precisamente para esse universo maravilhoso do ato de contar histórias, convidando-nos a entrar num mundo imaginado e supostamente fingido, que nos conduz a viagens inesperadas e inéditas.

O mesmo é dizer que parece existir, como muitos já constataram, um impulso ‘natural’ para a narrativa, quer em termos de forma de organização do mundo e da experiência, quer como modo de tornar legível e compreensível o que se passa à nossa volta. Atrevemo-nos mesmo a suspeitar que aquilo que atraiu os pequenos leitores dos contos e lendas de Grimm – o mesmo apetite por histórias – é o mesmo que leva hoje os nossos adolescentes a consumir séries televisivas ou a seguir atentamente sagas no YouTube. O impulso e a necessidade mantêm-se, mudam os ritmos, os suportes e as dinâmicas narrativas.

Trata-se de uma tendência universal, transcultural e atemporal: contar e ouvir histórias. Recordem-se as sábias palavras da escritora norte-americana Ursula Le Guin: “There have been great societies that did not use the wheel, but there have been no societies that did not tell stories”. Como confidenciava Eça de Queirós, um exímio contador de estórias, em carta aos Condes de Arnoso e de Sabugosa, para os felicitar pelo livro de contos que ambos haviam publicado, (8 de fevereiro de 1895):

Positivamente, contar histórias é uma das mais belas ocupações humanas: e a Grécia assim o compreendeu, divinizando Homero que não era mais que um sublime contador de contos da carochinha. Todas as outras ocupações humanas tendem mais ou menos a explorar o homem; só essa de contar histórias se dedica amavelmente a entretê-lo, o que tantas vezes equivale a consolá-lo. Infelizmente, quase sempre, os contistas estragam os seus contos por os encherem de literatura, de tanta literatura que nos sufoca a vida! (Queirós, 1983: 342)

A ‘bela ocupação’ de que falava Eça na sua missiva no final do século XIX ganha hoje uma nova significação decorrente do facto de vivermos em uma sociedade do entretenimento, excessivamente preenchida com narrativas

várias e onde, mesmo as histórias factuais – as narrativas naturais para usar a terminologia de Eco – são permeáveis a fatores de espectacularização e ficcionalização.

Este é, aliás, um dos elementos perturbadores da comunicação contemporânea, dominada pela lógica do *storytelling* que invadiu áreas da sociedade até há pouco imunes à narrativização, como a política ou o jornalismo. Como explica Marc Lits:

A mecânica do *storytelling*, longe do modelo otimista de Ricoeur, tornou-se um instrumento de persuasão, indiferente aos desafios éticos dos seus objetivos, inclusive em certos formatos de jornalismo narrativo ou de escrita narrativa com finalidade sensacionalista (Lits, 2015: 15).

Convém entender, portanto, o poder dos *media* na contemporaneidade como algo que sobrevém precisamente da narrativa como construção social da realidade: segundo Ryan & Thon (2014<sup>b</sup>: 1-20), não é necessário, para desencadear comportamentos reais, que as histórias que circulam pelos *media* sejam histórias sobre o mundo real. As narrativas ficcionais, quer as veiculadas pela da TV, quer as que circulam na rede, são testemunho dessa inter-relação entre a ficcionalidade, como estrutura comunicacional e representacional, e a interação social ocorrida.

## Da Narratologia à Hiper-narratologia

Roland Barthes também percebeu a dimensão transcultural da narrativa e, muito antes dele, Aristóteles, na *Poética* refere a distinção entre *mimesis* e mito, aproveitada por Ricoeur nas abordagens que faz à narrativa nomeadamente a tripla mimese<sup>3</sup>. Recentemente, esta é a ideia matricial da tese desenvolvida por Monika Fludernik, que defende uma narratologia natu-

3. O conceito de tripla mimese é basilar da narratologia de Ricoeur e na sua defesa de uma ética narrativa: para o filósofo, a dimensão ética da narrativa implica a sua recíproca relação com a instância temporal: “le temps devient humain dans la mesure où il est articulé de manière narrative; en retour le récit est significatif dans la mesure où il dessine les traits de l’expérience temporelle” (Ricoeur, 1983:17).

ral, fundamentando-se na ciência cognitiva que tem mostrado como o nosso funcionamento cerebral está naturalmente preparado para captar estruturas narrativas:

The central thesis of my book *Towards a 'Natural' Narratology* (1996) is therefore that narrativity should be detached from its dependence on plot and be redefined as the representation of experientiality. Actions, intentions and feelings are all part of the human experience, which is reported and, at the same time, evaluated in narratives. (...) Experientiality is filtered through consciousness, thus implying that narrative is a subjective representation through the medium of consciousness (Fludernik, 2006: 109).

Desde a década de 90 do século passado, a área disciplinar dos Estudos Narrativos tem vindo a abrir gradualmente o seu campo de estudo, acompanhando a evolução tecnológica das comunicações bem como as alterações dos hábitos de consumo cultural. Se, durante décadas e sob o magistério de Genette<sup>4</sup>, a narrativa literária foi o foco principal da narratologia, com a progressiva perda de centralidade da literatura e o concomitante domínio de outras formas narrativas e linguagens, os estudos têm vindo a dedicar-se a estes novos fenómenos culturais: do cinema, à literatura digital, dos videojogos às reportagens multimédia, das radionovelas ao bailado, das telenovelas às narrativas *transmedia*. Estes novos olhares, sobretudo emergentes no final do século XX, são vistos como “a viragem narrativa das humanidades” por autores como Marie-Laure Ryan:

But the situation changed dramatically in the late 20<sup>th</sup> century with the so-called “narrative turn” in the humanities. In the past twenty years, the study of non-literary or non-verbal forms of narrative has extended to conversational narrative (...), film (...), comic strips (...), painting (...), photography (...), opera (...), television (...), dance (...), and music (Ryan, 2009: 266).

4. Vejam-se especialmente as obras *Figures I, II, III*, *Le Nouveau Discours du Récit* e, mais recentemente, *Métalepse: de la figure à la fiction*.

Aliás, em entrevista recente concedida à revista *Diegesis*, a autora manifesta o seguinte desejo para o campo dos estudos de narratologia:

What I do hope will happen, is that narratology will become sufficiently recognized and emancipated from literature for people to find jobs on the basis of their narratological skills in various media, rather than by pretending to be a specialist of the literature of a certain period in a certain language and geographic area (Ryan, 2014<sup>8</sup>).

Convém, apesar de tudo, prestar a devida homenagem a um conjunto de especialistas que, apesar de terem produzido estudos muito antes deste estímulo das novas tecnologias digitais, começaram a dedicar alguma atenção a formas narrativas ‘não canónicas’, leia-se, a narrativas não literárias que, progressivamente, sobretudo depois da massificação da televisão como novo *medium*, entravam no quotidiano de consumo das sociedades ocidentais. Referimo-nos aos valiosos contributos publicados na revista *Communications* em 1966, por Roland Barthes, Umberto Eco ou Jules Gritti. As palavras de Barthes, que iniciam o seu famoso ensaio “Introduction à l’analyse structurale des récits”, traduzem precisamente esta abertura<sup>5</sup>:

(...) le récit peut être supporté par le langage articulé, oral ou écrit, par l’image fixe ou mobile, par le geste, et par le mélange ordonné de toutes ces substances; il est présent dans le mythe, la légende, la fable, le conte, la nouvelle l’épopée, l’histoire, la tragédie, le drame, la comédie, la pantomime, le tableau peint, (...) le vitrail, le cinéma, les comics, le fait divers, la conversation (Barthes, 1966: 1).

Senão, veja-se o artigo de Umberto Eco, intitulado “James Bond: une combinatoire narrative”, dedicado à leitura semiótica de *Casino Royal* da saga Bond; ou ainda o ensaio de Jules Gritti que analisa a cobertura jornalística da morte do Papa João XXIII em onze quotidianos franceses (Gritti, 1966: 94-101).

5. Muito recentemente, Carlos Reis, a propósito do centenário do nascimento do semiólogo francês, escreveu: “Cem anos depois do nascimento de Roland Barthes, é tempo de dizer que o seu contributo foi decisivo para estarmos onde estamos. Falarei, de forma breve, de três etapas dos estudos sobre a narrativa (expressão a não confundir com *estudos narrativos*), durante os últimos 50 anos” (Reis, 2015).



Em 1997, na segunda edição da obra *Narratology. Introduction to the theory of narrative*, Mieke Bal dá um importante contributo para a abertura do campo de estudo da narratologia, ao incluir na sua teoria o cinema e o bailado: aliás, no prefácio que escreve para esta segunda edição, confessa que um dos motivos que o levou a rever e reeditar a obra, com a qual já não se identificava totalmente, foi precisamente a necessidade de descentrar a atenção da narrativa literária para outros campos como a antropologia, as artes visuais e performativas (Bal, 1997: xiv-xv):

Even more decisively, my recent work has been less oriented towards literary narrative than to narrative in such diverse domains as anthropology, visual art and the critique of scholarship. (...) Narratology is more important than ever, not only in literary studies but in history, (...) in cultural studies (...), in film studies (Bal, 1997: xiii-xiv).

Hoje, se consultarmos as enciclopédias e dicionários de referência da área, percebemos que, a par com os tradicionais conceitos da narratologia, todos cobrem áreas como o multimédia, o digital, a transmedialidade, a hipertextualidade. No *The Living Handbook of Narratology*, autores como Marie-Laure Ryan, Britta Neitzel ou Markus Kuhn têm atualizado o dicionário com verbetes que se compaginam precisamente com as novas narrativas digitais: a primeira atualizou (Ryan, 2014), em outubro de 2014, o seu artigo sobre a dispersão da narrativa por diversos *media*; a segunda publicou nesse mesmo ano um texto sobre a dimensão narrativa dos jogos de computador (Neitzel, 2014) e Kuhn (2014) dedica o seu verbete à narrativa fílmica. Na *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* (Herman *et al.*, 2008), cuja primeira edição sai em 2005, salientam-se as seguintes entradas que contemplam novos formatos e novos produtos olhados sob o prisma dos estudos narrativos: *animated film*, *artificial intelligence and narrative*, *comics and graphic novel*, *computer games and narrative*, *digital narrative*, *media and narrative*, *music and narrative*, *soap opera* ou *slash fiction*. Do ponto de vista teórico, destacam-se ainda neste volume o artigo de Terry Harpold sobre narrativas digitais e hipertexto, o texto sobre intermedialidade de Werner Wolf ou o verbete de Richard Grusin sobre remediação. Estamos, pois, longe

já das décadas de 70 e 80 do século passado, em que um dicionário ou uma enciclopédia sobre narrativa integrava sobretudo um conjunto de conceitos geralmente aplicáveis à narrativa literária.

Em Portugal, Carlos Reis, coautor do primeiro e até ao momento único *Dicionário de Narratologia*, iniciou já o trabalho de reedição da obra, prometendo alterações profundas e introdução de novas entradas, precisamente para contemplar formatos que, entretanto, nas últimas décadas, foram surgindo, arrastando consigo novos conceitos teóricos e exigindo novas ferramentas metodológicas de abordagem.

Muito recentemente, foi publicado, com chancela da prestigiada de Gruyter, uma coleção de ensaios sobre duas novas tendências dos Estudos Narrativos: o estudo da transmedialidade e das narrativas não-naturais (Alber & Hansen, 2014) – propostas teóricas e analíticas aos novos produtos narrativos para os quais a narratologia tradicional se revela manifestamente insuficiente.

Também o grupo de investigação belga *Observatoire du Récit Médiatique* da Universidade de Louvain-la-Neuve tem estado atento às profundas alterações do campo das narrativas mediáticas, tendo começado a pensar na resposta analítica capaz de dar conta das grandes alterações das formas e dinâmicas narrativas, sobretudo carregadas pela *web 2.0*. Num recente artigo, Marc Lits, membro deste centro de investigação, explica circunstanciadamente essa evolução, propondo-se a criação de uma *hipernarratologia* capaz de criar um aparato teórico que se compagine com as mudanças da narrativa em ambiente digital (Lits, 2015: 13-27).

### **Novos *media*, novas narrativas?**

Neste artigo, pretendemos precisamente fazer um ponto da situação dos Estudos Narrativos no que respeita o estudo e análise da ficção narrativa contemporânea, objeto de estudo nos diversos textos que integram este livro. Começaremos precisamente pelo texto que acabamos de citar da autoria de Marc Lits, estudioso conceituado das narrativas mediáticas.

A grande questão convocada pelo autor para a discussão sobre a evolução da investigação sobre narrativas mediáticas decorre, em nosso entender, do grau de transformações que as narrativas terão sofrido com o advento da *web 2.0*. Se, aparentemente, o desenvolvimento tecnológico trouxe consigo uma nova forma de comunicar e uma configuração diferente do espaço público, carreando o hipertexto, a multimedialidade e a interatividade, não deixa de ser curioso que as propriedades que explicam a narrativa como modo dominante sejam as mesmas que rastreamos nas histórias de há centenas de anos.

A este respeito, o professor belga chama à colação um estudo feito por Anne Koppers, em 2013, que consistiu na comparação dos tipos de escrita de jornais digitais e de jornais impressos. Os resultados foram, segundo o autor, surpreendentes, demonstrando que são em muito maior número as similitudes do que as diferenças entre os jornais, o que não deixa de contrariar um certo discurso académico que, muitas vezes sem o conseguir demonstrar, defende a emergência de um novo paradigma – o do *webjornalismo* –, exultando as novas narrativas e os novos objetivos redacionais daquele que é, aparentemente, um novo modelo comunicacional e profissional. Embora este exemplo se restrinja ao domínio do jornalismo – um discurso específico dentro dos discursos mediáticos –, parece-nos que ele conflui numa questão matricial dos estudos narrativos mediáticos: até que ponto as alterações tecnológicas e o aparecimento de novos *media* potenciaram, de facto, o aparecimento de novas narrativas, sejam elas do domínio factual, como no caso do jornalismo informativo, sejam elas ficcionais, como no caso da literatura, do cinema, da animação.

Esta questão conflui, muito possivelmente, em uma das problemáticas mais antigas do estudo da narrativa, para a qual dificilmente se encontrará uma resposta consensual, podendo traduzir-se na seguinte pergunta: qual o grau de dependência entre as narrativas e os *media* que as suportam? Num tempo em que a atividade de contar histórias domina as nossas vidas e está omnipresente no quotidiano, seja nos momentos de lazer e entretenimento, seja na comunicação diária que estabelecemos com os outros, seja no discurso

de imprensa, na política ou na publicidade, disseminando-se por diversas plataformas e concretizando-se em formatos vários, é importante perceber do que falamos quando nos referimos a novas narrativas:

in a period of swelling interest in both comparative media studies and narrative (...) the question of how the intrinsic properties of the medium shape the form of narrative and affect the narrative experience can no longer be ignored (Ryan, 2004: 1).

Para a escola estruturalista, a narrativa é independente do *medium* que a veicula, como bem o ilustra o binómio discurso / diegese:

Si le récit se visualise en devenant film, s'il se verbalise en devenant roman, s'il se gestualise en devenant mime, etc., ces transpositions n'affectent pas la structure du récit, dont les signifiants demeurent identiques dans chaque cas (...) (Bremond, 1964: 32).

Já para os pós-estruturalistas, entendendo a narrativa como uma transação sócio-simbólica entre um 'eu' que conta e um 'eu' que ouve, vê ou lê, a relação entre *medium* e narrativa é solidária e ambos se implicam mutuamente. Richard Walsh, por exemplo, defende essa dependência entre *medium* e conteúdo narrativo, argumentando ser impossível considerar o contrário:

I want to argue against the strong presumption that narrative, capable as it is of expression in several different media, is constituted by a medium-independent content: I propose to interrogate the role of the medium in narrative, as vehicle of transmission or means of articulation, and unpack the relation between narrative media and the foundational narrative concept of the event, which figures (misleadingly) in most definitions of minimal narrative, in order to arrive at a view of narrative as a cognitive faculty (Walsh, 2006: 855).

A síntese entre estas duas posições antagónicas, defendida atualmente por autores como David Herman, prevê que as implicações dos *media* nas narrativas dependam estreitamente quer das propriedades daqueles, quer dos formatos destas:

Synthesis posits that medium-specific differences between narratives are nontrivial but only more or less firmly anchored in their respective media; intertranslation between story media will be more or less possible, depending on the particular formats involved (Herman, 2004: 50).

Esta discussão, embora secular, granjeia hoje uma nova relevância, na medida em que uma das marcas das narrativas – ficcionais ou factuais – da contemporaneidade é precisamente a transmedialidade. Ou seja, a capacidade de as narrativas se dispersarem e migrarem por múltiplos canais de difusão e por *media* diversos, tal como ocorreu na série *24 horas* ou naquela que serviu de mote ao nosso texto, *Once Upon a Time*.

Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience (Jenkins, 2007).

Creemos que esta é uma das tendências atuais da ficção do século XXI: não se encerrar num modelo único de difusão e dispersar-se por múltiplos suportes, indo ao encontro dos públicos onde eles estejam, seja num smartphone, num ipad ou em frente ao televisor. A narrativa encontra-se, pode afirmar-se, no centro da convergência mediática: não só porque atualmente vários *media* convergem para a construção de uma determinada história, como aliás referimos a respeito de *Once Upon a Time*, na introdução deste artigo, mas também porque, de um ponto de vista mais abstrato, a convergência é inerente à propriedade estruturante do narrativo, a narratividade (Ryan & Thon, 2014<sup>b</sup>: 3).

Contudo, secundando a opinião de Henry Jenkins, segundo a qual, há já alguns “mitos” construídos à volta da transmedialidade bem como algumas distorções associadas ao conceito, é importante percebermos essencialmente três questões: i) nem todos os fenómenos cobertos por este termo são, de facto, a materialização da transmedialidade; ii) nem todas as histórias se adaptam necessariamente ao fenómeno; iii) e, apesar da modernidade

do conceito, o maior ou menor sucesso dos produtos narrativos continua a depender exclusivamente de um conjunto de propriedades inerentes à narrativa, ou seja, àquilo que consideramos ser uma boa história.

A primeira destas questões vai ao encontro do dilema acima enunciado: dependerá a narrativa do seu suporte ou é independente dele? Embora esta seja, em nossa opinião, uma problemática matricial para se perceber de que se fala quando se afirma o carácter inovador das novas narrativas que preenchem o espaço digital contemporâneo, parece-nos, apesar de tudo, que as duas últimas questões são também relevantes.

Primeiro porque, de facto, há histórias que não necessitam necessariamente da migração por plataformas e *media* diversos, bastando-lhe um *medium* singular, na medida em que a transmedialidade é mais adequada a narrativas complexas, quer ao nível diegético, quer ao nível de personagens. Como explica Jenkins, “transmedia represents a creative opportunity, but it should never be a mandate for all entertainment”. Ou seja, por muito que as novas tecnologias, nomeadamente as potencialidades da web, permitam e facilitem este fenómeno, é importante ter presente que há histórias às quais basta perfeitamente um *medium* individual. Por outro lado, há que considerar que a migração de histórias não é, na verdade, um fenómeno totalmente novo: bastará, com efeito, pensarmos na reutilização de histórias bíblicas, na proliferação de versões dos mitos antigos, nas reutilizações dos contos infantis ou na remediação de personagens como D. Juan. A grande diferença das narrativas de hoje, que circulam no mega espaço digital, é de ordem comunicacional: ao contrário do que sucedida há duas décadas, não é o leitor – no amplo sentido do termo – a procurar o produto narrativo. A transmedialidade, sendo essencialmente uma estratégia de criatividade, vem responder diretamente a um novo contexto sociocultural de produção e consumo de narrativas de entretenimento: “that rewards being everywhere your audience might be and giving your fans a chance to drill deeper into the stories they love” (Jenkins, 2011).

Em segundo lugar, também é importante reter que, se uma narrativa não conseguir, pelas suas propriedades intrínsecas, atrair a curiosidade do leitor / espectador / consumidor, também não o fará independentemente de usar ou não o modelo transmédia. O mesmo é dizer que existe, de facto, uma essencialidade inerente às histórias que não se altera com a tecnologia de mediação. “Transmedia storytelling is still about the stories and if the stories do not capture the imagination, no amount of transmedia extension can repair the damage”, opina Jenkins. Ora, esta parece-nos ser a questão central dos Estudos Narrativos: i) perceber o que deve ter uma boa história, ou melhor, o que faz de uma história uma história capaz de seduzir, prender e imergir o recetor, seja ele leitor, espectador ou consumidor, ou todas estas coisas ao mesmo tempo; ii) discutir a manifestação dos significados narrativos em diferentes *media* e iii) perceber que características capacitam um determinado *medium* para ser mais propenso à representação narrativa do que outro.

Forçosa é, assim, uma reflexão sobre a narratividade<sup>6</sup>, definida ao longo das últimas décadas por autores vários, pois é na tentativa da sua definição que se encontrarão as essencialidades da narrativa, independentemente de nos referirmos à *Eneida* ou aos *Cem Anos de Solidão*, à *Guernika* de Picasso ou à série *The Walking Dead*, *blockbuster* de enorme sucesso. Pesem embora as diferenças entre estes produtos, quer fruto das divergências temporais, contextuais ou produto das assimetrias genológicas e semióticas, o certo é que todos eles são narrativas, comungando de um conjunto de características essenciais que, juntas, contribuem para a perceção da narratividade.

Chamemos aqui à colação a tese que M.-L. Ryan & J. N. Thon defendem na introdução à coletânea de ensaios a que deram o título de *Storyworlds across Media*, publicada em 2014. Segundo os autores, o ponto de partida

6. O artigo do *Dicionário de Narratologia* de Carlos Reis e Ana Cristina Lopes oferece, em nossa opinião, uma síntese circunstanciada sobre a evolução do conceito e sobre as diferentes abordagens que escolas várias terão adotado. Remete-se para a leitura do artigo pois não nos parece nem útil nem pertinente inserir no texto uma sinopse do conceito (Reis & Lopes, 2011: 274-285). Em 2004, na obra *Narrative across Media*, também Marie-Laure Ryan oferece uma sinopse muitíssimo completa sobre as diversas abordagens ao conceito de narratividade desde as últimas décadas do século XX até aos dias de hoje (Ryan, 2004: 1-40). A leitura destes dois textos parece-nos complementar, cobrindo este último um conjunto de estudos mais recentes que, naturalmente, o primeiro não pôde abranger.

para o estudo da convergência mediática deve ser a discussão acerca da apropriação do sentido narrativo pelos diferentes *media*, questão que passa necessariamente pela imbricação entre conceitos da narratologia e categorias mediáticas. Esta relação é representada pelos autores como uma escala cujas extremidades apresentam um polo de “independência mediática” e um polo de “especificidade mediática”, entre os quais se situam diversos graus de transmedialidade:

Solid candidates for the medium-free pole are the defining components of narrativity: character, events, setting, time, space, and causality. (...) Medium specific concepts, finally, are explicitly developed for a certain medium, but they can occasionally be extended to other media through a metaphoric transfer (Ryan & Thon, 2014b: 4).

Hoje, a tendência dos Estudos Narrativos na abordagem ao conceito de narratividade é o enfoque colocado na recepção, ou seja, a percepção do narrativo como propriedade transversal a emissor, mensagem e recetor. Não se trata propriamente de uma novidade recente, pois, como se sabe, a definição que Gerald Prince, no final da década de 80, apresentou sobre narratividade previa já a relevância da instância de recepção<sup>7</sup>. O mesmo sucedera antes com a abordagem de Ricoeur, em que o terceiro vetor da tripla mimese dizia precisamente respeito à reconfiguração narrativa do leitor<sup>8</sup>. Abertos estes trilhos pela crítica do século XX, atualmente é inegável a influência dos estudos de cognição nesta área de investigação<sup>9</sup>, imprescindíveis para se perceber a narrativa como uma faculdade cognitiva.

7. “Uma concepção inteiramente diversa da greimasiana é a de Gerald Prince que não só recoloca a narratividade no estrito âmbito da teoria da narrativa, como a conecta com a instância do recetor, estágio decisivo para a concretização de uma qualidade narrativa que, deste ponto de vista, se apresenta como predicado por assim dizer virtual” (Reis & Lopes, 2011: 275).

8. Chama-se particular atenção para o conceito de *refiguração* com o qual o autor “designa a projeção receptiva do tempo configurado pela intriga, a partir da temporalidade prefigurada da experiência pré-artística (...)” (Reis & Lopes, 2011: 285).

9. No decurso de 2014, a prestigiada revista *Cahiers de Narratologie* abriu uma call precisamente sobre o “triplo diálogo interdisciplinar entre linguística, psicologia e neurociências”, com vista a incentivar a publicação de estudos – metodológicos, históricos e analíticos – sobre “abordagens cognitivas como uma das questões fundamentais colocadas à velha noção de narrativa pelo vocabulário científico do nosso tempo” (<http://narratologie.revues.org/>).



Já no fim da década de 90 do século passado, Monika Fludernik, no seu controverso livro *Towards a 'Natural Narratology'*, defendeu que a narratividade deveria ser independente do enredo das histórias para ser redefinida como a representação da experiência de leitura: (...) narrativity is not something that is simply present in or absent from texts but rather something that is recognized by readers or sometimes projected onto the text by them” (Fludernik, 2006: 109).

Hoje, a Narratologia Cognitiva<sup>10</sup> ganha progressivamente maior destaque no estudo das narrativas, quer das narrativas factuais, ou naturais, quer das narrativas ficcionais ou artificiais (Eco, 1994), como o testemunham os trabalhos de Richard Gerrig (1990), de Ralph Schneider (2001), de Hartley (2008) e de David Herman (2009). Subdomínio dos estudos narrativos mediáticos, a narratologia cognitiva tem como objeto qualquer tipo de narrativa, independentemente dos *media* que a suportam ou da sua natureza; e procura estudar as histórias numa dupla perspetiva: por um lado, o seu modo de funcionamento como objeto interpretativo, por outro lado, uma forma de dar sentido à experiência e ao mundo. Ler / consumir / ver uma narrativa envolve um conjunto de processos cognitivos, que permitem aos recetores acionar modelos mentais de compreensão do mundo.

Este parece-nos ser outro ponto central e que deve, de facto, interessar a uma nova hipernarratologia mediática: o relevo que o consumidor / espectador assume nestes novos processos de comunicação narrativa. Se recuarmos dois séculos, e viajarmos até à primeira metade do século XIX, também lá encontramos narrativas construídas em função do leitor, nomeadamente o folhetim, cuja história e genealogia não cabe aqui desenvolver. Como primeiro grande produto de uma “indústria cultural” incipiente, o folhetim narrativo oitocentista teve um impacto bastante assinalável, quer nas lógicas comerciais da imprensa da época, quer na própria dinâmica literária. A narrativa literária foi de certo modo afetada pela lógica serial do folhetim: escrito para agradar, para conquistar e fidelizar leitores, prenden-

10. A este respeito, aconselha-se a consulta de dois excelentes artigos sobre este ramo dos estudos narrativos: Manfred, 2005: 67-71 e Herman, 2009: 30-43.

do a atenção. Exemplos abundam em toda a Europa e em Portugal também de grandes narrativas que, antes de serem vendidas nos escaparates das livrarias, eram disponibilizadas em fragmentos, serialmente, em revistas ou jornais. E o mais curioso é que os produtores dessas histórias cedo aprenderam a dominar um conjunto de estratégias e ferramentas que afeioavam as estórias a essa lógica serial e fragmentária. Basta pensarmos numa obra como *Viagens na Minha Terra* para o percebermos, inclusive a sua dinâmica hipertextual *avant la lettre*<sup>11</sup>.

Ora, atualmente, com o advento da Web 2.0, as narrativas ficcionais – que é dessas que importa aqui falar – além destas características que herdaram das primeiras narrativas mediáticas, potenciam-nas e vivem essencialmente dependentes dos consumidores. É sabido como uma grande empresa produtora de teleficção, como a Rede Globo, há muito que conta com grupos de foco para resolver o desenlace das suas telenovelas. São bem conhecidos os efeitos de grandes sucessos de seriados norte-americanos cuja complexidade diegética exige precisamente a dispersão da narrativa por múltiplas plataformas.

### **Do valor do estudo das narrativas ficcionais**

Kibedi-Varga em 1989 escrevia o seguinte numa obra sobre discurso e narrativa:

11. Um interessante artigo de Carlos Reis aborda precisamente as *Viagens* de Almeida Garrett nesta perspectiva, mostrando como uma obra escrita na primeira metade do século XIX, muito longe, portanto, quer da conceptualização do hipertexto, quer das soluções tecnológicas que o potenciaram, tem uma dimensão narrativa hipertextual, em parte devido à lógica folhetinesca de publicação: “Mesmo a lógica específica da composição das *Viagens na Minha Terra* em regime de folhetim, revela não apenas esse investimento perlocutivo, mas já o culto de uma difusa interatividade que importa recuperar; de facto, quando hoje lemos as *Viagens* como livro, esquecemos muitas vezes que a narrativa não foi inicialmente pensada nem enunciada nesses termos (...) não é apenas o narrador (...) quem determina o ritmo do relato, os momentos em que ele é interrompido, as suspensões da ação ou a gestão da curiosidade do leitor. É já este, pela sua presença ainda formalmente silenciosa, quem de certa forma requer e determina esses ritmos, essas suspensões e, em geral, as estratégias de prolongamento de uma atenção que se interrompe mas que exige novos desenvolvimentos: de certa forma, é o leitor quem manda no relato porque exige ser cativado para ele.” (Reis, 1999: 119).

Le récit est sans doute une catégorie textuelle plus archaïque que le discours; il précède celui-ci, comme la poésie précède la prose (...) Le récit est une forme sophistiquée et artificielle de la communication, mais l'homme se l'est créée il y a si longtemps qu'il a réussi à oublier sa vraie nature (Kibedi-Varga apud Lits, 1997: 43)

Retomando aquela que é uma ideia praticamente consensual em todos os autores que têm escrito sobre o assunto, a narrativa faz parte do código genético da humanidade, cumprindo uma “função biológica” (Eco, 2006: 246) para usar a feliz expressão de Umberto Eco. Não é por acaso que desde a nossa infância, as histórias são a principal fonte de conhecimento sobre o mundo e um importante meio de dar sentido à experiência. A narrativa está, portanto, presente em todos os lugares e em todas as sociedades: a nossa tendência para organizar a experiência em forma narrativa é um impulso humano anterior à aquisição da linguagem.

No entanto, hoje, a meio da segunda década do século XXI, já não são os mitos ou os grandes romances a marcarem a nossa relação com o mundo e a ocuparem os nossos momentos de lazer. Como constataam diversos estudiosos da matéria, as narrativas mediáticas são atualmente os principais construtores da nossa cosmovisão (Lits, 1997, 2008, 2015).

Responsáveis pelo modo como organizamos o real, como o articulamos e lemos na sua complexidade, as narrativas mediáticas – ficcionais ou factuais – produzem crenças sociais, ditam normas de conduta, disseminam estereótipos e fornecem-nos imagens dos outros. Desde os folhetins televisivos, aos *reality-shows*, passando pelas rubricas desportivas da imprensa ou pelos videojogos, aquilo que os *media* hoje nos oferecem é um conjunto de narrativas, em que a ficção e a factualidade se hibridizam, matizando perigosamente as suas fronteiras. Tanto assim é que, no dia 16 de junho de 2015, José Manuel Fernandes, o Publisher do *Observador*, jornal online português fundado em maio de 2014, na newsletter que todas as noites envia aos leitores / usuários do jornal – a *Macroscópio* – ocupa praticamente metade do seu texto com a série que atualmente faz furor em todo o mundo, a *Guerra*

dos *Tronos*. E a leitura deste texto permite também perceber que conceituados jornais como o *The Telegraph*, o *Wall Street Journal* ou o *New York Times* reservaram espaço de antena a interrogações que ficaram depois do último episódio da 5.<sup>a</sup> temporada da série. Este fenómeno é suficiente para se perceber o relevo e importância que as narrativas de ficção continuam a ter na atualidade, agora a uma escala ampliada, através da multiplicação de canais por cabo, da internet e do marketing construído à volta destas histórias.

Como tal, o estudo da narrativa mediática ficcional, como tipo narrativo dominante, é uma tarefa complexa, que exige a mobilização de um conjunto variado de ferramentas e a articulação de múltiplas áreas do saber, quer porque a narrativa seja um fenómeno transversal, quer porque os objetos mediáticos sejam muito heterogéneos.

Estranhamente, os estudos narrativos parecem ser, sem dúvida, uma das áreas mais carenciadas em Portugal ao nível dos estudos sobre *media* e jornalismo, embora seja indiscutivelmente uma das áreas mais relevantes, sem a qual não se conseguem perceber os fenómenos de produção e de receção dos produtos mediáticos. Na linha de Barthes, para quem o estudo da narrativa deveria constituir um dos mais importantes inquéritos às sociedades humanas (Barthes, 1968), entende-se que a compreensão do modo como as narrativas foram evoluindo e se adaptaram aos formatos da sociedade é essencial para o estudo das relações entre sociedade e indivíduo.

Salientem-se, no entanto, algumas honrosas exceções, nomeadamente os estudos sobre teleficção desenvolvidos por Ferin (2003, 2006, 2011) e, mais recentemente, por Burnay (2005, 2014) e Castilho (2014). Embora os primeiros sejam essencialmente centrados na problemática da receção, foram absolutamente fundacionais no nosso país e tiveram o condão de abrir uma linha de investigação que começa no presente a crescer. Este último trabalho de Fernanda Castilho tem o benefício de alargar o campo de estudos, incorporando muito do que se teoriza sobre narrativa ficcional e focando a atenção em novas formas de transmedialidade. Também é de realçar a recente organização de eventos científicos sobre este campo de estudos: o

primeiro – *Narrativa, Media e Cognição* – teve lugar em 2014, na Universidade do Minho e foi organizado pelo CECS e coordenado por Nelson Zagalo, dele resultando o livro digital *Abordagens Narrativas nos Media*, publicado em 2015; o segundo colóquio foi organizado pelo grupo de investigação CITAR da Universidade Católica Portuguesa sobre *Narrativa, Media e Cognição*, e teve lugar em julho de 2015.

Finalmente, refira-se o projeto de investigação *Figuras da Ficção*<sup>12</sup>, coordenado por Carlos Reis no CLP (Centro de Literatura Portuguesa da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra), como exemplo de uma investigação sistemática e aprofundada sobre personagem – mas não se restringindo a ela – que congrega, de modo integrado, saberes provenientes quer dos Estudos Literários, quer dos Estudos sobre *Media*.

Apesar de tudo, cremos faltar ainda na investigação portuguesa, fruto provavelmente do carácter tardio do interesse dos investigadores por esta matéria, traduções de obras de referência sobre narrativas mediáticas – que abundam nos Estados-Unidos, Inglaterra e Bélgica – bem como obras de sistematização e de aprofundamento sectorial de temáticas.

## Referências

- Alber, J. & Hansen, P. K. (eds.) (2014). *Beyond Classical Narration. Transmedial and Unnatural Challenges*. Berlin/New York: de Gruyter.
- Bal, M. (1997). *Narratology. Introduction to the theory of narrative*. 2<sup>nd</sup> edition. Toronto; London: University of Toronto Press.
- Barthes, R. (1966). Introduction à l'analyse structural des récits. *Communications*, n.º8, pp. 1-27.
- Bremond, C. (1964). Le message narratif. *Communications*, n.º4.
- Burnay, C. (2014). *A História na ficção televisiva portuguesa*. Lisboa: UCP.
- Burnay, C. (2005). A telenovela e o público: uma relação escondida. *Media & Jornalismo*, n.º6, pp. 95-110.

12. <https://figurasdaficcao.wordpress.com/>

- Castilho, F. (2014). *Teletube: Novo passeio pelos bosques da ficção televisiva*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. In: <http://hdl.handle.net/10316/26010>
- Eco, U. (2006). *The Poetics and Us. On Literature*. Londres: Vintage.
- Eco, U. (1994). *Seis Passeios pelos Bosques da Ficção*. Lisboa: Difel.
- Eco, U. (1966). James Bond: une combinatoire narrative. *Communications*, nº8, pp. 77-93.
- Ferin, I. (2011). *Memórias da Telenovela. Programas e Recepção*. Lisboa: CIMJ / Livros Horizonte.
- Ferin, I. (2003). As telenovelas brasileiras em Portugal. In: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- Ferin, I. & Burnay, C. (2006). Ficção Televisiva em Portugal: 2000-2005. In: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- Flufternik, M. (2006). *An Introduction to Narratology*. London / New York: Routledge.
- Hartley, R. J. (2008). Audience as Author; the role of interactive narrative within internet performance. <http://riahartley.com/wp-content/uploads/2013/07/Audience-as-Author-2008.pdf> (consultado a 31 de maio de 2015).
- Herman, D. (2009). Cognitive Narratology. In: Jannidis, F. *et al.* (eds.). *Handbook of narratology*. Berlin / New York: De Gruyter, pp. 30-43.
- Hernan, D. (2004). Toward a transmedial narratology. In: Ryan, M.-L. (ed.). *Narrative Across Media. The languages of storytelling*. Nebraska: University of Nebraska, pp. 50-75.
- Herman, D., Jahn, M. & Ryan, M.-L. (Eds.) (2008). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. London / New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia storytelling*. [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html) (Consultado a 30 de abril de 2015)
- Jenkins, H. (2011). Seven myths about transmedia storytelling debunked. In: <http://www.fastcompany.com/1745746/seven-myths-about-transmedia-storytelling-debunked> (Consultado a 5 de maio de 2015)

- Kuhn, M. (2014). Narration in film. In: Hühn, P. et al. (eds.). *The living handbook of narratology*. Hamburg: Hamburg University. URL = <http://www.lhn.uni-hamburg.de/> (Consultado a 11 de abril de 2015).
- Lits, M. (2015). As investigações sobre a narrativa mediática e o futuro da imprensa. *Mediapolis*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, N°1, pp. 13-27.
- Lits, M. (2008). *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles: DeBoeck.
- Lits, M. (1997). Le récit médiatique: un oxymore programmatique? *Recherches en Communication*, n°7.
- Manfred, J. (2005). Cognitive Narratology. In: *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. London / New York: Routledge, pp. 67-71.
- Neitzel, (2014). Narrativity of Computer Games. In: Hühn, P. et al. (eds.). *The living handbook of narratology*. Hamburg: Hamburg University. URL = <http://www.lhn.uni-hamburg.de/> [Consultado a 11 de abril de 2015].
- Reis, C. (2015). Arqueologia dos Estudos Narrativos. <https://figurasdaficcao.wordpress.com/2015/06/07/arqueologia-dos-estudos-narrativos/> (acedido a 9 de junho de 2015).
- Reis, C. (1999). “As Viagens como hipertexto: hipótese de trabalho”. In: *Leituras. Revista da Biblioteca Nacional*, n°4, Primavera, pp. 115-123.
- Reis, C. & Lopes, A. C. (2011). *Dicionário de Narratologia*. 7.ª ed. Coimbra: Almedina.
- Ricoeur, P. (1983). *Temps et Récit*. Paris: Seuil, Tomo I.
- Ryan, M-L. (ed.) (2004). *Narrative Across Media. The languages of storytelling*. Nebraska: University of Nebraska.
- Ryan, M-L. (2009). Narration in various media. In: Jannidis, F. et al. (eds.). *Handbook of narratology*. Berlin / New York: De Gruyter.
- Ryan, M-L. (2014). Narration in various media. In: Hühn, P. et al. (eds.). *The living handbook of narratology*. Hamburg: Hamburg University. URL = <http://www.lhn.uni-hamburg.de/> [Consultado a 11 de abril de 2015].
- Ryan, M-L. (2014ª). My Narratology. An Interview with Marie-Laure Ryan. *Diegesis 3* <https://www.diegesis.uni-wuppertal.de/index.php/diegesis/article/view/148/191%20> (consultado a 31 de maio de 2015).

- Ryan, M.-L. & Thon, J.N. (2014<sup>b</sup>). *Storyworlds across media. Toward a media conscious Narratology*. Lincoln and London: University of Nebraska Press.
- Walsh, R. (2006). The narrative imagination across media. *Modern Fiction Studies*, 855-868 <http://eprints.whiterose.ac.uk/52475/> (consultado a 12 de junho de 2015)



# DA CAÇA AOS CONCEITOS: UMA VIAGEM DE CERTEAU A JENKINS NO ENTENDIMENTO DAS NOVAS RELAÇÕES ENTRE TEXTO E LEITOR

Fernanda Castilho

fernanda.castilho7@usp.br

## Introdução

O estudo dos fãs tem ganhado protagonismo na área da comunicação, sobretudo no que diz respeito à análise dos comportamentos dos ávidos leitores das narrativas transmediáticas. A criação de redes de pesquisa internacionais dedicadas ao assunto, tais como a *Fan studies Network*<sup>1</sup>, corrobora a ideia de ampliação de um campo dedicado ao estudo não apenas da produção de sentido destes leitores, mas das atividades criativas realizadas pelas comunidades de fãs que ganham cada vez mais visibilidade no ambiente digital. A ideia do afloramento de uma cultura do fã, fundamentada pela participação ativa e criativa, quase sempre socializada e socializadora, contrasta com a antiga abordagem sobre o comportamento presumidamente alienado destes grupos. Embora o estudo dos fãs congregue fases distintas (Sandvoss, 2013), assinalamos a importância dos trabalhos publicados no início da década de noventa para o escopo teórico das investigações mais recentes. Neste contexto, concordando com Matt Hills<sup>2</sup> (2013), destacamos o livro da autoria de Henry Jenkins *Textual poachers: Television Fans and*

1. Formada em março de 2012, a *Fan Studies Network* foi criada na Inglaterra para reunir estudiosos de fãs de diversos países e estimular o debate dos tópicos mais recentes neste campo de estudos. Já contabiliza mais de 300 membros e três eventos anuais organizados com autores dos principais livros dedicados ao assunto.

2. Autor do livro *Fan Cultures* (2002), outra publicação seminal para os estudos de fãs.

*Participatory Culture*, lançado em 1992, como um dos principais trabalhos deste período. Neste artigo, apresentamos uma discussão teórica a respeito dos fundamentos do conceito de *textual poacher*, cunhado por Jenkins para classificar os fãs. Para tanto, inicialmente destacamos os principais autores e momentos dos estudos sobre os fãs, sobretudo para justificar a complexidade deste importante campo de ação social.

### **Estudos sobre fãs**

No contexto das narrativas ficcionais, podemos identificar como fãs os atores sociais que acompanham as histórias com maior assiduidade, envolvimento e participação. Por outras palavras, os indivíduos que assistem, periodicamente, os programas de seu interesse e dedicam algum tempo discutindo socialmente sobre eles (Booth, 2010:12). Deste modo, nem todos espetadores são classificados como fãs, pois algumas pessoas mudam constantemente de canais, mas não acompanham nenhum programa, como os *zappers* (zapeadores); outros acompanham a programação televisiva quando têm disponibilidade, como os *casuals* (casuais); e, por último, encontramos os consumidores comprometidos com os seus programas favoritos, como os *Loyals* ou fiéis (Jenkins, 2009: 111). No mesmo sentido, John Fiske concebe os fãs como *interpretadores excessivos*, pessoas capazes de reinterpretar e imaginar novos desdobramentos e personagens dos títulos de sua preferência (*apud* Neves, 2011:127).

Ao longo do tempo, o senso comum foi construindo uma imagem discriminatória destas pessoas, interpretando-as como alienadas, devido ao culto pelas histórias de ficção, em detrimento do interesse por atividades “reais”, como o desporto (Harrington & Bielby, 1995:4). Durante muitos anos esta imagem pejorativa foi responsável pela marginalização dos fãs, considerados inocentes e infantis, incapazes de distinguir a fantasia da realidade (Booth, 2010:12). Este estigma, nasce, igualmente, da transposição cultural das barreiras do gosto e da racionalidade, pois o gosto é um elemento-chave de distinção social (Bourdieu, 2007: 56).

Temos como exemplo do estereótipo do fã alienado a figura oriental conhecida como *Otaku*, termo inicialmente usado no Japão para descrever alguém com um interesse obsessivo, em especial pelas animações e bandas desenhadas denominadas como *animes* e *mangás* (Bell et al., 2004:122). Neste país, o termo possuía uma conotação diferente dos jargões americanos *nerd* e *geek* – atribuídos aos fanáticos pelo campo científico e tecnológico, com insucesso nos relacionamentos sociais face-a-face (Bell et al., 2004:122). Com o derrubamento das fronteiras da cultura, a partir dos processos de globalização, a figura do *Otaku* migra do Japão para o ocidente, por meio dos *media* de massas, trazendo consigo uma forte carga depreciativa. Pettman aponta a existência de uma lenda urbana ocidental sobre jovens japoneses antissociais, sobretudo rapazes, que preferem estabelecer relacionamentos com “pessoas” virtuais, mesmo sabendo que as “namoradas” são apenas um programa informático (2010:190).

The mass *media*'s archetypical Otaku, a lone male who is not only an obsessive consumer of manga and anime, but also a fanatical gamer and Internet user, whose relationships are all conducted through CMC, emphasizes an unhealthy relationship to technology. (Bell et al., 2004: 122).

Outra atividade incorporada por este grupo é o *cosplay*: prática que consiste em vestir uma fantasia, reproduzindo, fielmente, a personagem favorita da banda desenhada. Em geral, estes fãs vestem esta indumentária para convenções dos *Otakus* e, durante todo o evento, a proposta é atuar como a personagem. O exercício do *cosplay* é comum também entre os *trekkies*<sup>3</sup>, fãs da série americana de ficção científica *Star Trek*. Todas estas práticas, em grande medida, colaboraram para marginalização dos fãs (Harrington & Bielby, 1995; Tulloch & Jenkins, 1995). No entanto, assim como as publicações na *wikipedia*, o *fan fiction* e os videojogos de fãs, o *cosplay* traduz o profundo interesse pelas histórias, uma prática participativa que estende o mundo da ficção em diversas direções (Jenkins, 2010:948).

3. David Bell explica que os fãs preferem ser denominados como *trekkers*, termo norte-americano menos pejorativo: “The ‘Trekkie’ is figured as someone whose (limited) social life revolves around *Star Trek* conventions, dressing as a Klingon, collecting overpriced *Star Trek* memorabilia and having a head full of mindless trivia about the show and its stars” (Bell, 2001:167).

O estudo sobre a cultura dos fãs teve início na década de 1930, com os chamados *fandom studies* nos EUA, que analisavam as práticas dos admiradores das produções radiofônicas – entretenimento mediático popular em crescimento naquela altura (Booth, 2010). No mesmo período, surgem tanto nos EUA, como na Europa, clubes e associações de fãs da ficção científica, celebrando em 1939 a primeira convenção sobre este tema em Nova Iorque (Scolari, 2013:344). Tanto Jensen, como Fiske, citados por Santos (2011:14), acreditam que a sociologia da cultura oferece diferentes modelos para interpretar a cultura dos fãs, assentes tanto no comportamento advindo da fixação patológica pelos ídolos, como na criatividade e solidariedade envolvidas na produção de textos semióticos.

A partir do contributo dessas novas abordagens teóricas, desenvolvidas nas últimas décadas, o estudo sobre o *fandom* vem conseguindo transpor as generalizações, propondo um diálogo sobre problemáticas como identidade e experiência, tanto individual, como coletiva. Deste modo, surgem abordagens mais otimistas nesta área, com o objetivo de subverter a antiga representação social dos fãs, por vezes assumindo posições militantes em favor destes grupos “minoritários” (Harrington & Bielby, 1995; Jenkins, 1992; Tulloch & Jenkins, 1995; Baym, 2012). Algumas investigações classificam estas práticas coletivas como produtivas e criativas, observando a relação entre fãs, cidadania e colaboração nos novos *media* (Jenkins, 1992; 2009; Booth, 2010). De forma entusiasta, Jenkins acredita que as comunidades de fãs operam transformações mediáticas que abrangem os campos tecnológico, económico, social e cultural (2009:329).

Inspired by work in the Birmingham cultural studies tradition, which helped reverse the public scorn direct at youth subcultures, I wanted to construct an alternative image of fan cultures, one that saw *media* consumers as active, critically engaged, and creative. (Jenkins, 2006:1).

De acordo com a investigação de Paul Booth, sobre o *digital fandom*, os fãs fazem uso dos *media* de forma lúdica e menos passiva do que outros públicos, praticando seriamente o *fan work*, num consumo pró-ativo dos *media*

digitais (2010:13). Do ponto de vista do consumo dos programas de ficção, a dimensão socioemocional transita entre TV e comunidades virtuais de fãs, resultando em transformações nas formas de apropriação cultural dos programas (Baym, 2012). Assim, se por um lado, para alguns fãs o ciberespaço apenas estendeu as fronteiras da apropriação cultural dos *media*, pois os grupos *online* são apenas uma extensão dos velhos fãs-clubes (Bell, 2001:168), por outro, as novas tecnologias ampliam este espaço de partilha de pensamentos, discussões e criações, possibilitando novas formas de internacionalização e ligação entre redes de relacionamento de forma global (Booth, 2010:13). Nestas comunidades mediadas pelo computador, o estabelecimento de vínculos é mais rápido devido ao *background* comum que une pessoas diferentes, cujo relacionamento na vida “real” seria improvável (Lacalle, 2010:90; Booth, 2010).

Consequentemente, o estudo desta área encontra-se em expansão, promovendo neologismos que descrevem a ação dos fãs como produtores de conteúdos, tais como *produser*, *prosumer* e *prosumption*<sup>4</sup> (Toffler, 1980; Deuze, 2007; Buckingham & Willett, 2009; Scolari, 2013). No entanto, para alguns autores (Booth, 2010:18; Jenkins, 2014), estas expressões não abrangem as novas formas de produção cultural do *fandom online*, assentes em problemáticas como a natureza da identidade e das experiências individuais e coletivas em rede.

Com efeito, o comportamento dos fãs revela um caminho para o entendimento do fenómeno *transmedia*, pois os *Loyals* são os protagonistas desse processo, tendo em vista a propensão para o envolvimento na interação *crossmedia*. Por isso, cumpre-nos refletir sobre determinadas questões: Como os fãs utilizam as novas plataformas para aceder à ficção televisiva? Quais ferramentas estão disponíveis para a atividade *fandom*? De que forma os fãs se comportam na internet? Quais conteúdos publicam e como interagem entre si?

4. Propostas herdadas do trabalho de Alvim Toffler (1980), assente no relacionamento hierárquico entre as indústrias da cultura e os consumidores – dispostos a transpor esta hegemonia (Jenkins, 2014).

De acordo com Nancy Baym, é importante analisar os padrões comunicativos dos fãs para entender as suas práticas culturais (2012:5). Em termos de produção de sentido, a capacidade dos fãs das narrativas televisivas revela-se na criação de novos *paratextos*, entre os quais destacamos: formação de histórias únicas, a partir da leitura dos textos; resumo dos momentos mais marcantes da história, com destaque para as personagens favoritas; reunião do material publicado sobre o assunto; e, por fim, estabelecimento de relações de amizade com outros fãs para partilha destes conteúdos (Harrington & Bielby, 1995:177). Apesar do individualismo próprio dos prazeres instigados pelas narrativas ficcionais, nas comunidades virtuais o envolvimento emocional é um pretexto para socialização: “The emotional involvement that pleasures create – affiliation, attachment, catharsis<sup>5</sup> – is readily understood by other fans [...]” (Harrington & Bielby, 1995:178).

O estilo de vida imersivo dos fãs, demonstrado no estudo de receção 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 (Ford *et al.*, 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, 2012).

5. É importante referir que *catarse* é um termo controverso. De acordo com os investigadores do pensamento aristotélico, como Eudoro de Sousa, a sua definição é um mistério (Aristóteles, 1992:98), um enigma (Freire, 1996:13). Inexiste, sequer, um consenso sobre em que obra estaria presente, pois muitos acreditam estar implícita na *Poética* (Aristóteles, 1992:98), outros, entretanto, afirmam estar presente na *Política* (Freire, 1996:13). Tais ambiguidades decorrem, sobretudo, do problema da amputação do texto da *Poética*, resultando em interpretações fragmentares do conceito. No entanto, a interpretação mais corrente do vocábulo é a de purificação ou alívio (idem, 1996). A *catarse* estaria intrinsecamente ligada à tragédia, tendo “[...] como efeito característico suscitar a compaixão e o temor. Cada arte deve produzir o prazer que lhe é próprio.” (idem, 1996:106).

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 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 (Rose, 2011:93).

### **Os fãs e o envolvimento com o drama**

Na revisão bibliográfica sobre fãs e narrativas *transmedia*, observamos a presença constante do conceito de imersão nas obras de diversos autores (Murray, 1997; Larry<sup>6</sup>, 2002; Jenkins, 2009; Evans, 2011; Rose, 2011; Ford *et al.*, 2011). Encontramos nesta noção o ponto-chave que une o universo ficcional com as novas tecnologias. Isso porque o computador e, posteriormente, a internet, assim como a ficção, são apontados como altamente imersivos. A capacidade de transportar os indivíduos para outras realidades é mérito tanto das novas tecnologias, sobretudo da realidade virtual (Bell *et al.*, 2004:40<sup>7</sup>), como das narrativas ficcionais interativas (Murray, 1997). Assim, a aliança destas dimensões resulta no *immersive story world*: principal característica das narrativas *transmedia* (Jenkins, 2007; Ford *et al.*, 2011; Evans, 2011).

O nível de imersão dos participantes define o envolvimento com o drama, estando intimamente ligada ao sucesso ou fracasso dos projetos *transmedia*. Evans (2011) observou que os níveis de *engagement with drama* variam con-

6. Pryor, Larry (2002) ‘Immersive News Technology: Beyond Convergence’, *Online Journalism Review*, [disponível em]: <http://www.ojr.org/ojr/technology/1017962893.php> acesso em outubro de 2013.

7. O verbete formulado por David Bell (2007) para descrever *virtual reality* clarifica que as simulações produzidas neste espaço, presentes nos treinamentos militares (como nos simuladores de voo), estão associadas aos filmes de ficção científica.

forme as plataformas de distribuição das narrativas. Comparativamente, os jovens entrevistados pela autora apontaram os videogames como uma experiência potencialmente catártica, onde conseguem permanecer submersos por semanas a fio (Evans, 2011:176-177). Por outro lado, apesar da facilidade de transporte, a assistência nos telemóveis é uma experiência menos envolvente, devido ao tamanho dos ecrãs e ao contexto de visualização. “Participants wanted gaming texts to retain the immersion of a television programme and especially fictional characters. Mobile television was rejected for being too different, in terms of screen size and viewing context, from television.” (Evans, 2011: 177-178).

Desde a transposição do cinema para a televisão, a redução do tamanho dos ecrãs e o contexto de receção são constrangimentos para o potencial imersivo, como compara a autora: “Traditionally, television has been seen as the poor relation to cinema, unable to offer the immersive potential offered by sitting in a darkened room with the light of the projector throwing an image that consumes almost your entire vision.” (Evans, 2011:125). No mesmo sentido, a abordagem de Snickars e Vonderau (2009), compara a sensação dos espectadores nos primeiros filmes dos Lumière à atual impressão diante da realidade virtual:

We know that the founding myth of the immersion of moving-image projection is connected to the Lumière film *L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat*. Allegedly, the audience in the left part of the screening room mistook the image of the train for the real thing, and ran out to escape the threatening danger. Of course, the historical veracity of this story is today completely discredited, but the persistence of the myth testifies to the immersive powers of the image (Snickars & Vonderau, 2009: 322).

Apesar da sua importância para o sucesso das narrativas de forma geral, a imersão tem sido apontada como um dos principais elementos responsáveis pela alienação dos leitores. Na verdade, os teóricos continuam divididos entre a defesa e o repúdio pelo universo ficcional, pois, segundo os mais críticos, quanto maior a proximidade com a ficção, menor o interesse pela



realidade. Kim Toffoletti (2008), por exemplo, argumenta que o *supersistema* (Kinder, 1991) gerado pelo universo *transmedia* resulta em produtos alienantes típicos da *sociedade do espetáculo* (Debord, 1997), tais como o seriado juvenil americano *Gossip Girl*. A autora classifica a representação da juventude nesta ficção como irreal e acredita que a experiência *transmedia* sugere que as personagens podem ser manipuladas pelas tecnologias (Toffoletti, 2008: 73). De acordo com esta perspectiva, o potencial imersivo das narrativas *transmedia* pode apresentar certos perigos, pois os jovens tendem, cada vez mais, a trocarem o tempo destinado às obrigações da educação formal pelos momentos de lazer e entretenimento.

Por outro lado, Evans indica que as ficções americanas de qualidade, tais como *Spooks* e *24*, oferecem uma experiência imersiva onde os espectadores sentem-se completamente envolvidos com o mundo ficcional de maneira positiva (Evans, 2011: 92-93). De acordo com a autora, nos projetos *transmedia*, o uso dos computadores é superestimado face à televisão, pois, de alguma forma, a internet é “melhor” do que a televisão para as crianças, sobretudo porque os videogames proporcionam maior poder de decisão e desenvolvimento das *computer literacy skills* (Evans, 2011:95). Posicionamentos que comprovam a persistência da discussão entre apocalípticos e integrados<sup>8</sup>, ignorando que: “[...] a popularidade sempre diz algo sobre os verdadeiros desejos e aspirações do público, sensos reais de conexão e identificação [...]” (Ang, 2010:86).

Na abordagem de Matt Hills (2012), as expectativas e desejos dos fãs ultrapassam a proposta *transmedia* – de integração entre indústria e audiências – pois o *fandom* tem uma longa tradição de resistência, assente em críticas e contestações dos *media*. De alguma forma, ao contrário da proposta inicial, as narrativas *transmedia* podem desmerecer o capital cultural dos fãs (conhecimento enciclopédico da história), quando as indústrias servem-se das

8. Como referimos no primeiro capítulo, dois conceitos cunhados por Umberto Eco (1991), na década de 70, até hoje indissociáveis das discussões epistemológicas sobre os meios de comunicação.

extensões narrativas como resguardo ou resposta a certas críticas, encerrando o debate e protegendo o valor da marca por meio do *fanagement* – uma estratégia *trans-transmedia* (Hills, 2012:415).

[...] this ‘fanagement’ – the attempted management of fan readings, responses and activities – does not merely give fans what they want, i.e. coherence and narrative consistency. [...] Rather than harmonizing fan activities and branding practices, these *transmedia* strategies can be viewed as *trans-transmedia*: they represent trans-discourses which move across industry and fan contexts as well as across *media* platforms (Hills, 2012:425).

Os argumentos de Hills (2012:413), sobre a continuidade *hiperdiegética* das narrativas *transmedia*, também esclarecem que as estratégias de gestão da marca, adotadas pelo serviço público de televisão<sup>9</sup> na Inglaterra, raramente podem expandir as narrativas como a indústria de entretenimento norte-americana, sugerindo que a interação entre fãs e indústria difere de acordo com o contexto nacional.

### **De Certeau por Jenkins: entendimento da atividade dos fãs**

No âmbito da discussão sobre as narrativas ficcionais, consideramos que a difusão acelerada da tecnologia informática contribuiu inegavelmente para o surgimento de um novo cenário de produção e disseminação dos textos (Damásio, 2003:331). Neste sentido, a reconfiguração das relações entre produtores e consumidores adquire protagonismo na discussão sobre os ambientes *transmediados* de ficção, na medida em que a diluição de fronteiras entre texto e leitor configura-se como elemento fundamental da *transmediação*. Para o entendimento dos pilares que fundamentam a problemática do *transmedia* aplicado ao *storytelling*<sup>10</sup>, autores como Henry Jenkins

9. O estudo de caso desenvolvido por Hills analisa as estratégias *transmedia* da série inglesa *Torchwood*, da BBC.

10. Em linhas gerais, Henry Jenkins, 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 (idem, 2009), o sucesso deste entretenimento 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.

adotaram sobretudo as abordagens derivadas dos Estudos Culturais, com destaque para autores ingleses e franceses como Stuart Hall, Michel De Certeau e Pierre Lévy. Em suas obras, o propósito de Jenkins é, claramente, a (re) apropriação das reflexões provenientes dos estudos sobre as práticas culturais que analisam os modos de consumo e ocupação do tempo livre, condicionados pelas variáveis de gênero, faixa etária, classe social e etnia. Fazem parte desta compilação, as investigações seminais realizadas nas décadas de 1970 e 80, tanto dos autores ingleses como Richard Hoggart<sup>11</sup> e Stuart Hall<sup>12</sup>, como as pesquisas de Michel De Certeau, na França.

No intuito de entender a complexa relação entre produtores e consumidores, apoiada em conflitos de interesses, poder e resistência, Jenkins emprega principalmente as ideias de De Certeau, em especial para discorrer sobre as atividades dos fãs. Neste sentido, os termos “estratégias” e “táticas” operam como eficientes analogias para descrever tais dinâmicas, conforme a presença exaustiva destas abordagens em diferentes obras (Jenkins, 2009; Booth, 2010; Buckingham & Willett, 2009). Esta proposta de certeuniana assenta na distinção entre produtores como instituições “fortes”, determinantes das estratégias de poder; por outro lado, define os consumidores como “fracos”, jogadores nos terrenos impostos pelos produtores, todavia, que empregam as “táticas” disponíveis para subverter esta ordem hegemônica (De Certeau, 1998:100). “[...] la tactique est déterminée par l’absence de pouvoir comme la stratégie est organisée par le postulat d’un pouvoir” (De Certeau, 1990:62). Lopes corrobora esta interpretação, afirmando que “O embate se dá entre as estratégias dos dominadores e as táticas de resistência dos dominados” (2009:36). Assim como Booth: “By using the terms ‘strategies’ and ‘tactics’, De Certeau makes his metaphor obvious: producers and consumers are seemingly at war with on another over meaning.” (2010:147).

11. Em especial o livro *The uses of Literacy* (1957).

12. Em especial o modelo de comunicação proposto por Stuart Hall - *encoding/decoding*, assente na ideia da recepção como produção de sentido, com o mesmo texto a ser interpretado diferentemente conforme o contexto e o repertório pessoal de cada leitor.

Estes postulados estão presentes na obra *L'invention du quotidien*<sup>13</sup> – 1. *Arts de faire*, uma referência para o estudo das questões do consumo dos meios, publicada em 1990, como resultado das pesquisas de recepção concretizadas por De Certeau ao longo de duas décadas. A compreensão do cotidiano como espaço para a resistência criativa e transposição hegemônica – fomentada hoje pelas tecnologias digitais – em grande parte desponta da interpretação desta obra (Jenkins, 2009; Booth, 2010; Burgess & Green, 2009; Buckingham & Willett, 2009; Lopes, 2009). Entre as *artes de fazer* descritas por De Certeau e o estudo sobre o comportamento dos fãs, emergem as reflexões de Jenkins, dois anos depois, no livro *Textual poachers: Television Fans and Participatory Culture* (1992). Para além de empregar as duas noções descritas acima, Jenkins aprofunda outros conceitos, os quais julgamos importante destrinçar.

Ao observar as diferentes traduções realizadas de *L'invention du quotidien*, admitimos a existência de equívocos interpretativos na citação do termo *braconnage*<sup>14</sup>, traduzido para o português como *caça* (furtiva, sem autorização) e para o inglês como *poaching*. No excerto publicado por Jenkins: “Far from being writers...readers are travellers; they move across lands belonging to someone else, like nomads poaching their way across fields they did not write, despoiling the wealth of Egypt to enjoy it themselves.” (1992:24). Originalmente, este fragmento<sup>15</sup> pertence ao seguinte parágrafo:

Bien loin d'être des écrivains, fondateurs d'un lieu propre, héritiers des  
laboureurs d'antan mais sur le sol du langage, creuseurs de puits et  
constructeurs de maisons, les lecteurs sont des voyageurs; ils circulent

13. Título traduzido nos EUA como *The practice of everyday life* e no Brasil como *A invenção do cotidiano*.

14. No capítulo XII - *Lire: un braconnage*.

15. “Longe de serem escritores, fundadores de um lugar próprio, herdeiros dos servos de antigamente mas agora trabalhando no solo da linguagem, cavadores de poços e construtores de casas, os leitores são viajantes; circulam nas terras alheias, nômades caçando por conta própria através dos campos que não escreveram, arrebatando os bens do Egito para usufruí-los.” (De Certeau, 1998:269-270). Este excerto foi retirado da tradução brasileira do livro.

sur les terres d'autrui, nomades braconnant à travers les champs qu'ils n'ont pas écrits, ravissant les biens d'Égypte pour enjoir (De Certeau, 1990:251).

Examinando estes textos, questionamos se De Certeau realmente pretendia classificar os leitores como *caçadores nômades* ao referir a expressão *nomades braconnat*. O pensamento do autor, ao longo do texto, dá-nos abertura para diversas interpretações, em especial porque a metáfora é o seu principal instrumento.

Para caracterizar a atividades dos leitores, De Certeau propõe recorrer ao modelo de Lévi-Strauss, considerando a leitura como uma espécie de *bricolage* (1990:252). Do ponto de vista antropológico, bricolagem refere-se à união de vários saberes para formação de uma só cultura. De acordo com alguns autores, embora, para Jenkins, nem toda atividade *fandom* seja necessariamente de resistência, o conceito de *poaching*, a partir de De Certeau, é utilizado para referir as ações dos fãs como *bricolage* cultural (Casey et al. 2002:68). Neste sentido, Lacalle emprega o conceito de *bricoleur cultural* para definir os novos hábitos de produção e consumo dos produtos mediáticos:

O conceito de *bricoleur cultural* de Newcomb e Hirsch parece-nos útil para definir, na atualidade, a crescente atividade de um espectador transformado em usuário, que se multiplica na Rede e introduz na interpretação retalhos de sua realidade cotidiana, inclusive de sua própria biografia. Um espectador transformado em uma constante fonte de inspiração para os responsáveis das diferentes produções, cujo feedback através da Internet (chat, fóruns, blogs, redes sociais etc) configura uma viagem circular, de ida e volta desde a produção até a recepção, que engloba o paratexto (Genette, 1982) no texto, e a construção de significação na produção dos programas (Lacalle, 2010: 86-87).

Desta forma, o termo *bricolage* indica um caminho para entender o ato de ler como *un braconnage*. A abordagem de De Certeau, a partir de Lévi-Strauss, diz respeito à leitura “predatória” capaz de ultrapassar as estruturas pré-

-estabelecidas (resistência ao “poder” hegemónico) e inovar, reunindo conhecimentos anteriores e empregando um *mix* de memórias. Por outras palavras, *braconnage* é uma tática contra-hegemónica, uma forma diferenciada de interpretação dos textos da indústria cultural.

Para complementar esta reflexão, quando De Certeau admite que os consumidores são como *braconniers*, refere também esta atividade como invisível e silenciosa. Ainda no contexto francês, ao recuarmos no tempo, a Paris do século XIX, surge-nos uma importante figura de resistência à industrialização e à urbanização das cidades europeias: o *flâneur*. Estamos a recordar uma personagem criada por Baudelaire para nomear um indivíduo observador da vida urbana, numa época que o crescimento das cidades e a aceleração dos ritmos diários começava a impedir os cidadãos de prestarem atenção aos pormenores do quotidiano. A angústia, perante estas novas configurações da sociedade industrial, inspirou Baudelaire a criar esta figura alternativa ao modelo emergente. O lugar da atividade *flaneurie* é o burburinho da multidão urbana, porém as características intrínsecas do *flâneur* são a invisibilidade, o silêncio e a ubiquidade – três características presentes também na atividade *braconnier*, segundo De Certeau.

Assim como a *flaunerie* consistia numa prática de resistência ao impacto da modernidade no ambiente urbano, por sua vez, *braconnage* refere-se à resistência dos leitores aos textos impostos pelas indústrias da cultura. Encontramos, aqui, a comparação realizada por Jenkins, ao definir a ação dos fãs como uma atividade de resistência aos conteúdos produzidos pelos *media* de massa. No entanto, assinalamos que o verbo *caçar*, da forma como o entendemos em português, sobretudo desacompanhado do adjetivo *furtiva* (caça furtiva, caça secreta, caça oculta), não traduz o complexo fenómeno descrito por De Certeau. Por conseguinte, esta metáfora, no contexto cultural francês e na língua matriz, exerce perfeitamente o seu papel, todavia a transferência para outras circunstâncias faz-se com risco de interpretações potencialmente incorretas.

Na esteira desta reflexão, consideramos importante recordar, ainda, o ciber-*flâneur* – como ficaram conhecidos os primeiros cibernautas. Em virtude da sua presença silenciosa, invisível e ubíqua nas multidões do ciberespaço, os ciber-*flâneurs* foram apontados como representantes da pós-modernidade (Lemos, 2001). Contudo, num ciberespaço cada vez mais interativo, a partir da *Web 2.0* – onde a ideia de experiência individual é, de alguma forma, inferior à coletiva – o ciber-*flâneur* perde protagonismo<sup>16</sup>, dando lugar aos internautas que participam abertamente das atividades virtuais.

Voltando ao trabalho de Jenkins, no capítulo “*Get a life*”, do livro *Textual Poachers*, também identificamos a omissão do sentido do texto original de De Certeau. Os fragmentos da obra *L'invention du quotidien – 1. Arts de faire*, foram reproduzidos como citação direta, onde notamos a ausência do ponto de reticências, como podemos observar comparando os seguintes excertos:

Writing accumulates, stocks up, resists time by the establishment of a place and multiplex its production through the expansionism of reproduction. Reading takes no measures against the erosion of time (one forgets oneself and forgets), it does not keep what it acquires, or it does so poorly (Jenkins, 2009:44).

L'écriture accumule, stocke, résiste au temps par l'établissement d'un lieu et multiple sa production par l'expansionnisme de la reproduction la lecture ne se garantit pas contre l'usure du temps (on s'oublie et l'on oublie), elle ne conserve pas ou mal son acquis, et chacun des lieux où elle passe est répétition du paradis perdu (De Certeau, 1990:251).<sup>17</sup>

16. Como descreve o artigo “The death of the cyberflâneur”, do jornal *The New York Times*. [Disponível em] <http://www.nytimes.com/2012/02/05/opinion/sunday/the-death-of-the-cyberflaneur.html?pagewanted=all>

17. Na obra traduzida no Brasil: “A escritura acumula, estoca, resiste ao tempo pelo estabelecimento de um lugar e multiplica sua produção pelo expansionismo da reprodução. A leitura não tem garantias contra o desgaste do tempo (a gente se esquece e esquece), ela não conserva ou conserva mal a sua posse, e cada um dos lugares por onde ela passa é repetição do paraíso perdido.” (De Certeau, 1998:270).

Em resumo, ao observar a noção de leitores como *textual poachers*, concebida por Jenkins no início da década de 1990, percebemos, por um lado, a atualidade do pensamento cerateauiano a respeito do consumo ativo dos produtos culturais e, por outro, a complexidade do legado teórico deste autor que dá azo a diferentes interpretações.

Apesar disso, não pretendemos escamotear o mérito do referenciado trabalho de Jenkins, em especial no tocante ao emprego de conceitos como cultura participativa e cultura dos fãs para reflexão dos fenômenos do digital. Igualmente, devemos atentar para a evolução do trabalho do autor, pois as suas reflexões se foram aprimorando ao longo do tempo, desde o início dos anos 1990. Essa progressiva reflexão sobre as mudanças culturais num contexto de avanço frenético das tecnologias e resignificação da cultura está presente em suas publicações em plataformas digitais, comprovando a preocupação do autor em reavaliar o uso de termos e conceitos aos fenômenos contemporâneos. A respeito da natureza da produção cultural dos fãs, por exemplo, ao escrever o intróito de uma entrevista aos investigadores responsáveis por um relatório publicado na Polónia<sup>18</sup>, Jenkins declarou<sup>19</sup> que, há dez anos, quando escreveu o livro *Cultura da Convergência*, contemplava de forma muito mais entusiasta o trabalho conjunto entre produtores e fãs.

Por outro lado, Jenkins publicou em seu blogue “Confessions of Aca-fan”<sup>20</sup> um texto revisitando as ideias descritas em 2007<sup>21</sup> (reflexões que também estão presentes num artigo divulgado na revista *Technology Review*<sup>22</sup>, em 2003), com o objetivo de redefinir a sua interpretação do conceito de *trans-media storytelling*:

18. *Prosumption in the Pop Industry: An Analysis of the Polish Entertainment Industry*, financiado pela Local Knowledge Foundation, desenvolvido por Piotr Siuda Radosław Bomba Magdalena Kamińska Grzegorz D. Stunża Anna Szylar Marek Troszyński and Tomasz Żaglewski.

19. De acordo com o texto “The Prosumption Presumption”, publicado no dia 09 de janeiro de 2014, [Disponível em] <http://henryjenkins.org/2014/01/the-prosumption-presumption.html>

20. Os acadêmicos que participam da atividade *fandom* – comunidades de fãs – se autodenominam como *Aca-fans*.

21. “Transmedia Storytelling 101”: [Disponível em] [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html)

22. “Transmedia Storytelling - Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling.” (2003): [Disponível em] <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>



*Transmedia storytelling* represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story (Jenkins, 2011<sup>23</sup>online).

Nestas novas abordagens, Jenkins discorre sobre as incertezas teóricas surgidas nos últimos anos, pois muitos académicos e produtores procuram fórmulas simples e uma definição *one-size-fits-all*, apesar da complexidade do fenómeno não permitir tal procedimento (Jenkins, 2011). Para resolver este embate, o autor é peremptório ao afirmar a inexistência de uma fórmula *transmedia*, pois para além do atual momento de experimentação e inovação, o conceito refere-se a um conjunto de escolhas que pretendem definir a melhor forma de contar uma história, conforme os recursos disponíveis dos produtores.

### **Considerações finais**

De maneira previsível, o protagonismo dos intelectuais que assumiram uma posição entusiasta face aos fenómenos culturais desenvolvidos em conjunto com os avanços tecnológicos tem sido posto causa no campo dos estudos da comunicação pelos tecno-pessimistas contemporâneos. Em defesa da conceção de uma teoria crítica dos novos meios, autores como Christian Fuchs questionam profundamente o trabalho dos que hastearam a bandeira em defesa da cibercultura, tais como Henry Jenkins. As declarações a respeito do entendimento de Jenkins sobre o conceito de participação consistem em notórios exemplos da abordagem crítica proposta por Fuchs (2011). De acordo com o autor, Jenkins reduz a noção de participação a uma dimensão cultural, ignorando a economia política da cultura, a democracia participativa e suas implicações para a internet. Fuchs argumenta que a internet é dominada por corporações e pela acumulação de capital económico, o que para a teoria da participação democrática significa a ausência de expressivi-

23. “*Transmedia 202: Further Reflections*”: [Disponível em] [http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html)

dade participativa. Deste modo, numa sociedade dominada pela vigilância, a noção de cultura participativa deve considerar que os conteúdos publicados na internet são fortemente *mediados* pelas grandes corporações mediáticas.

Por conseguinte, identificamos uma relação paradoxal do uso das novas tecnologias como ferramenta para legitimação da tradição de resistência das comunidades de fãs. Por um lado, os *media* sociais permitem a expansão do conhecimento crítico de forma coletiva, ampliando a visibilidade das contestações dos produtos mediáticos, o que resulta no empoderamento dos fãs. Em contrapartida, a *mediação* tecnológica atua como ferramenta de controle dos conteúdos publicados em plataformas que pertencem às empresas mediáticas. Em resumo, esta dinâmica caracteriza a constante *guerra* – para usar o termo de Paul Booth – entre o controle dos produtores e a ambição dos fãs em interagir e/ou participar da produção dos conteúdos, sobretudo no que toca as narrativas ficcionais. A questão é se estamos num momento de maior equilíbrio entre estratégias produtivas e táticas dos fãs, ou continuam os receptores a permanecerem excluídos dos processos de decisão política e económica dos conteúdos.

## Referências

- Ang, I. (2010). A ficção televisiva no mundo: melodrama e ironia em perspectiva global. In. *MATRIZES*, 4 (1), pp. 83-99.
- Baym, N. K. (2000). Fans or friends?: Seeing social *media* audiences as musicians do. *Participations*, 9(2), pp. 286-316.
- Bell, D. (2001). *An introduction to cybercultures*. Londres: Routledge.
- Bell, D., Loader, B.D., Pleace, N. & Schuler, D. (2004). *Cyberculture: The Key Concepts*. Londres: Routledge.
- Booth, P. (2010). *Digital fandom*. Nova Iorque: Peter Lang Publishing.
- Buckingham, D., & Willett, R. (2009). *Video cultures: Media technology and everyday creativity*. London: Palgrave Macmillan.
- Burgess, J. & Green, J. (2009). *Youtube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph.

- Damásio, M. (2003). A produção de conteúdos ficcionais em ambientes multimedia. *Revista Comunicação e Linguagens - Ficções*, 32 (1), pp.331-342.
- Debord, G. (1997). *A Sociedade Do Espetáculo*. Lisboa: Edições Afrodite.
- De Certeau, M. (1990). *L'invention Du Quotidien: Arts De Faire*. Paris: Gallimard.
- De Certeau, M. (1998). *A Invenção Do Cotidiano: Artes De Fazer*. V. 1. *Artes De Fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10 (2), pp. 243-263.
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media And Daily Life*. New York: Routledge.
- Ford, S., Kosnik, A., & Harrington, C.L. (eds.) (2011). *The Survival Of Soap Opera: Transformations For A New Media Era*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- Freire, A. (1996). *A catarse em Aristóteles*. Braga : APPACDM.
- Fuchs, C. (2011). *Against Henry Jenkins. Remarks on Henry Jenkins' ICA Talk "Spreadable Media"*. Disponível em <http://fuchs.uti.at/570/> acesso em junho de 2015
- Harrington, C. L. & Bielby, D. (2010). *Soap fans: Pursuing pleasure and making meaning in everyday life*. Temple University Press.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. New York: Routledge..
- Hills, M. (2012). Torchwood's trans-transmedia: Media tie-ins and brand 'fanagement'. *Participations*, 9 (2), pp. 409-428.
- Hills, M. (2013). Fiske's 'textual productivity' and digital fandom: web 2.0 democratization versus fan distinction. *Participations*, 10 (1), 130-153.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. [online]. [Acedido em 03/12/2013]. Disponível em: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers and Games: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia storytelling* 101, disponível online em ‘Confessions of an Acafan’; [online]. [Acedido em 08/01/2014]. Disponível em: [http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html)
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H. (2010a). *Transmedia storytelling* and Entertainment: An annotated syllabus. *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](http://henryjenkins.org/2010/10/how_youtube_became_ourtube.html)
- Jenkins, H. (2011). *Transmedia* 202: Further Reflections. Disponível online em ‘Confessions of an Acafan’; [online]. [Acedido em 08/01/2014]. Disponível em: [http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html)
- Jorge, A. (2011). Young audiences and fans of celebrities in Portugal. *Comunicação & Cultura – Fãs e Celebridades*, 12 (2), pp.47-60.
- Kosnik, A. (2011). Soaps for Tomorrow: *Media Fans Making Online Drama from Celebrity Gossip*. In: *The Survival of Soap Opera: Transformations for a New Media Era*. University Press of Mississippi, pp.233-249.
- Lacalle, C. (2005) (ed.). *Los Formatos de La Televisión, deSignis* 7-8. Barcelona: Gedisa.
- Lacalle, C. (2010). As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet. *MATRIZES*, 3 (2), pp.79-102.
- Lacalle, C. (2012). Género y edad en la recepción de la ficción televisiva. *Comunicar*, 39 (20), pp.111-118.
- Lemos, A. (2001). Ciber-Flânerie. In: Fragoso, S. et al. *Comunicação Na Cibercultura*. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos.

- Lopes, M.I.V. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, 3 (1), pp. 21-47.
- Lopes, M. I.V., Borelli, S. & V. Resende, V. (2002). *Vivendo com a telenovela*. São Paulo: Summus.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck – The future of narrative in cyberspace*. Cambridge: The MIT Press.
- Neves, S. (2011). Don Draper, Avatares e Twitertainment: o comportamento dos fãs de TV na era transmidiática. *Comunicação & Cultura - Fãs e Celebidades*. 12, pp. 117-135.
- Rose, F. (2011). *The art of immersion: How the digital generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the way we tell stories*. New York: WW Norton e Company.
- Sandvoss, C. (2013). Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder. *Ciberlegenda*, (28), 08-41.
- Santos, R. (2011). Fãs e Celebidades. *Fãs e Celebidades*, 12(2), pp.11-20.
- Scolari, C.A. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Snickars, P., & P. Vonderau, (2009). The YouTube reader. *Mediehistoriskt arkiv*,12.93.
- Toffler, A. (1980). *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York: Bantam.
- Todorov, T. (1970). *As estruturas narrativas*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Tulloch, J., & Jenkins, H. (1995). *Science fiction audiences: watching Doctor Who and Star Trek*. Routledge.



# EXPLORAÇÕES CONCEITUAIS ACERCA DE NARRATIVA TRANSMÍDIA E FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA

Rodrigo Lessa

lessaro@gmail.com

## Introdução

Este artigo se destina a explorar noções conceituais acerca de um tipo particular de entretenimento que tem sido largamente difundido no âmbito da televisão, mas também em outras searas, como cinema, games, *comics* e literatura. Trata-se de um modo de contar histórias que contemporaneamente tem ganhado cada vez mais apreciadores: a narrativa transmídia, ou *transmedia storytelling*. Ao invés de um único produto cultural em uma única *mídia*, com a narrativa transmídia o consumidor tem à sua disposição um mundo ficcional composto de um emaranhado de peças espalhadas por várias plataformas midiáticas.

É importante falarmos desde o início que a narrativa transmídia é um modo que se reconfigura a cada nova experiência realizada, a cada reinvenção. É muito recente; apenas no final dos anos 1990 que as primeiras experiências transmídia começariam a se popularizar, e somente no início dos anos 2000 que os críticos culturais e acadêmicos começariam a refletir mais proficuamente sobre o fenômeno. E hoje, pouco mais de 15 anos depois, produtores da indústria do entretenimento televisivo ainda estão a todo o instante experimentando novas ferramentas e novas maneiras para expandir narrativas em direção a plataformas midiáticas diversas.

O termo transmídia é aplicável aos mais distintos fenômenos; em geral, significa apenas “através de mídias”, podendo ser utilizada nos mais variados contextos. Mas é preciso reservar o termo narrativa transmídia para se referir a uma estética contemporânea particular, que utiliza de recursos estratégicos coordenados de dispersão de conteúdos em múltiplos canais de mídia para se contar histórias acerca de um mundo ficcional. Embora muita coisa atualmente seja considerada transmídia, nem tudo de fato é *narrativa transmídia*.

Concordamos com Long (2007) quando ele defende o uso do termo transmídia como um adjetivo, uma qualidade ou característica a ser atribuída a produtos e linguagens, e não como substantivo. Transmídia não é um objeto a ser manipulado, assistido ou lido; é um conceito que se refere aos processos de transmidiação de conteúdos. A definição de transmidiação proposta por Fecchine e coautores (2013) é salutar para a compreensão dos processos em jogo:

Entendemos transmidiação como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente de convergência (Fecchine *et.al.*, 2013:26).

Desse modo, enxergamos a narrativa transmídia como um dos processos possíveis no contexto mais amplo de transmidiação de conteúdos. Para Jenkins, a narrativa transmídia “descreve uma lógica para se pensar o fluxo de conteúdo através de mídias<sup>1</sup>” (informação eletrônica, 2011). O autor cita outras lógicas possíveis, como *transmedia branding*, performance transmídia, ritual transmídia, jogabilidade transmídia, ativismo transmídia e espetáculos transmídia. É imperativo não atribuir, por exemplo, o termo narrativa transmídia para o mero processo de difusão e estabelecimento de uma marca em peças publicitárias de variados tipos e em variadas mídias;

1. Tradução nossa para: [...] describes one logic for thinking about the flow of content across media.



uma vez que o foco deste processo é a construção da marca, e não tanto a criação de histórias (embora possa haver histórias diversas sendo contadas), o mais correto seria chamá-lo de *transmedia branding*, e não *storytelling*.

Por exemplo, os variados produtos em torno da franquia *Star Wars* formam uma narrativa transmídia, com os filmes, *comics*, jogos e desenhos animados; contudo, também são comercializados produtos alimentícios, como cereais matinais na forma de personagens. Este segundo processo pode ser compreendido como *transmedia branding*, pois trata-se da utilização da marca *Star Wars* para a venda de produtos dos mais variados, não sendo apropriado incluir um alimento, obviamente não-narrativo, no escopo do universo transmídia de *Star Wars*. Da mesma forma, bonecos e brinquedos baseados em *Star Wars* podem levar pessoas a realizar experiências distintas dentro do *transmedia play*, ou jogabilidade transmídia; mas a ação de brincar com bonecos, por sua própria natureza, e assim como os cereais, não chega a configurar uma narrativa transmídia.

### **Narrativa transmídia é algo novo?**

O termo narrativa transmídia se tornou conhecido no mundo acadêmico após a grande repercussão do livro *Cultura da Convergência* (Jenkins, 2009a), originalmente publicado nos Estados Unidos em 2006<sup>2</sup>. Para Jenkins,

A narrativa transmídia representa um processo no qual elementos integrantes de uma ficção são sistematicamente dispersos através de múltiplos canais com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada meio faz sua própria contribuição para o desenvolvimento da história. Então, por exemplo, na franquia *The Matrix*, pedaços chave de informação são transmitidas através de 3 filmes *live action*, uma série de curtas de animação, duas coleções de histórias em quadrinhos, e vários videogames<sup>3</sup> (Jenkins, *informação eletrônica*, 2007).

2. A primeira publicação de Jenkins acerca da *transmedia storytelling* foi no site *Technology Review*, mantido pelo MIT - Massachusetts Institute of Technology, em 2003. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>>. Acesso em: 11 de jul. 2012.

3. Tradução nossa para: *Transmedia storytelling represents a process where integral elements of*

A franquia *The Matrix*, cujo primeiro filme fora lançado em 1999 (dirigido por Andy e Larry Wachowski, *Warner Bros. Pictures*), foi responsável por chamar a atenção para este tipo de narrativas que se predispunham a contar diversas histórias de um mesmo mundo ficcional através de múltiplos canais de *mídia*. Contudo, não é seguro afirmar que a narrativa transmídia seja invenção recente. Desde a década de 1960, a franquia *Star Trek* já possuía filmes, séries de televisão, romances, histórias em quadrinhos, jogos, produtos de *merchandising* e uma legião de fãs engajados e imersos em seu mundo ficcional através de *mídias* diferentes. Mittell (2012) argumenta sobre a importância de não encararmos a narrativa transmídia como um fenômeno novo nascido na era digital, usando exemplos de uma série de TV dos anos 1950, *Dragnet*, que começou como um programa de rádio, virou uma série de sucesso, e gerou uma variedade de livros, um filme longa-metragem, brinquedos, e uma refilmagem no final dos anos 1960.

É possível atribuímos o recente interesse nas questões da transmidiação às características da cultura da convergência. É a atual conjuntura econômica e cultural – grandes conglomerados de *mídia* produzindo conteúdos de forma coordenada e público participativo com comportamento migratório – que propicia um ambiente fértil para o desenvolvimento de produtos culturais transmídia. Jenkins reforça esta tese quando afirma que “Nós certamente precisamos compreender o que é novo acerca de nosso atual impulso em direção ao entretenimento transmídia, o que pra mim tem a ver com a configuração particular dos sistemas de *mídia* e o impulso para uma cultura mais participativa<sup>4</sup>” (informação eletrônica, 2009b). De forma complementar, Mittell aponta que “destacar o passado da transmídia não é

a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story. So, for example, in The Matrix franchise, key bits of information are conveyed through three live action films, a series of animated shorts, two collections of comic book stories, and several video games.

4. Tradução nossa para: We certainly want to understand what is new about our current push for transmedia entertainment, which to me has to do with the particular configuration of media systems and the push towards a more participatory culture.

sugerir que nada novo aconteceu nos últimos anos, já que não há dúvida de que a proliferação de formas digitais está levando a técnicas transmídia que são maiores em grau e diferentes nos tipos<sup>5</sup>” (informação eletrônica, 2012).

Exemplos de produtos transmídia podem ser notados há décadas, mas é apenas a partir do final dos anos 1990 e com maior ênfase a partir dos anos 2000 que a narrativa transmídia passa a ser *sistematicamente usada enquanto recurso estratégico para o entretenimento*. Neste contexto, *The Matrix* foi o maior responsável por mostrar que é viável a produção de narrativas transmídia; e uma vez bem-sucedidas, experiências como esta passaram a ser replicadas.

### **Transmídia ou *crossmedia*?**

Scolari (2009), ao definir a narrativa transmídia, compara o termo com outros conceitos diversos, como se vê:

TS [*transmedia storytelling*] não está sozinha: conceitos como “cross media” (Bechmann Petersen, 2006), “plataformas múltiplas” (Jeffery-Poulter, 2003), “mídia híbrida” (Boumans, 2004), “mercado-ria intertextual” (Marshall, 2004), “mundos transmidiais” (Klastrup & Tosca, 2004), “interações transmidiais” (Bardzell, Wu, Bardzell & Quagliara, 2007), “multimodalidade” (Kress & van Leeuwen, 2001), ou “intermídia” (Higgins, 1966) podem ser encontrados orbitando a mesma galáxia semântica. Todos estes conceitos tentam definir, a grosso modo, a mesma experiência: uma produção de sentido e prática de interpretação baseadas em narrativas expressas através de uma combinação de linguagens e mídias ou plataformas<sup>6</sup> (Scolari, 2009:587-588).

5. Tradução nossa para: Highlighting the history of transmedia is not to suggest that nothing new is happening in recent years, as there is no doubt that the proliferation of digital forms has led to transmedia techniques that are both greater in degree and different in kind.

6. Tradução nossa para: [...] TS is not alone: concepts like “cross media” (Bechmann Petersen, 2006), “multiple platforms” (Jeffery-Poulter, 2003), “hybrid media” (Boumans, 2004), “intertextual commodity” (Marshall, 2004), “transmedial worlds” (Klastrup & Tosca, 2004), “transmedial interactions” (Bardzell, Wu, Bardzell & Quagliara, 2007), “multimodality” (Kress & van Leeuwen, 2001), or “intermedia” (Higgins, 1966) may be found orbiting in the same semantic galaxy. All of these concepts try to define roughly the same experience: a sense production and interpretation practice based on narratives expressed through a coordinated combination of languages and media or “platforms”.

É importante, por isso, destacar o quão recente é o debate acerca das narrativas transmídia, havendo uma proliferação de termos correlatos que ora se referem aos mesmos processos, ora usam os mesmos termos para se referir a processos distintos. Por vezes, a noção de *crossmedia* (também escrito como *cross-mídia*, ou *mídia cruzada*, em português) é confundida com a de transmídia; cabe aqui uma diferenciação entre ambos para reforçar o que buscamos entender por narrativa transmídia.

As autoras Christy Dena e Monique de Haas são reconhecidas por seus trabalhos sobre o tema, buscando definições para *crossmedia* e assuntos correlatos. Para Dena, *crossmedia* é “definida como um ‘tipo de comunicação onde a história direcionará o receptor de um meio para o próximo’ [...]”. A definição de De Haas localiza acertadamente a atividade do usuário de uma peça *crossmedia* e o papel da história ao direcionar a atividade como elementos primários<sup>7</sup> (2004:1). Em outras palavras, em produtos *crossmedia* uma mesma história é contada através de mais de uma *mídia*, na qual uma *mídia* indica onde o leitor deve ir para continuar a fruição da história. Todas as partes, neste caso, são pedaços de uma mesma história: é essencial a fruição na ordem estabelecida pela história, pois as partes isoladas ou fora de ordem não farão sentido completo.

Além de concordar com as autoras, Antikainen, Kangas e Vainikainen (2004) tratam de outras características da *crossmedia*, como a habilidade em distribuir conteúdos únicos em várias *mídias* e a noção de COPE (*Create Once, Play Everywhere*; Crie uma vez, distribua em todos os lugares), que reforçam o caráter de história única da *crossmedia*. Em contraponto com a narrativa transmídia, podemos ressaltar que está mais preocupada em expandir a história e aprofundar em seu mundo ficcional, enquanto que a *crossmedia* se atém a uma única história, dividida em *mídias* diferentes. A *crossmedia* tem sido utilizada com ênfase pelo marketing e pela publicidade, a exemplo da campanha *See what happens* da Mitsubishi<sup>8</sup>.

7. Tradução nossa para: [...] defines as ‘communication where the storyline will direct the receiver from one medium to the next’ [...]. De Haas’ definition rightly places the activity of the user of a cross media work and the role of the storyline in directing this activity as primary elements.

8. Na campanha, um comercial televisivo interrompe a história sem contar o desfecho, apresentando

## Extensões transmídia

A expansão da narrativa ficcional acontece através do que chamamos de extensões transmídia (Mittell, 2012; Souza, Lessa & Araújo, 2013; Long, 2007; Evans, 2011; Lessa, 2013; Smith, 2009; Fechine *et.al.*, 2013): elementos dispostos em múltiplas plataformas de *mídia* e que adicionam e agregam algo à história, expandindo a narrativa.

Ao consumir as extensões, o público apreende novas informações conforme migra-se de uma *mídia* para outra, expandindo seu conhecimento acerca daquele mundo. Entretanto, o público não deve ser obrigado a consumir as extensões para que possa entender os acontecimentos. Desse modo, o desafio dos produtores de conteúdos transmídia é criar extensões interessantes o suficiente para que o público adote um comportamento migratório e que obtenha disso algum grau de satisfação, sem prejudicar a fruição daqueles que optem por não migrar de uma *mídia* para outra.

Os graus de proximidade e interdependência de uma *mídia* para outra podem variar, mas a noção de que a extensão soma algo ao conjunto da história não pode deixar de existir. Jenkins se apropria do termo “compreensão aditiva” (*additive comprehension*, no original), cunhado pelo *designer de games* Neil Young, para se referir “ao grau com que cada novo texto adiciona algo para a nossa compreensão da história como um todo”<sup>9</sup> (informação eletrônica, 2011).

A compreensão aditiva se realiza a cada novo texto, podendo cumprir inúmeras funções narrativas. De acordo com Jenkins (2011), há quatro modos principais através dos quais uma extensão pode agregar algo à narrativa: a) *backstory*, ou “história passada”, cujos acontecimentos se passam em um tempo cronológico anterior ao da narrativa principal; b) extensões em que há o mapeamento do mundo ficcional (ao explorar geograficamente o espaço

apenas o endereço de um site. Para assistir à conclusão da história, o espectador deveria ir até o site apresentado. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=dhKlOQozOMI>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

9. Tradução nossa para: [...] to refer to the degree that each new text adds to our understanding of the story as a whole.

e contribuir para um entendimento mais aprofundado do ambiente em que se passa a história); c) aquelas em que se mostram perspectivas de outros personagens à ação (situação na qual acompanhamos outros personagens para vermos a história, geralmente já conhecida, de outro ponto de vista); e d) aquelas em que se intensifica o engajamento da audiência (jogos *online*, por exemplo, demandam participação dos espectadores, que têm a oportunidade de explorar uma situação e aprofundar os conhecimentos acerca da história de uma forma mais atuante).

Mittell (2012) chama a atenção para a necessidade de diferenciarmos qualquer extensão de um produto cultural com o modo particular da narrativa transmídia. Para tal, o autor utiliza o conceito de paratexto, conforme definição de Jonathan Gray (2010). Extensões como sites promocionais, trailers, propagandas de TV, *merchandising*, vídeos de bastidores, dentre outros, podem ser classificados como paratextos na relação com o texto principal, que pode ser um filme, um videogame ou série televisiva. Esses paratextos poderiam ser compreendidos como extensões transmídia, pois são materiais alocados através de várias mídias; mas não contribuem para uma expansão da narrativa do texto principal, atuando apenas na promoção e introdução do texto principal. Mittell argumenta que:

Como Jonathan Gray argumentou em seu definidor trabalho sobre o tema, nós não podemos ver qualquer texto na nossa era de saturação da mídia em isolamento dos seus paratextos – por exemplo, filmes vem pré-enquadrados por trailers, capas de DVD e pôsteres, e uma vez que qualquer texto entre em circulação cultural, ele vira parte de uma complexa rede intertextual. Contudo, podemos seguir o exemplo de Gray para distinguir os paratextos que funcionam principalmente para criar *hype*, promover e introduzir um texto, daqueles que funcionam como ambientes contínuos de expansão narrativa<sup>10</sup> (Mittell, informação eletrônica, 2012).

10. Tradução nossa para: As Jonathan Gray has argued in his defining work on the topic, we cannot view any text in our media-saturated age in isolation from its paratexts—for instance, films come pre-framed by trailers, DVD covers, and posters, and once any text enters into cultural circulation, it becomes part of a complex intertextual web. However, we can follow Gray's lead by distinguishing

Desta forma, deve ficar clara a distinção entre os termos em questão: paratextos ou o que podemos chamar de extensões informativas (materiais promocionais/introductorios, distribuídos em várias mídias, como trailers, pôsteres, sites de divulgação) e extensões ficcionais (elementos que contribuem na expansão narrativa do texto principal, como blogs de personagens, *comics* ou sites fictícios de instituições que existem apenas na história). Ambos são considerados extensões transmídia no largo escopo dos processos de transmidiação de conteúdos, mas apenas as ficcionais se encaixam na lógica do que temos apresentado como narrativa transmídia.

### **Narrativa transmídia e ficção seriada televisiva**

Ao mesmo tempo em que a narrativa transmídia surgia e se disseminava nas variadas instâncias culturais, as experiências com os seriados de televisão passaram a se diferenciar dos modos de transmidiação de outros meios. Mittell (2012) utiliza a distinção entre transmídia balanceada e transmídia não-balanceada para explicar dois modos distintos de produzir – e analisar – narrativas transmídia, sendo o modo não-balanceado o mais observado nos programas televisivos.

Apropriando-se das definições iniciais de Jenkins, Mittell descreve a transmídia balanceada como aquela em que as várias peças possuem a mesma importância para a construção daquele universo ficcional, não havendo uma distinção – de caráter narrativo – clara sobre qual é o texto principal e quais são as peças “de apoio”. Cada produto, neste caso, é autônomo e autossuficiente, podendo ser consumido independentemente dos demais e sem necessidade aparente de se observar a cronologia ou ordem entre eles. O caso que melhor exemplifica esse modelo “ideal” de narrativa transmídia é *The Matrix*, em que os filmes no cinema, os curtas de animação lançados no DVD e os games para consoles e computadores podem ser consumidos e compreendidos sem que demandem uns aos outros. É importante ressaltar,

between paratexts that function primarily to hype, promote, and introduce a text, with those that function as ongoing sites of narrative expansion.

contudo, que o consumo associado de todas as peças proporciona uma compreensão abrangente daquele universo ficcional, pois elas são de alguma maneira partes integrantes de uma mesma história.

Mas esse modo “balanceado” teria encontrado problemas quando inserido na lógica produtiva da televisão. Mittell (2012) aponta que um dos motivos principais da utilização de narrativas transmídia no contexto televisivo é, afinal de contas, atrair audiência para o programa televisivo, e não desperçar o público para outras mídias. Outra função, ainda imersa em uma lógica comercial, é a de manter a audiência engajada no conteúdo televisivo, promovendo maneiras de fazê-la acreditar que vale a pena voltar a assistir ao programa quando ele for exibido na TV. A tendência observada, então, é a de que o programa televisivo se estabeleça como a narrativa principal de seu universo transmídia, ficando as outras peças ficcionais orbitando em sua volta sob um caráter secundário. A partir desta lógica, a televisão passou a produzir narrativas transmídia de um modo particular, o que tem sido chamado de *transmedia television* (Mittell, 2012; Evans, 2011; Clarke, 2012), ou televisão transmídia (Fechine *et.al.*, 2013; Lessa, 2013; Souza, Lessa & Araújo, 2013).

A primeira característica a se mencionar é justamente o modo de produção “não-balanceado”. Ao invés de criar peças autônomas, a televisão transmídia produz várias extensões que mantêm vínculos textuais com o seriado televisivo, que passa a ser considerado a narrativa central deste universo. Estas extensões podem ter maior ou menor dependência dos eventos narrados no seriado e, geralmente, só fazem sentido pleno para aqueles que consomem regularmente o programa principal.

[...] na indústria de alto risco da televisão comercial, as realidades financeiras demandam que a *mídia* principal de qualquer franquia seja identificada e privilegiada, tipicamente enfatizando a forma televisiva mais tradicional em detrimento aos novos modos de textualidade *online*. É útil distinguirmos a supostamente ideal forma de transmídia balanceada de Jenkins, sem nenhuma *mídia* ou texto com maior impor-



tância do que os outros, da forma de transmídia não-balanceada, em que há um texto principal facilmente identificável e um número de extensões transmídia periféricas que podem ser mais ou menos integrada ao todo, reconhecendo que a maioria dos exemplos se encaixam em algum lugar em um espectro entre balanceado e não-balanceado. Assim, para entender a televisão transmídia, nós podemos identificar o seriado televisivo como o texto principal, com extensões transmídia servindo como paratextos neste caso claro de transmídia não-balanceada<sup>11</sup> (Mittell, *informação eletrônica*, 2012).

Outra característica da televisão que possibilita um uso proveitoso da narrativa transmídia é a longa duração dos programas televisivos, ou conforme Evans (2011) se refere, as temporalidades em jogo nas narrativas seriadas. Sem esse aspecto talvez a narrativa transmídia não se encaixasse tão bem nos modos de produção da TV. A serialidade é característica inerente à programação televisiva, e Jenkins busca compreender a narrativa transmídia como “uma versão hiperbólica da série, no qual os blocos significativos e envolventes de informações da história foram espalhados não simplesmente entre segmentos de uma mesma *mídia*, mas sim através de múltiplos sistemas de *mídia*”<sup>12</sup> (*informação eletrônica*, 2009c).

De acordo com Evans (2011), a primeira dimensão da temporalidade se refere ao sistema de exibição dos seriados pelos canais de TV. As extensões transmídia realizadas para a televisão utilizam as janelas temporais inerentes à programação televisiva. Ou seja, no caso dos seriados televisivos, a expansão da narrativa para outros meios pode se realizar durante a exibição

11. Tradução nossa para: [...] in the high stakes industry of commercial television, the financial realities demand that the core medium of any franchise be identified and privileged, typically emphasizing the more traditional television form over newer modes of online textuality. It is useful to distinguish between Jenkins' proposed ideal of balanced transmedia, with no one medium or text serving a primary role over others, with the more commonplace model of unbalanced transmedia, with a clearly identifiable core text and a number of peripheral transmedia extensions that might be more or less integrated into the narrative whole, acknowledging that most examples fall somewhere on a spectrum between balance and unbalance. Thus in understanding transmedia television, we can identify the originating television series as the core text, with transmedia extensions serving as paratexts in this clear case of unbalanced transmedia

12. Tradução nossa para: [...] a hyperbolic version of the serial, where the chunks of meaningful and engaging story information have been dispersed not simply across multiple segments within the same medium, but rather across multiple media systems.

inédita de um episódio, entre a exibição de um episódio e outro, e entre o final de uma temporada e o início da próxima. Esta circunstância amplia a “vida útil” das narrativas dos seriados. Elas são expandidas para além dos horários de exibição na programação televisiva.

As temporalidades das narrativas da televisão transmídia são constantes e estreitamente associadas aos horários da programação da emissora. Ao passo que, por um lado, isto significa expandir o tempo no qual cada episódio pode ser consumido para além dos 30, 45 ou 60 minutos da sua exibição, por outro lado, também significa fazer um uso específico da lacuna entre episódios<sup>13</sup> (Evans, 2011:38).

A segunda dimensão da temporalidade diz respeito às tecnologias que permitem o telespectador assistir quando e onde quiser aos seriados: através da internet, serviços de streaming e de *on demand*, compra de DVDs e Blu-rays, além da mobilidade aumentada (pode-se assistir programas nos celulares, tablets, computadores, etc). Isso amplia a vida útil dos episódios de seriados, antes restrita à exibição original e suas reprises na grade de programação, e por consequência, amplia também a vida útil das extensões transmídia. Antes, o público que perdesse a exibição de um episódio encontraria mais dificuldades para assisti-lo – aguardar a reprise, conseguir uma gravação caseira com amigos, torcer para a emissora lançar o episódio em uma coletânea de VHS (raramente lançava-se temporadas completas neste formato, apenas episódios selecionados), ou até mesmo aguardar meses pelo lançamento em DVD. Hoje, não é tão difícil conseguir assistir a um episódio perdido. Esta mudança de paradigma – a ampliação do tempo de vida útil de uma narrativa – proporciona um ambiente propício para a execução de extensões transmídia no contexto televisivo.

Fechine e coautores (2013) propõem uma definição de televisão transmídia que abarca as especificidades do meio no uso da transmídiação:

13. Tradução nossa para: The temporalities of transmedia television narratives are fixed and closely associated with the broadcast schedule of the domestic broadcaster. Whereas, on the one hand, this means expanding the time in which each episode can be engaged with beyond the thirty, forty-five or sixty minutes of its broadcast, it also, on the other, means making specific use of the gap between episodes.

Empregamos a expressão televisão transmídia para designar, em termos mais específicos, a adoção do modelo de produção transmídia pela indústria televisiva, a partir da digitalização da TV, da incorporação de outras plataformas em sua cadeia criativa e da possibilidade de agenciamento de conteúdos proporcionado ao espectador. TV transmídia designa, em termos mais gerais, a expansão da produção televisiva para outros dispositivos, seja por meio da disponibilização de conteúdos repropostos ou reempacotados – formas de exploração da variabilidade propiciada pelo digital (versões dos conteúdos da programação) e de consumo dos programas fora da programação –, seja pela oferta em plataformas associadas de conteúdos complementares aos programas – os conteúdos televisivos transmídia propriamente ditos (Fechine *et.al.*, 2013:29).

Por conta dessas características, atualmente a televisão se consolida como ambiente fértil para o desenvolvimento de narrativas transmídia.

### **E as telenovelas brasileiras?**

Observando a produção brasileira de ficções seriadas, ambiência na qual a telenovela é seu principal produto, notamos uma clara diferença nas estratégias de transmidiação de conteúdos ficcionais utilizadas quando as comparamos com produções internacionais. A rigor, não devemos esperar que telenovelas brasileiras produzam extensões transmídia seguindo as mesmas lógicas observadas em, por exemplo, seriados estadunidenses, produtos largamente conhecidos por seus usos inventivos de estratégias transmídia. Souza, Lessa & Araújo (2013) comparam as extensões transmídia produzidas nos dois países e chegam à conclusão de que o formato peculiar da telenovela demanda formas distintas de transmidiação de conteúdos. Em suma, a intensa exibição quase diária de capítulos – exceto aos domingos – e o excesso de tramas, subtramas e personagens das telenovelas deixam pouco tempo e espaço para a criação de extensões ficcionais trans-

mídia que se dediquem à narração de novas histórias. Foi observado então que as telenovelas, em especial aquelas produzidas e exibidas pela Rede Globo, criam extensões em torno de duas estratégias principais, a saber:

A primeira é o uso de uma variedade de aplicativos e jogos que promovem a imersão no universo ficcional das novelas, permitindo que o público explore detalhes dos personagens, tramas, cenários, figurinos e cidades fictícias. [...] A segunda estratégia é o uso de sítios fictícios (de instituições que só existem nas novelas) e blogs e perfis de personagens em sites de redes sociais (Souza, Lessa & Araújo, 2013:325).

Extensões ficcionais transmídia como essas representam uma alternativa para a promoção de engajamento da audiência (ao convocá-la a interagir e brincar com os aplicativos, por exemplo) e de expansão narrativa (ao oferecer novas informações que não constam na telenovela, como por exemplo o fluxo de pensamento de um personagem através de seu perfil fictício na rede social Twitter), sem que com isso seja necessário produzir novas histórias a rigor.

No âmbito das telenovelas, existem não apenas extensões ficcionais, mas também extensões paratextuais (ou informativas). Guias de TV, fotos e vídeos de bastidores, sinopses de capítulos, entrevistas com elenco e equipe criativa, anúncios comerciais, dentre outros, são produzidos e distribuídos desde a criação da televisão; com a invenção e popularização da internet, houve um crescimento tanto na quantidade quanto na variedade desse tipo de extensão que visa promover e divulgar um programa. As telenovelas da Rede Globo, em especial, produzem proficuamente este tipo de material; Cerqueira (2014) catalogou 692 conteúdos desse tipo ao analisar uma única seção dos sites oficiais de cinco telenovelas, a saber: *Insensato Coração* (2011), *Fina Estampa* (2011-2012), *Avenida Brasil* (2012), *Salve Jorge* (2012-2013) e *Amor à Vida* (2013-2014).

A partir de uma observação cuidadosa dos sites oficiais de telenovelas, podemos destacar uma mudança na forma como esse material é apresentado ao público. Chamamos de *tratamento ficcional* a tendência observada de

transformar conteúdos, outrora simplesmente informativos, em extensões ficcionais transmídia. Ao invés de produzir uma sinopse ou nota jornalística recapitulando os eventos ocorridos na telenovela, por exemplo, é criado um game interativo em que o público desvenda um mistério ao juntar as pistas espalhadas ao longo dos capítulos passados. Esse é o exemplo do aplicativo *O segredo de Naomi*<sup>14</sup>, extensão da telenovela *Morde & Assopra* (2011), que cumpre a dupla função de lembrar ao público eventos importantes ocorridos meses atrás na história – e que desempenharão papel importante no desfecho da trama – e engajar o público na reta final da telenovela.

Essa mudança na forma de apresentar o conteúdo é significativa para pensarmos como as lógicas de transmediação estão sendo aplicadas no contexto brasileiro, sobretudo quando levamos em consideração a crescente predisposição à participação do público, o que compreendemos sob a alcunha de cultura participativa. Ao transformar certos conteúdos em extensão ficcional e, logo, em expansão da história da telenovela, os produtores estão convocando o público a imergir na ficcionalidade e a participar ativamente daquele mundo.

Tomemos como exemplo dois tipos de conteúdos largamente difundidos em extensões paratextuais de telenovelas: dicas de beleza e receitas culinárias. Todos nós já vimos notícias, posts em blogs e até reportagens em programas diurnos pautando esses dois temas, seja em criações oficiais da Rede Globo ou em produções independentes de blogueiros, sites de notícias e em programas de variedades de outras emissoras. Com o intuito de conferir um tratamento ficcional a esses conteúdos, a Rede Globo criou o blog *Dicas da Mona Lisa*<sup>15</sup>, cabelereira personagem da telenovela *Avenida Brasil*, e o *Livro de Receitas de Gabriela*<sup>16</sup>, personagem principal da telenovela que leva seu nome (remake exibido em 2012). Ambas as extensões são assinadas pelas

14. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/morde-e-assopra/Fique-por-dentro/noticia/2011/10/reta-final-siga-pistas-e-tente-descobrir-qual-e-o-segredo-de-naomi.html>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

15. Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/dicas-da-monalisa/platb/>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

16. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/gabriela/Fique-por-dentro/noticia/2012/10/segredos-da-cozinha-gabriela-veja-o-livro-de-receitas-da-morena-cor-de-canela.html>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

personagens e, logo, partem de seus respectivos mundos ficcionais. Essa mudança na forma de apresentar conteúdos relacionados aos programas representa um caminho possível – e potencialmente profícuo – para a criação de extensões ficcionais transmídia, em um contexto no qual a narração de novas histórias se apresenta como um desafio para as telenovelas já saturadas de personagens e tramas em exibições praticamente diárias.

Essa, contudo, é apenas uma das tendências observadas; há uma profusão<sup>17</sup> de experimentações na criação de extensões ficcionais das telenovelas, incluindo peças que narram novas histórias, contrariando as dificuldades apresentadas anteriormente. Um bom exemplo é a websérie *Sob o signo de Ferragus*<sup>18</sup>, da telenovela *O Astro* (remake, 2011), que contém 7 curtos episódios disponibilizados *online*. Outras extensões ficcionais em formato audiovisual publicadas *online* incluem um documentário fictício realizado por um personagem de *Cordel Encantado*<sup>19</sup> (2011), uma falsa reportagem jornalística que repercute acontecimentos vistos em *Salve Jorge*<sup>20</sup>, e clipes contendo o fluxo de pensamento de personagens de *Araguaia*<sup>21</sup> (2010-2011). Embora incipientes e em menor quantidade quando comparados com outros tipos de extensão, esses curtos materiais audiovisuais apontam para a possibilidade de expansão ficcional através da narração de novas histórias que dilatam e aprofundam os eventos ocorridos na televisão.

Conforme afirmamos no início deste artigo, a narrativa transmídia é um modo que se reconfigura a cada nova experiência realizada, a cada reinvenção. Cabe à academia o papel de acompanhar as mudanças e buscar compreendê-las em suas especificidades; tarefa nem sempre fácil. Produtos culturais distintos apresentarão formas distintas de fazer seus conteúdos

17. Para conferir a variedade de tipos de extensões transmídia em telenovelas, recomendamos a leitura de Souza, Lessa e Araújo (2013), Fechine e coautores (2013) e Cerqueira (2014), cujos trabalhos de categorização e análise de extensões são exemplares.

18. Disponível em: <<http://especial.oastro.globo.com/sobosignodeferragus/>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

19. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/cordel-encantado/Fique-por-dentro/noticia/2011/06/exclusivo-veja-na-integra-o-documentario-feito-por-penelope-sobre-o-cangaco.html>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

20. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/salve-jorge/videos/t/extras/v/morte-de-rachel-e-noticia-em-telejornal-turco-assista-ao-video/2469187/>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

21. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/araguaia/Fique-por-dentro/noticia/2011/04/cena-exclusiva-nancy-doce-e-sensual.html>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

percorrerem múltiplas plataformas midiáticas. E mesmo no âmbito da televisão, os mais diversos gêneros utilizarão de estratégias específicas; é salutar, portanto, que nos dediquemos a estudar as particularidades dos processos de transmídiação em programas televisivos. A noção de televisão transmídia, acreditamos, é um importante passo nessa direção. Como todo campo de pesquisa recente e em formação, há ainda um longo e – talvez justamente por isso – instigante caminho a ser percorrido.

## Referências

- Antikainen, H. & Kangas, S. & Vainikainen, S. (2004). *MGAIN Project: Three views on mobile cross media entertainment*. VTT Information Technology, Research Report.
- Cerqueira, R. (2014). *Transmídiação na Rede Globo: análise das estratégias de conteúdo nos sites das telenovelas*. Salvador. Dissertação (Mestrado) Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia.
- Clarke, M.J. (2012). *Transmedia Television: New Trends in Network Serial Production*. New York: Bloomsbury.
- Dena, C. (2004). Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design. In: *European Information Systems Technologies Event*, The Hague, Holland. Disponível em: <[http://www.christydena.com/Docs/DENA\\_CrossMediaObservations.pdf](http://www.christydena.com/Docs/DENA_CrossMediaObservations.pdf)>. Acesso em: 20 de out. 2012.
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. New York: Routledge.
- Fechine, Y. et. al (2013). Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das novelas da Globo. In: Lopes, M. I. (ed.). *Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira*. Porto Alegre: Sulina.
- Gray, J. (2010). *Shows Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: NYU Press.

- Jenkins, H. (2007). *Transmedia Storytelling 101*. [s.l.]: Confessions of an Aca-Fan. Disponível em: <[http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html)>. Acesso em: 13 de jul. 2012.
- Jenkins, H. (2009a). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H. (2009b). *The aesthetics of transmedia: in response to David Bordwell (Part One)*. [s.l.]: Confessions of an Aca-Fan. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2009/09/the\\_aesthetics\\_of\\_transmedia\\_i.html](http://henryjenkins.org/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i.html)>. Acesso em: 13 de jul. 2012.
- Jenkins, H. (2009c). *Revenge of the origami unicorn: the remaining four principles*. [s.l.]: Confessions of an Aca-Fan. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html)>. Acesso em: 13 de jul. 2012.
- Jenkins, H. (2011). *Transmedia 202: Further Reflections*. [s.l.]: Confessions of an Aca-Fan. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html)>. Acesso em: 13 de jul. 2012.
- Lessa, R. (2013). *Ficção seriada televisiva e narrativa transmídia: uma análise do mundo ficcional multiplataforma de True Blood*. Salvador. Dissertação (Mestrado) Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia.
- Long, G. A. (2007). *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. Boston. Dissertação (Mestrado) Comparative Media Studies, Massachusetts Institute of Technology.
- Mittell, J. (2012). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, pre-publication edition. New York: MediaCommons Press. Disponível em: <<http://mediacommons.futureofthebook.org/mcpres/complextv>>. Acesso em: 14 de set. 2012.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. In: Gross, L. (ed.) *International Journal of Communication*, v. 3, pp. 586-606.



- Smith, A. (2009). *Transmedia Storytelling in Television 2.0: Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms*. Middlebury. Dissertação (Mestrado) Film and Media Culture, Middlebury College.
- Souza, M. C. J., Lessa, R. & Araújo, J. (2013). Empresas produtoras, projetos transmídia e extensões ficcionais: notas para um panorama brasileiro. In: Lopes, M. I. (ed.). *Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira*. Porto Alegre: Sulina.



Parte II

## Trânsitos no Espaço Lusófono



# **A FICÇÃO TELEVISIVA NO ESPAÇO LUSÓFONO: ROTINAS PRODUTIVAS, PARCERIAS E COPRODUÇÕES**

Catarina Burnay

cburnay@fch.lisboa.ucp.pt

## **Introdução**

Temas universais, personagens congruentes, histórias paralelas e narrativas complexas são apenas alguns dos elementos chave da ficção televisiva dos dias de hoje. Produzida, transmitida e distribuída globalmente, a ficção televisiva do século XXI tem origem em mercados diferentes – quer em termos de dimensão, quer em termos de capacidade produtiva e de venda – desafiando as ideias instaladas sobre a hegemonia da América do Norte como mercado produtor e exportador e da assimetria de fluxos (Schiller, 1969, 1976; Wells, 1972; Nordenstreng & Varis, 1974; Varis, 1984; Tunstall, 1977; Boyd-Barrett, 1977). Paulatinamente, a América do Norte assiste ao crescimento da América do Sul (Brasil, México, Argentina), da Península Ibérica (Espanha e Portugal) e da Ásia Oriental (Coreia do Sul), ao desenvolvimento da Europa do Norte (Escandinávia), do Sudeste Europeu (Turquia) e do Médio Oriente (Israel), e à emergência de África (Angola e Moçambique) como centros de produção de ficção televisiva de vanguarda, catalisadora de audiências transnacionais. Esta nova dinâmica de mercados, embora não faça reduzir o poder atractivo das *US Scripted Series* por todo o mundo, mostra a centralidade da ficção na definição de grelhas

dos *broadcasters* e das suas extensões digitais, bem como a vitalidade da televisão enquanto meio de comunicação adaptado às práticas *multitasking* e *multiscreening* que se vão operando em contexto de mobilidade.

Dados trabalhados pelo *Observatório Iberoamericano da Ficção Televisiva* (OBITEL), entre 2005 e 2015, atestam este crescimento da oferta de conteúdos nacionais, nomeadamente no espaço Iberoamericano, quer ao nível do número de títulos e volume de produção, da diversidade de formatos e géneros, quer ao nível da sua expressão/impacto local e global. Esta curva evolutiva foi oscilando proporcionalmente aos contextos económico, político, cultural e social dos mercados, destacando-se a influência governamental no sector audiovisual de países como o México e a Venezuela, a crise económica em Portugal e Espanha, ou o impacto do desenvolvimento das plataformas de distribuição e partilha de conteúdos *on-line* verificado um pouco por todos os países.

De forma a contornar parte destes constrangimentos e contribuir para a sustentabilidade, rentabilização e divulgação dos seus conteúdos, observa-se, de uma forma transversal, o recurso a soluções alternativas e interactivas. São exemplo a incorporação de marcas, bens e serviços nos *plots* (*brand e product placement/soft sponsoring*) – numa tentativa de revestir as histórias de maior verosimilhança, de assegurar o investimento financeiro e a redução do *zapping* – e a dinamização de redes sociais e de processos de transmediação – diversificando os *outputs* da mesma história, aumentando o envolvimento das audiências e potenciando a cultura participativa e as práticas de cocriação (Scolari, 2008; Gillan, 2011).

Estas estratégias de produção são acompanhadas do entendimento das necessidades e dos gostos dos públicos, recorrendo-se à experiência, às tendências e à criatividade para actualizar e *remediar* as narrativas (Bolter & Grusin, 1999). *Remixado e hibridizado*, o produto televisivo nacional apresenta-se, assim e em simultâneo, próximo das tendências internacionais e dos quotidianos do consumidor local (Lessig, 2008; Canclini, 2003),

cumprindo o triplo propósito de manter o público fiel, de captar a atenção do público jovem – afastado do *broadcasting* e atraído pelos sucessos norte-americanos e pelas novas tecnologias –, e de entrar nos circuitos internacionais.

Em Portugal, as estações emissoras e as produtoras criam conteúdos, numa base regular, para alimentar o horário nobre e, mais recentemente, para testar *slots* outrora preenchidos por ficção importada. Este facto faz com que haja a necessidade de produzir um volume elevado de títulos e de horas, o que, aliada às demandas impostas pelos novos tempos marcados pela *mélange* cultural (Thussu, 2010) e pela tensão local-global materializa-se, do nosso ponto de vista, em quatro campos de actuação: a localização, a inspiração, a evocação do passado e as parcerias/coproduções.

### **As (novas) rotinas produtivas**

A *localização*<sup>1</sup> – adaptação à realidade nacional de um produto já acabado e experimentado em outros mercados – é um modelo de produção usado para preencher horário e assegurar audiências. Não obstante as potenciais diferenças sócio-culturais dos países de origem para os países compradores, os formatos comercializados são constituídos, na sua maioria, por narrativas universais, com uma margem razoável para a adaptação e localização. Neste sentido, os argumentistas têm a possibilidade de recriar tramas e de acrescentar sub-tramas e núcleos auxiliares para garantir que a transição de fronteiras se dê de forma natural. Nos últimos quinze anos, verifica-se que os canais comerciais, SIC e TVI, recorreram, ciclicamente, a esta estratégia<sup>2</sup>, permitindo ao primeiro fazer frente, de forma mais imediata, à

1. Ver, entre outros: Chalaby, J. (2015). The advent of the transnational TV format trading system: a global commodity chain analysis. *Media, Culture & Society*, 37(3). London: Sage, pp. 460-478; Moran, A. (ed.) (2009). *TV Formats Worldwide. Localizing global programs*. UK: Intellect; Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the global popularity of television formats. In: *Television & New Media*. London: Sage, pp. 359-383.

2. Entre 2000 e 2015, a SIC produziu vinte telenovelas, sendo que as adaptações/localizações tiveram um peso de 40% (nove títulos). A TVI, dos 49 títulos produzidos, oito foram adaptações/localizações (18%). Refere-se, ainda, que em face do aumento da produção da SIC a partir de 2010, em termos de volume e qualidade, a TVI, que não fazia adaptações desde 2007, voltou a adquirir formatos estrangeiros a partir de 2013 (*Belmonte* [*Hijos del Monte*, Chile]; *Mulheres* [*El Último Matrimonio Feliz*, Colômbia]).

investida do canal concorrente e, ao segundo, manter duas a três linhas de ficção em horário nobre com custos mais baixos, assegurando o efeito de arrastamento de audiências.

A comercialização de formatos não é uma prática recente. Albert Moran (2013) traça a evolução deste fenómeno ao longo dos tempos, fazendo uma divisão em quatro fases: a *traiblaizing programme imitations* (1935-1955), *casual exchange* (1955-1980), *the becoming of the format business* (1980-2000) e, por fim, a partir de 2000, *significant worldwide business*. É, precisamente, nesta última fase, que o mercado mediático mundial se encontra com a troca comercial de programas entre países com características diferentes, o que vem ajudar a contrariar os postulados sobre a direcção dos fluxos dos conteúdos mediáticos<sup>3</sup>. *Reality* e *talent shows*, *sitcoms* e telenovelas ganham “nova” vida com a adaptação aos mercados locais, sendo que o seu sucesso depende da forma como os canais e produtoras conseguem transformar “o local visível e o global invisível” (Chalaby, 2013). Jean Chalaby, sociólogo na City University (Londres) especialista no estudo da televisão transnacional, refere mesmo que os produtos ganham sucesso internacional sempre que conseguem alinhar-se com as audiências locais.

De forma paralela ao sistema estabelecido de troca de formatos, a *inspiração* constituiu-se como uma ferramenta para fazer chegar às audiências mais activas os produtos domésticos com um *twist* internacional. Em Portugal, a partir de 2008, mas com maior expressão a partir de 2010, as estações passaram a produzir formatos, géneros e temáticas menos trabalhados, assim como a explorar horários alternativos para a ficção em estreia<sup>4</sup>, como o *slot* da noite durante a semana. Séries, séries longas e miniséries, algumas em sistema de temporada – novidade em Portugal – deram corpo aos

3. Ver, entre outros: *Television Traffic – a one way street?* de Nordenstreng e Varis, 1974; *A Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação* e o *Relatório McBride*, 1980; *International Flow of Television Programs*, Varis, 1984.

4. Por tradição, a ficção em estreia é programada para o horário nobre.



temas-chave plasmados em títulos como CSI (investigação criminal)<sup>5</sup>, *Law and Order* (lei e justiça)<sup>6</sup>, *Grey's Anatomy* (rotinas médicas)<sup>7</sup>, *Vampire Diaries* (ambiente vampiresco)<sup>8</sup> ou *Supernatural* (oculto e sobrenatural)<sup>9</sup>.

Outro campo de actuação dos canais televisivos portugueses é a produção de *ficção histórica*. O exercício de “televisão de proximidade” (Laffond & Burnay, 2014; Coelho, 2005) potencia, por um lado, o despertar da recordação nostálgica do público mais velho e, por outro lado, o possível interesse do público mais novo para (re)visitar momentos do passado coletivo (Burnay, 2014b). A RTP, estação de serviço público, foi o canal mais ativo por parte de todos os canais em sinal aberto nos últimos quinze anos, com a produção e transmissão de 33 títulos (58% da oferta total desde 1999)<sup>10</sup>. A evocação do passado na construção/cristalização da memória colectiva numa dimensão local é, também, um reflexo das tendência de produção internacional, cujo escopo é mais orientado para o desenvolvimento de histórias que completam o imaginário global, atendendo aos imperativos da circulação nos mercados transnacionais<sup>11</sup>, mas com capacidade para ditar tendências de gosto e, conseqüentemente, de investimento produtivo local.

### **Portugal-Brasil-Angola: parcerias e coproduções**

Muitos dos produtos atrás apresentados resultam de *parcerias/coproduções* entre canais e/ou produtoras do mesmo país ou de vários países. Este recurso permite a captação de apoios financeiros para a produção e distribuição, o aumento do reconhecimento de pequenas e médias produtoras,

5. Ver, entre outros títulos: *37* (TVI, 2010); *Cidade Despida* (RTP, 2010).

6. Ver, entre outros títulos: *Liberdade 21* (RTP, 2008).

7. Ver, entre outros títulos: *Maternidade* (RTP, 2011); *Sinais de Vida* (RTP, 2013).

8. Ver, entre outros títulos: *Lua Vermelha* (SIC, 2010); *Destino Imortal* (TVI, 2010).

9. Ver, entre outros títulos: *O Dom* (TVI, 2011).

10. Ver Burnay, C. D. (2014) (coord.) *A História na Ficção Televisiva Portuguesa*. Lisboa: UC Editora; Burnay, C. D. & Lopes, P. (2013) *História en les Històries. La memòria portuguesa i les narratives de ficció televisives*. *Revista VIA. Valors, Idees, Actitudes*. Barcelona: Centre d'Estudis Jordi Pujol, pp. 138-147; Torres, E. C. & Burnay, C. D. (2013). The subject-matter of Audiovisual Historical Fiction in Portugal (1909-2012). In: Cabecinhas, R. & Abadia, L. (eds.) *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches*, Braga: Communication and Society Research Centre, pp. 190-20.

11. Ver, entre outros títulos: *Band of Brothers* (HBO, 2001), *Rome* (BBC/HBO/RAI Fiction, 2005-2007), *Downton Abbey* (Carnival Film & Television/Masterpiece Theatre, 2010); *Reign* (CBS/World 2000 Entertainment/Octagan Films/Joyful Girls Productions/Warner Bros., 2013); *The Musketeers* (BBC America, BBC Drama Productions, BBC Worldwide).

assim como o potencial da circulação internacional. A inclusão de actores e técnicos é a forma mais regular de participação, em especial por parte dos mercados mais pequenos, como Portugal. Apesar disso, a maioria dos produtos fica associada à nacionalidade dos realizadores e acaba por ganhar o rótulo de produto “estrangeiro” nos países cuja participação não é tão visível. De acordo com Paulo Cunha (2012) este pode ser um dos obstáculos ao maior desenvolvimento de conteúdos audiovisuais desta natureza.

Em Portugal, os canais/produtoras têm à sua disponibilidade programas de apoio a obras conjuntas, nomeadamente com países europeus, ibero-americanos e lusófonos, respaldados em directivas, decretos-lei e leis reguladoras<sup>12</sup>. De uma forma generalizada, estas parcerias permitem alcançar as diásporas portuguesas, assim como fomentar a dinamização dos fluxos mediáticos para a construção, mesmo que virtual e simbólica, de um mercado geocultural e geolinguístico mais homogéneo (Sinclair, Jacka & Cunningham, 1996; Barker, 1997; Straubhaar, 2007). Esta ideia remete-nos para uma ideia de lusofonia, conceito que tem sido discutido por Isabel Ferin ao realçar a importância dos *media* e dos seus conteúdos para a dinamização de um Espaço Lusófono, de “um espaço regional no interior das redes globais”, atendendo “[às] competências linguísticas, [ao] conhecimento mútuo, [às] redes sociais que inter cruzam estes países” (Ferin, 2007: 99)<sup>13</sup>. A Professora e investigadora da Universidade Coimbra olha o fluxo de

12. “Programa MEDIA/Programa Europa Criativa” para o desenvolvimento de projectos audiovisuais, distribuição e exibição a nível europeu; “Programa Eurimages” para apoio das coproduções cinematográficas europeias; “Programa European Film Production” para a promoção do cinema e talentos europeus; “Programa Ibermedia” para apoio da distribuição, coprodução, formação e desenvolvimento audiovisual no espaço ibero-americano; “ICA-Instituto do Cinema e do Audiovisual” para apoio de produções cinematográficas e audiovisuais [*Protocolo Luso-Brasileiro* com a Agência Nacional Brasileira do Cinema-ANCINE / Protocolos Portugal-Moçambique, Portugal-Cabo Verde e Portugal-Angola]; “DOCTV CPLP-Programa de fomento à produção e difusão de conteúdos audiovisuais” e “FICTV CPLP-Programa de fomento ao desenvolvimento, produção e teledifusão de obras de ficção”, ambos para o apoio da produção documental e ficcional da comunidade dos países de língua portuguesa; “FICA-Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual”; Diretiva “Televisão sem Fronteiras”; Diretiva do Parlamento Europeu “Serviços de Comunicação Audiovisual (SCSA)”, de 5 de maio de 2010; Lei 55/2012 da Assembleia da República Portuguesa que define os princípios do Estado Português para o fomento, desenvolvimento e proteção da arte, do cinema e das actividades cinematográficas e audiovisuais; Lei da Televisão (n.º8/2011).

13. Destaque para a ideia de criação de um canal de televisão lusófono para a difusão internacional de produtos audiovisuais em língua portuguesa em 2010 <http://www.publico.pt/media/noticia/portugal-e-brasil-querem-criar-canal-de-televisao-lusofono-1448958>, assim como para as tentativas de revitalização da extinta Associação de Emissoras de Língua Portuguesa, em 2008, durante o Encontro

conteúdos mediáticos entre Portugal e os países lusófonos como uma questão sensível e até controversa, fruto de uma relação de poder assimétrica, fundada historicamente, que potencia visões diferentes sobre a (aparente) hegemonia criada à volta da língua portuguesa (Ferin, 2007). Esta abordagem ganha dimensão prática na análise das parcerias/coproduções de títulos ficcionais televisivos realizados ao longo das últimas duas décadas.

Tabela 1. *Parcerias/coproduções* no Espaço Lusófono de títulos de ficção televisiva transmitidos pela RTP, SIC e TVI (1992-2014)

Ano	Título	Países e Entidades envolvidas
1992	<i>Pedra sobre Pedra</i>	Portugal (RTP) / Brasil (TV Globo)
1992	<i>Cinzas</i>	Portugal (RTP) / Brasil (TV Globo)
1993	<i>A Banqueira do Povo</i>	Portugal (RTP/ Brasil (Máquina dos Sonhos)
1994	<i>Verão Quente</i>	Portugal (RTP) / Brasil (TV Globo)
2005	<i>Segredo</i>	Portugal (RTP/Stopline Filmes) / Brasil (Accorde Filmes)
2006	<i>A Ilha dos Escravos</i>	Portugal (Cinamate, ICAM) / Brasil (Prodifilme, ANCINE) / Cabo-Verde / Espanha (Centre Promotor de la Imatge (CPI) S.A.
2007	<i>Paixões Proibidas</i>	Portugal (RTP) / Brasil (Rede Bandeirantes)
2007	<i>Regresso a Sزالinda</i>	Portugal (RTP) / Angola (Televisão Pública de Angola/TPA)
2010	<i>Voo Direto</i>	Portugal (RTP/SP-Televisão) / Angola (TPA)
2012	<i>Vermelho Brasil</i>	Portugal (ICA/RTP)/Brasil (Globo Filmes, Conspiração Filmes, / França (France 3/Pampa Production)/Canadá
2012	<i>Laços de Sangue</i>	Portugal (SIC/SP Televisão) / Brasil (TV Globo)
2013	<i>Dancin' Days</i>	Portugal (SIC/SP Televisão) / Brasil (TV Globo)
2014	<i>Mar Salgado</i>	Portugal (SIC/SP Televisão) / Brasil (TV Globo)
2014	<i>Getúlio</i>	Portugal (Midas Filmes) Brasil (Globo Filmes/Copacabana Filmes)

Fonte: elaboração da autora

das TVs de Língua Portuguesa, no Brasil <http://convergecom.com.br/telaviva/06/06/2008/paises-de-lingua-portuguesa-querem-que-brasil-consuma-co-producoes/#.VX9TefVhBc>.

Ao analisarmos estes dados, a primeira referência vai para o grande envolvimento da RTP. O canal de serviço público, no cumprimento dos desígnios consagrados no contrato de concessão<sup>14</sup>, permite a divulgação dos produtos junto de uma audiência maior (nacional e não nacional, via antenas internacionais), a transmissão em televisão do formato longa metragem em formato adaptado ao pequeno ecrã, como, por exemplo a minissérie (dois a quatro capítulos), assim como a promoção da cultura e identidade nacional, lusófona e europeia.

A década de 1990 fica marcada pelo início da presença assídua da relação Portugal-Brasil, destacando-se a telenovela “brasileira” *Pedra sobre Pedra* (que contou com a participação de dois actores portugueses) e a “portuguesa” *Cinzas* (RTP/NBP SA), realizada por Régis Cardoso. O realizador da primeira produção a cores da TV Globo, *Bem Amado*, disse, na altura, que embora Portugal possuísse melhores meios técnicos por estar na Europa, não tinha o ritmo característico das produções brasileiras<sup>15</sup>. Este tipo de comentários foi feito na imprensa portuguesa de forma recorrente durante as gravações e exibição de títulos como *A Banqueira do Povo*, *Verão Quente*, entre outros, potenciando, em nosso entender, o desenvolvimento das competências técnicas e artísticas das equipas portuguesas<sup>16</sup>.

Dando um salto no tempo e olhando para as produções mais recentes, reveste-se de especial importância desconstruir o processo da relação entre a SIC e a TV Globo para estes trabalhos. A estação comercial de Carnaxide, como é conhecida, entre fracassos e sucessos em termos de ficção nacional para horário nobre, acabou por enveredar pela produção de telenovelas de forma sistemática, quer através da compra de formatos e consequente adaptação, quer através da contratualização de obras de encomenda à produtora independente SP Televisão que, depois de adquirir o capital da Terra do Nunca (TDN), ficou com a exclusividade de produzir ficção para a estação.

14. [www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato\\_concessao\\_pdf.pt](http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato_concessao_pdf.pt)

15. *Jornal Público*, 11/06/1992

16. Burnay, C. (2010). *Ficção Nacional: a emergência de um “novo” paradigma televisivo*. Dissertação (Mestrado), Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa.

Neste sentido, se *Perfeito Coração* (2009/2010) preparou o terreno, *Laços de Sangue* (2010/2011) veio a concretizar uma rutura no panorama televisivo, ganhando espaço ao concorrente direto, TVI, e fracionando ainda mais a audiência, com a disputa diária pela liderança<sup>17</sup>.

A TV Globo, enquanto fornecedor de conteúdos para a SIC, acabou por perceber que através da parceria produtiva podia aproximar-se (ainda) mais do público português. Esta ideia não avançou mais cedo, pois a Globo não podia esquecer o facto de Portugal ser o seu maior comprador, pelo que a venda de um guião seria uma espécie de “auto concorrência”. Contudo, foi estabelecida uma parceria entre a SIC, a SP Televisão e a TV Globo<sup>18</sup>, e *Laços de Sangue* impôs-se, em poucos meses, no mercado televisivo, concorrendo diretamente pelos primeiros lugares do *raking* dos programas mais vistos, e desafiando as melhores expectativas da estação (9.5 de *rating* e 23.4 % de *share* na estreia, a 10 de setembro de 2010 e 16.2% de *rating* e 37.8% de *share* no último episódio a 2 de outubro de 2011).

Os 330 capítulos contribuíram positivamente para o desempenho audiométrico da estação, apresentando, em alguns momentos, uma audiência superior em três vezes à média do canal e chegando a ultrapassar as telenovelas da TVI, cuja liderança se mantinha desde 2001. Uma análise cuidada ao seu contexto produtivo e ao seu desempenho mostrou fatores críticos de sucesso, cuja existência veio inaugurar, do nosso ponto de vista, uma forma diferente de produzir e transmitir e, até, consumir telenovelas de horário nobre<sup>19</sup>.

17. Para o desenvolvimento desta subparte, recorremos a entrevistas realizadas no âmbito da investigação de Pós-Doutorado a Guilherme Bokel, *International Production Diretor da Globo TV Internacional* (atualmente responsável pelas parceiras com a Globosat) (14.2.2012; 1.8.2013) e Pedro Lopes, Diretor de Conteúdos da SP Televisão e Argumentista (3.5.2013).

18. Nesta altura, estava sobre a mesa o projecto de criação de uma produtora conjunta SIC/TV Globo.  
19. Burnay, C. (2011). *Laços de Sangue: um novo padrão de oferta e visionamento*. Comunicação apresentada no *Confibercom 2011, Primeiro Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana*, ST01 – Audiovisual (Rádio, Televisão, Cinema), ECA/Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Começamos, assim, por destacar o *contexto de criação*. A principal mudança verificou-se na primeira fase do projeto com a supervisão do guião. Na TV Globo é prática os autores com menos anos de titularidade terem o acompanhamento de um supervisor, desde o arranque do projeto até aos 60 primeiros capítulos. O supervisor é um autor mais velho e com mais experiência, escrevendo para o horário principal há várias décadas<sup>20</sup>. Em Portugal o cargo coube a Aguinaldo Silva, autor que tem uma relação de proximidade com o país, visto residir em Lisboa parte do ano, permitindo-lhe possuir um maior conhecimento da realidade nacional e, assim, conseguir avaliar a trama e as personagens criadas pelos autores portugueses de forma mais natural.

Para além da supervisão – que permitiu o ajuste do guião aos ritmos da TV Globo –, conseguiu-se acordar com a estação emissora dois princípios formais: a manutenção da estrutura original dos capítulos (permitindo a apresentação de ganchos<sup>21</sup>) e a fixação de uma hora certa de início e de fim dos capítulos<sup>22</sup>, levando ao desenvolvimento de um argumento mais eficiente em termos narrativos e ao cumprimento do “contrato” de confiança e fidelidade com a audiência (Charandeu, 1997; Véron, 2001). A concorrência dos últimos anos havia levado os canais a ajustar os horários, duração e estrutura dos capítulos às necessidades de contraprogramar, tornando obsoletas as regras de construção de argumento para a maximização do interesse por parte do telespectador, assim como a programação previamente divulgada.

O alargamento do *período de pré-produção* veio, também, mostrar-se como uma medida eficiente para o produto final. Por questões financeiras e logísticas (*timings* para as estreias), o tempo de pré-produção tinha vindo a ser reduzido para mínimos, o que não permitia à equipa de direção de atores

20. Entre outros: Aguinaldo Silva supervisionou *Meu Bem Querer* de Ricardo Linhares e *Tempos Modernos* de Bosco Brasil; Gilberto Braga supervisionou *Lua Cheia de Amor* de Ana Maria Moretzsohn, Ricardo Linhares e Maria Carmem Barbosa; Sílvia de Abreu supervisionou *Eterna Magia* de Elizabeth Jhin.

21. A realização dos ganchos foi uma exigência da Globo. O desaparecimento deste artifício da televisão portuguesa ficou a dever-se à necessidade das estações em fazer contra programação de grelha.

22. O produto foi anunciado como “a telenovela das 21:00”.

trabalhar o texto, nem definir, de forma criterioso, os *decors* exteriores fixos e as fachadas dos edifícios que iriam ter correspondência com os *decors* de estúdio. Os prazos limitados levaram, em alguns casos, a que as equipas trabalhassem em simultâneo, o que potenciava a ocorrência de casos caricatos, como a falta de correspondência arquitetónica.

Em *Laços de Sangue*, a planificação, embora apertada, permitiu fugir destes embaraços, dando tempo aos atores para desenvolver um trabalho de base com aulas de corpo, voz e posterior discussão das personagens, ainda antes dos ensaios de cenas. O *coaching*, que esteve a cargo da atriz brasileira Lais Corrêa, trouxe uma nova forma de encarar a personagem, dando espaço de experimentação aos atores, e permitindo construir interpretações consistentes e congruentes.

A estação tentou, também, apostar em novas caras, como Joana Santos, de modo a ir construindo um ativo de elencos diferente do da TVI e para ir construindo, junto do público, uma ideia de padrão qualidade SIC na ficção, para lá da informação (bandeira da estação desde o seu aparecimento). Dentro desta linha de objetivos, a Globo fez trabalho de pós-produção, com a supervisão geral e o tratamento diferenciado da luz, marcando uma diferença face à imagem das telenovelas da TVI.

*Laços de Sangue* também marcou a diferença pela aplicação de processos avaliativos regulares. Estes processos permitem analisar, qualitativamente, os interesses do público. Mediante a aplicação do método do *focus group*, em momentos distintos, esta técnica permite perceber se o rumo das histórias e das personagens se encaixa nas expectativas dos recetores. Estas análises levam à criação de momentos de mudança ou continuidade, contribuindo para o aumento da empatia com os consumidores. No caso específico de *Laços de Sangue*, este acompanhamento foi constante, tendo a estação realizado seis *focus group* ao longo da emissão, sensivelmente o dobro da concorrente TVI.

Todas estas iniciativas permitiram a construção de um produto de qualidade que, não só contribuiu para o aumento da audiência da própria estação, como veio a reconfigurar o padrão do telespectador das telenovelas em Portugal. Queremos com isto dizer que, embora se continue a verificar uma maior adesão junto das mulheres com mais idade e residentes no interior do país, observa-se uma divisão menos compartimentada. Destaque para duas realidades: a penetração na faixa dos 25/34 anos e nas classes A/B, o que se reflete nos públicos frequentadores dos espaços interativos, ao perceber-se, quer pelos comentários, quer pelos perfis, que são, na sua generalidade, jovens-adultos/adultos com um nível de escolaridade e maturidade superiores. Esta realidade veio abrir espaço, especialmente à SIC, para a produção de uma ficção renovada, mais adaptada ao gosto dos mais jovens e mais alinhada com as dinâmicas sociais da contemporaneidade. Em adição, a qualidade de *Laços de Sangue* veio a ser reconhecida internacionalmente com a nomeação e atribuição do *Emmy para Melhor Telenovela Estrangeira 2011*.

As estratégias atrás descritas abriram caminho para o desenvolvimento de mais parcerias entre a SIC/SP Televisão e TV Globo. *Dancin' Days* (2012-2013), telenovela produzida em 1978 e transmitida em Portugal pela RTP1 em 1979, foi um *remake costumizado*, ou seja, a adaptação e localização de uma história a uma realidade nacional distinta, assim como a uma década diferente. O novo sucesso desencadeou, em 2014, a estreia de *Mar Salgado*, uma telenovela ancorada nos quotidianos de uma vila piscatória virada tanto para dentro (bairrismo), como para fora (turismo), acompanhando os ritmos de diversas camadas socioeconómicas da população portuguesa e explorando temas actuais e geradores de debate na sociedade civil. A telenovela mais vista da SIC até hoje, tem conseguido obter dados de audiência muito expressivos batendo, quase diariamente, a concorrente directa, TVI.

Partindo desta relação entre Portugal e o Brasil, e fazendo uma ligação com a perspectiva de Isabel Ferin já enunciada (2007), parece-nos interessante abordar a ideia de bidireccionalidade de fluxos de conteúdos de ficção televisiva (Brasil-Portugal-Brasil). Habitado a exportar ficção para Portugal há



37 anos, o mercado brasileiro começou a contactar com as produções ficcionais portuguesas só a partir do ano 2000. Os poucos títulos apresentados<sup>23</sup>, a dobragem como recurso de entendimento, embora estejamos perante a mesma língua, a transmissão intermitente e a concorrência da TV Globo (atendendo a que os títulos têm sido comprados por canais menos expressivos, como a Bandeirantes ou a recente TV Brasil), não permitiram uma aceitação generalizada e confortável no Brasil<sup>24</sup>. Talvez fruto da sua natureza histórica, a série longa *Equador* adquirida, em 2011, pela TV Brasil, canal público brasileiro pertencente à Empresa Brasil de Comunicação e fundado em 2007, conseguiu ter uma maior expressão.

José Zimmerman, Diretor de Aquisições Internacionais da estação, explicou-nos que o que leva à compra de um produto, mais do que o mercado de origem é a sua qualidade<sup>25</sup>. No caso vertente, como o livro de Miguel Sousa Tavares teve muito sucesso no Brasil, a estação decidiu adquirir os direitos, após contactar com o produto no MIPCOM, em 2009. Os direitos foram comprados pelo período de três anos e oito passagens e a primeira transmissão – programada de segunda a quinta – foi oferecida no *slot* das 23:00, fruto da apresentação de algumas cenas mais ousadas, assim como forma de atingir um público mais ilustrado. A dublagem, feita em São Paulo, durou dois meses e mostrou-se essencial para que o público brasileiro pudesse compreender, na íntegra, a obra.

Dados do Kantar Ibope Media (Media Workstation – PNT), mostram que o produto teve o seu melhor dia de audiências a 16 de novembro de 2011, com 0,28% de *rating* e 0,5% de *share* – valores pouco auspiciosos, mas congruentes com a expressão do canal no mercado brasileiro.

23. *Morangos com Açúcar*, Rede Bandeirantes e Rede TV; *Olhos de Água*, *Olá Pai*, Rede Bandeirantes; *Equador*, TV Brasil.

24. De acordo com a Agência Lusa, *Olhos de Água* registou uma audiência média de dois pontos percentuais, representando, na região metropolitana de São Paulo, cerca de 86 mil telespectadores. <http://noticias.uol.com.br/lusa/ultnot/2004/03/23/ult611u40059.jhtm>, acedido a 27 de outubro de 2013.

25. Entrevista realizada no âmbito do Pós-Doutorado (José Zimmerman, Gerente de Aquisições Internacionais da TV Brasil, 12.07.2013).

Apesar destes “pequenos passos”, alcançar a aceitação e reconhecimento dos produtos portugueses no Brasil poderá ser uma porta para outros mercados, como o do América Latina. Este facto levanta questões pertinentes relacionadas com o mercado geolinguístico de ficção (Português/Espanhol) (Larse, 1990; Sinclair, 2000), atendendo a que as produções portuguesas raramente são autonomizadas das brasileiras, levando, em nossa opinião, à rotulação de Portugal como um “país fantasma de produção ficcional”. Esta ideia só poderá ser invertida, a partir do momento em que as produções domésticas começarem a ganhar um lastro maior nos circuitos internacionais, condição actualmente em curso<sup>26</sup>.

Se no passado o Brasil exportava telenovelas para Portugal, e metaforicamente era o ‘colonizado colonizando o colonizador’, hoje temos uma proposta concreta que tenta reverter essa situação, quando o Brasil põe no ar uma telenovela portuguesa (...).

Achar a fórmula é questão de interesse para os que pensam sobre e para os que produzem telenovela, independentemente de onde se situam as raízes do local na proposta que visa a transposição de fronteiras, sejam das culturas internas (ao nacional) ou das culturas externas (ao nacional) em direção ao transnacional (Motter & Malcher, 2005: 679, 684).

A produção ficcional brasileira tem grande expressão em Angola, outro mercado de língua portuguesa. Em 1975, ano em que Angola ganhou a independência de Portugal, o Brasil foi o primeiro a reconhecer o país como nação soberana, facto, até hoje, reconhecido pelos cidadãos angolanos. Música, literatura, mas, acima de tudo, telenovelas oriundas do Brasil, são activos culturais por excelência no território angolano<sup>27</sup>. A propagação de uma espécie de *Brazilian way of life*, muitas vezes assumido pelo povo an-

26. Para mais informações ver Burnay, C. (2014). *A Ficção Televisiva (Inter)Nacional. A (Inter) Nacionalização da Ficção Televisiva*. Um estudo integrado dos fluxos, dinâmicas e estratégias de programação da ficção nos canais portugueses em sinal aberto (1994-2013). Relatório Científico de Pós-Doutorado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

27. Prémio José Saramago 2013, Ondjaki, nome pelo qual é conhecido o escritor Angolano Ndalú de Almeida, tem como referência nas suas obras as telenovelas brasileiras, como *Roque Santeiro*, que preencheram a sua infância. Ver, por exemplo, a sua obra de 2007, *Os da minha rua*.

golano como o ideal de libertação das consequências da colonização<sup>28</sup>, tem levado ao mimetismo de tendências de moda e *lifestyle*, contribuindo, inclusivamente, como inspiração para as produções locais. Esta sinergia levou a que, em termos de contra-fluxo, a telenovela Angolana *Windeck*<sup>29</sup> tivesse sido transmitida na TV Brasil e na TVE RS (TV Educativa de Porto Alegre) sem o recurso à dublagem. Transmitida, também, em Portugal (RTP) entre abril e dezembro de 2013, a telenovela *Windeck* veio preencher a grelha de *daytime* do canal de serviço público contribuindo, a médio prazo, para a descontinuidade das telenovelas de origem brasileira programadas para esse *slot* e para o desenvolvimento de produções próprias. Embora angolana, *Windeck* foi filmada em Portugal (nos estúdios da SP Televisão) e contou com contributos lusos (actores, técnicos, guionistas e realizadores). Esta ligação com Portugal na área da produção televisiva, que emana da vaga de investimento financeiro angolano em várias áreas de negócio em Portugal, incluindo no sector dos *media*<sup>30</sup>, tem permitido, por um lado, o desenvolvimento de coproduções e, por outro lado, tem permitido a Angola criar experiência, formar actores e equipas técnicas próprias, levando à produção de conteúdos cujo sucesso tem garantindo a exportação para o espaço África e para o Espaço Lusófono<sup>31</sup>.

28. [www.agostinhoneto.org](http://www.agostinhoneto.org)

29. *Windeck*, da Semba Produções, estreou em Angola, na TPA2 e na TPA Internacional, em horário nobre no ano de 2012. No seu país de origem recebeu o nome *Windeck: subir na vida tem um preço*, no Brasil *Windeck: todos os tons de Angola* e, em Portugal, *Windeck: o preço da ambição*. A telenovela foi nomeada para para o Emmy Internacional de Melhor Telenovela 2013.

30. Ver, entre outros: Ferin, I. (2011). The Portuguese Postcolonial Migration System: a qualitative approach. In Cogo, D. et al (eds.) *Diasporas, migrations, communication technologies and transnational identities*, INCOM-UAB: Barcelona, pp. 213-229; Ferin, I. (2007). Lusofonia, Media e Conteúdos. *Estudos do Século XX*, nº 7, pp. 97-113; Figueiras, R. & Ribeiro, N. (2013). New Global Flows of Capital in Media Industries after the 2008 Financial Crisis: The Angola-Portugal Relationship. *The International Journal of Press/Politics*, 18 (4): 508-524, um dos *outputs* do projeto *Media Systems of the South Atlantic: Singularities of Lusophone Modernity* financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, Portugal (EXPL/IVC-COM/1691/2012).

31. Exemplos recentes são a longa metragem *Njinga: a Rainha de Angola* (Semba Comunicação, 2013) e a telenovela *Jikulumessu* (Semba Comunicação, 2015). O filme, realizado pelo português Sérgio Graciano, estreou em Angola em Novembro de 2013, seguindo-se as estreias nas salas de cinema no Brasil (Março e 2014), em Portugal (Julho de 2014) e, em Novembro de 2014, foi cabeça de cartaz no Festival de Cinema da *Royal African Society*, em Inglaterra e, em 2015, foi exibido no *Festival de Cinema de Londres*. Em 2015 foi também apresentado no *Festival de Cinema Pan-Africano de Cannes*, França e no *Festival de Cinema Afro-Americano Langston Hughes* em Seattle, Estados Unidos da América. Ginga Mbandi, Njinga ou Ana Sousa é um símbolo nacional de resistência à ocupação colonial portuguesa. Durante quatro décadas, a “rainha” guerreira lutou em defesa do seu povo, chegando a converter-se ao Cristianismo e a adoptar um nome português ao negociar um tratado de termos iguais. A primeira incursão de Angola pela produção de longas-metragens fez-se, assim, mediante a construção de um

Nesta sequência, destacamos as coproduções Portugal-Angola *Regresso a Sizalinda* e *Voo Directo*. O primeiro título, embora rodado em 2007, apenas surgiu no pequeno ecrã em 2010. Com uma dimensão serial de 46 episódios, a série-longa transmitida na RTP1, ao fim de semana, no *slot* de acesso ao horário nobre, foi baseada na obra *Fala-me de África* de Carlos Vaz Ferraz, pseudónimo literário de Carlos Matos Gomes. Os temas da colonização, da descolonização, da vinda para Portugal de cerca de meio milhão de “retornados”, das consequências, dos traumas (por contar), dos segredos de família deixados em Angola são o pano de fundo desta obra, cujo teor polémico, levou também a que a obra só fosse transmitida três anos após a sua produção. Este *delay* e a posição em grelha levou a que o título alcançasse números modestos (uma média de 22% de *share* e de 4% de *audiência média*). Se *Regresso a Sizalinda* explorou o passado histórico comum, *Voo Directo* (2010), continuando a ser um “exercício de proximidade cultural” (Rueda Laffond, 2011), voou para o século XXI através da relação de quatro hospedeiras de bordo. A amizade entre duas portuguesas e duas angolanas em constante trânsito geográfico e cultural dão o mote para a abordagem de temas do quotidiano e da contemporaneidade, atendendo às diferenças e às semelhanças entre as personagens femininas principais e os seus países de origem. Os olhares de alteridade foram fixados em obra televisiva pela produtora portuguesa SP Televisão e pela produtora angolana Semba, com filmagens nos dois países e, pela primeira vez na história do audiovisual de Portugal e Angola, a transmissão foi simultânea (RTP e TPA). Com 16 episódios, *Voo Directo-a vida a 900 Km/hora (slogan)* estreou em horário nobre, auferindo 24,9% de *share* e 9,4% de *audiência média*.

épico, inteiramente filmado no mato e com a presença de centenas de figurantes. Nos fóruns *online* e nas redes sociais assiste-se ao debate sobre a versão oficial da história e a versão contada, nem sempre coincidente. A telenovela *Jikulumessu: Abre o Olho*, actualmente em exibição da RTP1, é uma produção Semba, em parceria com a TPA. As filmagens decorreram em Angola na cidade cenográfica de 4000m<sup>2</sup>, conhecida por *Centro de Produção Camama*. A história de Joel Kapala, o *bullying* e os conflitos familiares são os temas-base deste folhetim contemporâneo que viu as suas emissões suspensas, durante uns dias, fruto da apresentação de um beijo entre duas pessoas do mesmo sexo. A Semba, produtora responsável, emitiu um comunicado desculpando-se por, de alguma forma, ter ferido susceptibilidades, mas que a telenovela tinha um papel pedagógico e de intervenção social, ao promover o diálogo sobre a tolerância e sobre o respeito por todos os grupos sociais. O próprio CEO da produtora – José Paulino dos Santos, filho do Presidente da República de Angola, José Eduardo dos Santos – referiu-se, publicamente, à suspensão da telenovela como um acto de censura.

O título mais recente que reflecte esta relação é a telenovela *A Única Mulher*, estreada na TVI a 15 de março de 2015. Embora não seja uma coprodução, podemos entender o produto como uma parceira, atendendo a que foi gravada em Angola e em Portugal, mostrando paisagens rurais e urbanas, tendo actores angolanos e tocando em temas fraturantes sobre a relação dos países. Paralelamente, o conteúdo foi comprado por Angola antes de iniciar a transmissão em Portugal. A adesão ao produto tem sido oscilante, havendo um especial envolvimento por parte do espectador mais velho e de classe mais baixa, congruente com o espectador-tipo da estação, mas também daqueles que experienciaram Angola em tempo de colonização. José Eduardo Moniz, consultor para a ficção da TVI disse, em entrevista ao *Diário de Notícias* (12.11.2014) que “aqui, a par das outras protagonistas, Angola também é protagonista” (...) “É um país com fortíssimas tradições em Portugal, do qual uma dose muito grande de portugueses tem enormes saudades. O que fazemos é um regresso ao passado, cruzando-o com a enorme evolução que este país sofreu”. Já em 2015, o *Jornal de Notícias* (29.03.) explora esta ligação afectiva em reportagem, ao ouvir espectadores da telenovela portuguesa que, durante o período colonial, viveram em Luanda, mostrando que o contacto com a trama tem o poder de reavivar memórias nostálgicas, mas tornando-se, por vezes, uma experiência difícil.

O título da telenovela – *A Única Mulher* – é o nome de uma canção de cantor angolano muito famoso em Portugal, Anselmo Ralph, que a interpreta no genérico. Primeiro artista angolano a conquistar o *top* de vendas discográficas em Portugal, Anselmo Ralph tem percorrido os principais palcos do país, para além de ter integrado o júri de um *reality* de talentos no canal de serviço público, e ditado tendências na cena musical portuguesa (Kizomba), o que o levaram a integrar o *star system* nacional.

Para além destas parcerias e coproduções que permitem a presença de produtos, em parte portugueses, em terras africanas, é, também, de assinalar as aquisições de conteúdos lusos já acabados para transmissão nos canais de Angola e Moçambique. Moçambique, fruto da fragilidade económica e

social, ainda não tem um mercado de *media* sólido, pelo que se registam compras pontuais para a TIM (Canal Independente Moçambicano), enquanto Angola adquire, de forma mais sistemática e em maior volume, para a TPA2 (Televisão Pública de Angola), para a ZIMBO TV (canal privado), ZAP e ZAP Novelas (televisão por satélite). Dados fornecidos pelo departamento de aquisições da TVI<sup>32</sup> – estação comercial que iniciou as vendas para este território – entre 2008 e 2013 foram vendidos três títulos para Moçambique<sup>33</sup> e oito títulos para Angola<sup>34</sup>, estando este último mercado a posicionar-se como um comprador privilegiado.

A ligação da ficção televisiva com o espaço de expressão em língua portuguesa agora concretizado, começou a ganhar corpo na filmagem de cenas iniciais das tramas em cenários “ditos” exóticos, como as paisagens e vivências (actuais ou passadas) no Brasil, Moçambique e Angola, países que completam o imaginário global português, fruto do passado comum e que, de alguma forma, contribuem para a formação de uma certa ideia de lusofonia.

O desenvolvimento de parceiras e coproduções no Espaço Lusófono tem vivido um caminho lento, talvez congruente com a relação político, económica e cultural dos países envolvidos. Não obstante as diferenças de índole vária que separam as nações, a língua, o passado e as referências comuns têm vindo a materializar-se nas produções ficcionais para televisão. Estes produtos, que acabam por ser *híbridos*, têm, apesar de tudo, alguma capacidade para promover o desenvolvimento do gosto pela produção portuguesa por parte da população local (muitas vezes apartada da ficção nacional, em especial do folhetim contemporâneo), da população diaspórica e da população lusófona numa acepção lata. Pensamos que estas dinâmicas potenciam a colocações dos produtos locais nos circuitos transnacionais, contribuindo

32. Dados fornecidos pela Dr.<sup>a</sup> Margarida V. Pereira, *Head of Acquisitions* da estação, aquando da realização de trabalho de campo para o relatório de Pós-Doutorado.

33. *Filha do Mar* e *Ninguém como Tu*, 2008; *A Outra*, 2009.

34. *Morangos com Açúcar* (várias temporadas), a partir de 2008; *Mundo Meu* e *Ninguém como Tu*, 2008; *Inspector Max* e *Feitiço de Amor*, 2009; *Mar de Paixão*, *Fascínios* e *Olhos de Água*, 2010.

do para a implementação de um mercado geolinguístico partilhado, que se espera que venha a ser, nos próximos tempos, assumido como referência pelos diversos países de língua portuguesa.

Esta língua é como um elástico  
que espicharam pelo mundo.  
No início era tensa,  
de tão clássica.

Com o tempo, se foi amaciando,  
foi-se tornando romântica,  
incorporando os termos nativos  
e amolecendo nas folhas de bananeira  
as expressões mais sisudas.

Um elástico que já não se pode  
mais trocar, de tão gasto;  
nem se arrebenta mais, de tão forte.

Um elástico assim como é a vida  
que nunca volta ao ponto de partida.

*Língua*, Gilberto Mendonça Teles

## Referências bibliográficas

- Barker, C. (1997). *Global Television. An Introduction*. Great Britain: Blackwell Publishers.
- Bolter, J. & Grusin, R. (1999). *Remediation: understanding new media*. London: MIT Press.
- Boyd-Barrett, O. (1977). Media Imperialism: towards an International Framework for the analysis of Media Systems. In: Curran, J., Gurevitch, M. & Woollacott, J. (eds.). *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold, pp. 116-135.
- Burnay, C. (2014a). A Ficção Televisiva (Inter)Nacional. A (Inter) Nacionalização da Ficção Televisiva. Um estudo integrado dos fluxos, dinâmicas e estratégias de programação da ficção nos canais portugueses em sinal aberto (1994-2013). Relatório Científico (Pós-Doutorado) Ciências da Comunicação, ECA: Universidade de São Paulo.
- Burnay, C. D. (2014b) (coord.). *A História na Ficção Televisiva Portuguesa*. Lisboa: UC Editora.
- Burnay, C. D. & Lopes, P. (2013). Història en les Històries. La memòria portuguesa i les narratives de ficció televisives. *Revista VIA. Valores, Ideas, Actitudes*. Barcelona: Centre d'Estudis Jordi Pujol, pp. 138-147.
- Burnay, C. (2011). Laços de Sangue: um novo padrão de oferta e visionamento. Comunicação apresentada no *Confibercom 2011, Primeiro Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana*, ST01 – Audiovisual (Rádio, Televisão, Cinema), ECA/Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Burnay, C. (2010). *Ficção Nacional: a emergência de um “novo” paradigma televisivo*. Dissertação (Doutorado), Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa.
- Canclini, N. G. (2003). *Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP.



- Chalaby, J. (2013). Reflection in: Transnational TV Formats: Making the Global Visible and the Global Invisible. *Critical Studies in Television: The International Journal in Television Studies*, 8 (2), pp. 54-56.
- Chalaby, J. (2015). The advent of the transnational TV format trading system: a global commodity chain analysis. *Media, Culture & Society*, 37 (3). London: Sage, pp. 460-478.
- Charandeau, P. (1997). Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information. *Réseaux*, n.º 81, Le genre télévisuel, CENT, 1997.
- Coelho, P. (2005). *A Televisão de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Cunha, P. (2012). Co-produções em português: um breve balanço. In: *III Simpósio Internacional Os Cinemas dos Países Lusófonos*. UERJ-UFF: Rio de Janeiro.
- Ferin, I. (2011). The Portuguese Postcolonial Migration System: a qualitative approach. In: Cogo, D. et al (eds.) *Diasporas, migrations, communication technologies and transnational identities*, INCOM-UAB: Barcelona, pp. 213-229.
- Ferin, I. (2007). Lusofonia, Media e Conteúdos. *Estudos do Século XX*, nº 7, pp. 97-113.
- Figueiras, R. & Ribeiro, N. (2013). New Global Flows of Capital in Media Industries after the 2008 Financial Crisis: The Angola-Portugal Relationship. *The International Journal of Press/Politics*, 18 (4), pp. 508-524.
- Gillan, J. (2011). *Television and New Media. Must-click TV*. New York: Routledge.
- Laffond, J. C & Burnay, C. D. (2014). Television fiction and memory practices in Portugal and Spain (2000–2012): Some comparative reflections. *International Journal of Iberian Studies*, 27(2-3), pp.85-103.
- Lessig, L. (2008). *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin Press.
- Moran, A. (ed.) (2009). *TV Formats Worldwide. Localizing global programs*. UK: Intellect.

- Moran, A. (2013). Global Television Formats: genesis and growth. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 8 (2), pp. 1-19.
- Motter, M. de L. & Malcher, M. A. (2005). Portugal/Brasil: a telenovela no entre fronteiras. In: Fidalgo, A., Serra, P. (orgs.), *Atas do III Sopcom*: UBI, pp. 679-685.
- Nordenstreng, K. & Varis, T. (1974). *Television Traffic: a one-way street?* Paris: UNESCO.
- (Rueda) Laffond, R.J.C. (2011). Televising the Sixties in Spain: Memories and Historical Constructions. In: Neiger, M., Meyers, O. & Zandberg, E. (eds.). *On Media Memory. Collective memory in a new media age*. UK: Palgrave Macmillan, pp. 174-186.
- Schiller, H. (1969). *Mass Communication and American Empire*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schiller, H. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: M. E. Sharper.
- Schiller, H. (1989). *Culture Inc.*. New York: Oxford University Press.
- Scolari, C. A. (2008). Hasta la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Revista FELAFACS*, 77.
- Sinclair, J., Jacka, E. & Cunningham, S. (eds.) (1996). *New Patterns in Global Television: peripheral vision*. New York: Oxford University Press.
- Straubhaar, J. (2007). *World Television: from global to local*. New York: Sage.
- Thussu, D. K. (2007). *Media on the Move. Global flow and contraflow*. London and New York: Routledge.
- Thussu, D. K. (2010) (ed.). *International Communication, a Reader*. London: Routledge.
- Torres, E. C. & Burnay, C. D. (2013) The subject-matter of Audiovisual Historical Fiction in Portugal (1909-2012). In: Cabecinhas, Rosa & Abadia, Lilia (eds.) *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches*. Braga: Communication and Society Research Centre, pp. 190-20.
- Tunstall, J. (1977). *The Media are American: Anglo-American Media in the World*. London: Constable.

- Varis, T. (1984). *International flow of television programming*: UNESCO.
- Véron, E. (2009 [2001]). Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento. *ECO-PÓS: Mídia e Produção de Sentidos*, 12 (1), <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/view/209/243>.
- Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the global popularity of television formats. In: *Television & New Media*. London: Sage, pp. 359-383.
- Wells, A. (1972). *Picture Tube Imperialism? The Impact of US Television in Latin America*. New York: Orbis Book.



## **AUTORIA NA MINISSÉRIE OS MAIAS E A RECRIAÇÃO DA LUSOFONIA: O CASO DE MARIA ADELAIDE AMARAL**

Maria Carmen Jacob de Souza e Kyldes Batista Vicente  
mcjacob@ufba.br e kyldes.bv@unitins.br

### **Introdução**

Os romances e a dramaturgia portuguesa têm sido fonte de inspiração da ficção seriada televisiva brasileira, em especial, telenovelas e minisséries, desde suas origens<sup>1</sup>. Um dos autores clássicos de maior importância no campo literário português adaptado para minisséries no Brasil foi sem dúvida Eça de Queirós, cujos romances foram adaptados duas vezes: *O Primo Basílio*, em 1988, e *Os Maias*, em 2001.

Estas adaptações literárias, narrativas que viajam por meio de novos meios e formatos, são produtos orquestrados pelo autor roteirista que deixará traços mais ou menos evidentes das obras que os inspiraram e das realidades culturais a que elas se referiam.

Stuart Hall (2003) ajuda a compreender a importância dos criadores das adaptações literárias que compõem o mosaico imaginativo da diáspora. Ele nos incentiva a pensar que estes criadores estariam imersos na lógica corporativa que a situação profissional os coloca, numa posição negociada diante da posição

1. Dois exemplos emblemáticos são *Amor de Perdição* (1965), exibida pela TV Cultura, baseada no romance de Camilo Castelo Branco e foi escrita por Leonor Pacheco e dirigida e produzida por Lúcia Lambertini; e *As Pupilas do Senhor Reitor* (1994), baseada no romance de Júlio Dinis, foi produzida pelo SBT e exibida de 6 de dezembro de 1994 a 8 de julho de 1995, em 185 capítulos.

hegemônica-dominante que tenderia a corroborar o modo canônico de tratamento das obras adaptadas. Circunstância que dependeria, também, da posição subjetiva dos criadores diante da experiência diaspórica. Logo, a “energia criativa e o poder da diáspora” emanariam destas tensões.

A reflexão de Hall nos fez pensar sobre a experiência diaspórica de criadores portugueses que adaptaram romances consagrados em seu país de origem para minisséries brasileiras. Em que medida esta conjuntura da história pessoal do autor roteirista nos ajuda a compreender como o Espaço Lusófono vem sendo imaginado na ficção seriada da televisão brasileira contemporânea?

Este artigo toma como objeto de reflexão esta inusitada circunstância, qual seja: a de uma autora de minisséries no Brasil que ao mesmo tempo em que atuou como tradutora do mundo ficcional de um romance emblemático da história de Portugal recriou o espaço simbólico da lusofonia por meio das convicções pessoais que desafiaram o cânone do campo literário português em prol do desejo de promover a cumplicidade com a audiência televisiva brasileira. Vamos tratar da renomada autora de séries brasileiras, Maria Adelaide Amaral, que adaptou o romance *Os Maias* de Eça de Queirós para a minissérie *Os Maias* (TV Globo, 2001)<sup>2</sup>.

Maria Adelaide Almeida Santos do Amaral nasceu em Portugal, na cidade do Porto, no dia 1º de julho de 1945. Aos 12 anos, veio com a família para o Brasil e foi morar na cidade de São Paulo<sup>3</sup>. Desde então vive no Brasil, onde se torna escritora reconhecida no campo literário, com romances, peças teatrais e teledramatúrgicas premiadas no Brasil. Depois da exitosa experiência na área teatral e romanesca ela se insere na área do entretenimento televisivo. Seu primeiro trabalho, em 1990, foi como roteirista colaboradora da equipe de Cassiano Gabus Mendes, autor da telenovela *Meu bem, meu*

2. Autoria: Maria Adelaide Amaral. Colaboração: Vincent Villari e João Emanuel Carneiro. Direção de núcleo: Luiz Fernando Carvalho. Direção: Emílio Di Biasi e Del Rangel. Exibição: 9 de janeiro a 24 de março de 2001 às 23h. 44 capítulos. (Guia Ilustrado TV Globo, 2010, p. 294).

3. A família da escritora era uma família de posses em Portugal, no ramo da ourivesaria. Isso permitiu que a filha caçula, ainda em terras lusas, pudesse ter contato com livros, assistir a espetáculos circenses e a ter uma infância sem preocupações. No entanto, quando seu pai tem um revés financeiro, a família vê-se obrigada a vir para o Brasil em busca de outras oportunidades.

mal<sup>4</sup>. O êxito nesta seara gerou a oportunidade de escrever sua primeira telenovela autoral, o remake de *Anjo Mau*<sup>5</sup> em 1997, favorecendo a criação da minissérie *A Muralha*<sup>6</sup>.

A possibilidade de produção do projeto e a realização da minissérie *Os Maias* acontece a partir das estratégias utilizadas para se posicionar no campo televisivo e da consagração de crítica e público advinda com a minissérie *A Muralha*. Quando esta minissérie foi exibida, alcançou elevados índices de audiência, provocando um movimento que permitiu a negociação entre Maria Adelaide Amaral e os dirigentes da emissora para a realização do projeto que envolvia o texto de Eça. A autora tinha acabado de obter reconhecimento e conseguiu, por isso, a concessão dos gestores da emissora para que o trabalho fosse realizado. Em depoimento, Daniel Filho posicionou-se de forma receosa sobre a adaptação de um texto de Eça de Queirós, pois, segundo ele, o público não tinha gostado muito da minissérie *O Primo Basílio*. No entanto, Maria Adelaide Amaral podia, naquele momento, negociar uma concessão, já que vinha de um sucesso de público e de crítica.

[...] insisti na ideia argumentando que era portuguesa e que praticamente uma estudiosa de Eça de Queirós, cujos romances lia desde a adolescência. Além disso, conhecia sua vida, lera toda a sua correspondência e sua obra jornalística, o que era absolutamente verdadeiro (Dwek, 2005: 231-2).

4. Autoria: Cassiano Gabus Mendes. Colaboração: Maria Adelaide Amaral, Dejour Cardoso e Luiz Carlos Fusco. Direção executiva: Paulo Ubiratan. Direção: Paulo Ubiratan, Reynaldo Boury e Ricardo Waddington. Exibição: 29 de outubro de 1990 a 18 de maio de 1991, às 20h30min. 173 capítulos. (Guia Ilustrado TV Globo, 2010, p. 153).

5. Autoria: Maria Adelaide Amaral. Colaboração: Bosco Brasil, Vincent Villari e Dejour Cardoso. Supervisão de texto: Sílvio de Abreu. Direção de núcleo: Carlos Manga. Direção Geral: Denise Saraceni. Direção: José Luiz Villamarim e Emílio Di Biasi. Exibição: 8 de setembro de 1997 a 27 de março de 1998. 173 capítulos. (Guia Ilustrado TV Globo, 2010, p. 182).

6. Autoria: Maria Adelaide Amaral. Escrita por: Maria Adelaide Amaral, João Emanuel Carneiro e Vincent Villari. Direção de núcleo e geral: Denise Saraceni. Direção: Denise Saraceni, Carlos Araújo e Luís Henrique Rios. Exibição: 4 de janeiro a 28 de março de 2000, às 22h30min. 49 capítulos.

Convence a emissora que aprovou o projeto, a equipe de roteiristas e o diretor, Luiz Fernando Carvalho. O roteiro foi elaborado com a colaboração dos roteiristas que escolheu: Vincent Villari<sup>7</sup> e João Emanuel Carneiro<sup>8</sup>. A autora assumiu, portanto, o risco de realizar *Os Maias*.

Amaral, anos depois, consagrada escritora de minisséries que tratam da história política e cultural brasileira, espera que a paixão de escrevê-las tenha retribuído ao Brasil aquilo que o país lhe deu, pois “não sou brasileira, sou portuguesa de nascimento” (não se naturalizou brasileira para evitar transtornos burocráticos).<sup>9</sup>

Discurso que nos lembra das peculiaridades da experiência diaspórica da modernidade tardia gerada nas práticas migratórias que estimulam posições subjetivas de identidades culturais específicas, híbridas e em constante mutação. Os traços da cultura lusófona familiar seriam, assim, referências que se mesclariam, paradoxalmente, a outros traços culturais do lugar que

7. Vincent Villari é paulistano, fascinado por telenovelas. Aos 16, foi selecionado para a Oficina de Roteiristas da Globo e contratado assim que completou 18. Com Maria Adelaide Amaral e João Emanuel Carneiro colaborou nas minisséries *A Muralha*, *Os Maias* e *A Casa das Sete Mulheres* e nas novelas *Anjo Mau*, *Da Cor do Pecado*, *Cobras e Lagartos* e *A Favorita*. Em 2013, assinou, novamente com Maria Adelaide Amaral, a telenovela *Sangue Bom*, exibida às 19h. Informação disponível em <<http://revistatpm.uol.com.br/48/perfil/01.htm>> Acesso em 31 de maio de 2010.

8. João Emanuel Carneiro, é carioca, fã de histórias em quadrinhos, e desde 15 anos, trabalhou com o cartunista Ziraldo, escrevendo roteiros para o *Menino Maluquinho* e *Pererê*. Aos 19 anos roteirizou, dirigiu e produziu *Zero a zero*, que definiu o rumo de sua vida profissional. Em 1992, o trabalho foi premiado na categoria 16mm do Festival de Gramado, abrindo as portas do cinema para o jovem roteirista. Formou-se em Letras. Em 1994, assinou outro curta-metragem *Pão de açúcar*. Em seguida, passou a colaborar nos roteiros de diversos longas-metragens: *Central do Brasil* (1998), de Walter Salles; com José de Carvalho, o autor escreveu o roteiro de *O primeiro dia* (1998), de Daniela Thomas e Walter Salles. Também estão no currículo *Orfeu* (1999) e *Deus é Brasileiro* (2003), ambos de Cacá Diegues, *Cronicamente inviável* (2000), de Sérgio Bianchi, e *A partilha* (2001) e *A dona da história* (2004), de Daniel Filho. Estreou como autor da TV Globo em 2000, convidado por Daniel Filho para colaborar, ao lado de Vincent Villari, na minissérie *A Muralha* (2000), de Maria Adelaide Amaral. No ano seguinte, voltou a trabalhar com Maria Adelaide Amaral como colaborador na minissérie *Os Maias* (2001). Durante esse período inicial na TV Globo, assinou a transposição de algumas obras da literatura brasileira para os especiais do seriado *Brava Gente: Enquanto a noite não chega*, de Josué Guimarães, e *A grã-fina de Copacabana*, de Sérgio Porto. Ainda como colaborador, em 2002, integrou a equipe de autores da novela *Desejos de mulher* (2002), de Euclides Marinho, ao lado de Ângela Carneiro, Denise Bandeira, Vinícius Vianna e Graça Motta. A novela das sete *Da cor do pecado* (2004) foi a primeira assinada por ele como autor ou roteirista titular, que lhe rendeu o prêmio de revelação da Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA). Em 2006, João Emanuel voltou a assinar uma novela das sete, *Cobras & lagartos. A Favorita* (2008) foi a primeira novela das nove de João Emanuel Carneiro. Em 2009/2010, supervisionou o texto de Duca Rachid e Thelma Guedes, *Cama de Gato*, novela exibida no horário das seis. Em 2012, o autor repetiu o sucesso com *Avenida Brasil*, protagonizada por Adriana Esteves e Débora Falabella. Informações disponíveis em <[www.memoriaglobo.com.br](http://www.memoriaglobo.com.br)> acesso em 30 de junho de 2015.

9. Roda Viva, bloco 3, TV Cultura, 18/5/2015. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Bxbqrq2NaI3s>>. Acesso 30 de junho de 2015.



escolheu viver, num movimento permanente de re-invenção do Espaço Lusófono, ao ponto do dilema da naturalização brasileira poder ser “adiado”, pois quem sabe estaria “longe o suficiente para experimentar o sentimento de exílio e perda, perto o suficiente para entender o enigma de uma “chegada” sempre adiada” (Hall, 2003).

### **Autoria nas minisséries brasileiras: o lugar do autor roteirista**

O consumidor de narrativas seriadas ficcionais produzidas para a televisão pode citar mais de uma estória ou de personagens de sua preferência e lembrara-se das ocasiões em que foi enviado para mundos tão críveis que os espaços e os modos de vida referidos pareciam suficientes para pensar que por lá algum dia esteve ou se por lá fosse passar, os encontrariam, tais como retratados na ficção.

O gosto pelas séries tem aumentado a vontade de os espectadores reassistirem às preferidas (hábito facilitado pelas tecnologias eletrônicas e digitais hodiernas). Cenário que, associado a outros fatores, favorece ao mesmo tempo a ampliação do volume de séries ofertadas e a competência interpretativa da audiência.

No outro pólo destes casos de amor dos amantes das séries ficcionais para televisão (e outros meios) está a paixão que move os contadores de estórias. Os criadores das estórias estabelecem inevitáveis relações entre eles (em geral, é uma equipe de roteiristas) e outros especialistas (dos atores que darão vida as suas personagens aos diretores, cenógrafos, figurinistas e tantos outros) para construir o mundo habitado por essas personagens. Contribuem para a diversidade de experiências estéticas dos espectadores, portanto, as estratégias empregadas por esses criadores que compõem suas estórias segundo esquemas estilísticos legitimados pelo público que, em diversas ocasiões, expressam marcas autorais reconhecidas e consagradas.

As pesquisas sobre a autoria na teledramaturgia regidas por premissas metodológicas inspiradas em Bourdieu (1996a e 2001) mostram que a figura do autor poderá ser compreendida a partir da análise histórico-sociológica

dos campos particulares de produção da dramaturgia televisiva, ou seja, dos espaços sociais específicos que mobilizariam sistemas de disposições ou *habitus* que estariam na base do senso prático desses autores e do regime de crenças que sustentariam e legitimariam suas escolhas estilísticas pessoais.

As ações e obras dos autores são, nessa abordagem, observadas e acompanhadas em uma rede de relações que compara obras, autores e empresas produtoras, por meio da trajetória social ou percurso histórico que cada um deles traça nestes espaços. Os discursos dos autores, dos gestores das empresas produtoras e daqueles que avaliam suas obras e suas escolhas expressam, neste contexto, as disputas em torno das definições legítimas de autoria. As instâncias de reconhecimento e consagração de cada um deles tendem, pois, a ser um lugar privilegiado para identificar e compreender este jogo de interesses e sentidos.

O exame da criação autoral dos programas ficcionais seriados para as redes abertas ou para os canais de televisão supõe, então, que tomemos como objeto de atenção as práticas e as definições de autor que se manifestaram na história da produção, circulação e consumo destes programas. Definições que têm suas nuances e pontos comuns: o que ressaltamos aqui é a importância de salientar as disputas em torno da definição legítima que representaria a percepção de maior acolhida no seio dos agentes e das instituições envolvidas.

Os estudos sobre a teledramaturgia seriada das redes abertas de televisão no Brasil indicam que o lugar do roteirista responsável pela obra (que pode ser mais de um) tende a ser destacado e é a esta função que se tende a reconhecer o lugar do autor. A crescente importância da função do diretor, em especial os que hoje também exercem a função de produtor (Filho, 2001) como é o caso dos atuais diretores de núcleo da Rede Globo, favoreceu as colaborações entre os roteiristas responsáveis pela condução das histórias e estes diretores de núcleo (que tendem a exercer a função de diretor geral). Forte dimensão colaborativa e compartilhada foi sendo gerada nestas

relações entre autores roteiristas e diretores, não sem o aumento das tensões e conflitos entre eles, acompanhados pelos representantes da área da teledramaturgia das emissoras, que, em geral, concentram as funções de produtoras, distribuidoras e exibidoras. De qualquer modo, a definição legítima de autoria na teledramaturgia seriada brasileira tende a reconhecer o lugar de autor ao roteirista titular ou responsável pela condução dramaturgicamente e narrativa da série.

As séries para televisão no contexto ibero-americano apresentam gradações quanto à extensão e quanto ao grau de continuidade entre os episódios ou capítulos. As séries de longa duração (de 30 capítulos até mais de 300 capítulos), como as minisséries e as telenovelas, respectivamente, tendem a ser exibidas diariamente e a ter elevado grau de continuidade nas tramas das vidas de suas personagens. Nesses casos, quanto maior a extensão e maior o grau de continuidade, maior a importância do autor roteirista<sup>10</sup>.

A habilidade específica e o capital específico de maior valor no campo de produção das séries ficcionais televisivas estão, pois, associados ao poder dos roteiristas de contarem histórias capazes de reterem e ampliarem o interesse do telespectador, esteja ele assistindo a série em qualquer meio ou sistema de difusão (Esquenazi, 2011; Mittell, 2015).

O que interessa aqui salientar destas afirmações são dois aspectos. O primeiro trata dos modos de se definir o autor responsável por uma obra audiovisual que supõe o envolvimento de várias áreas profissionais. No caso das minisséries ofertadas pelas redes abertas de televisão comercial no Brasil, quando comparadas com a sua prima irmã<sup>11</sup>, as telenovelas, o grau de autonomia dos autores e diretores tende a ser maior, pois a importância econômica do produto para a empresa é menor. Isto não quer dizer que não existam telenovelas onde o autor roteirista e a direção tenham estabelecido experiências inovadoras na encenação e muito menos que as telenovelas

10. São muitas as variações observadas nestas configurações (variações de gêneros ficcionais e de formatos associados a públicos específicos, por exemplo), o que buscamos foi traçar um retrato geral das características mais recorrentes dessas séries e do consenso em torno do lugar de autor do roteirista.

11. Alusão apropriada cunhada por Renata Pallottini em *Dramaturgia da Televisão* (1998).

não sejam fonte de prestígio para as redes privadas de televisão. O que se quer enfatizar é que as condições fabris de produção e criação das telenovelas tendem a dificultar as inovações, pois a fórmula bem orquestrada, de qualidade, que garante o sucesso de público é o mais valorizado<sup>12</sup>.

Acreditamos, portanto, que o fato do lugar do autor da ficção seriada televisiva no Brasil estar associado ao roteirista responsável pela condução narrativa da obra não se explica se consideramos apenas a dimensão econômica destes produtos, é preciso reconhecer que o lugar do autor roteirista está relacionado à importância da história contada nas obras ficcionais seriadas e à importância delas para a distinção das Redes produtoras na arena concorrencial dessas empresas. As séries televisivas exigem, por um lado, a habilidade dos autores expandirem as histórias num movimento de sintonia com o aumento do interesse da audiência e, por outro, a habilidade dos autores criarem histórias reconhecidas pela qualidade e pela inovação, favorecendo as posições das empresas produtoras e distribuidoras imersas num sistema concorrencial cada vez mais transnacional.

Nesta circunstância, a tendência é dos diretores não serem considerados autores na ficção seriada televisiva. O que se observa é a importância do roteirista acompanhar a passagem da história/roteiro para imagens e sons que estão sob a tutela dos diretores. Esta percepção que o autor roteirista deve acompanhar o processo sem perder o poder de decisão sobre ele tende a orientar a dinâmica de trabalho nas empresas. Os exemplos das orientações mais candentes na Rede Globo são: i) buscar parcerias sintonizadas entre autor roteirista/diretor geral/diretor de núcleo para evitar conflitos desnecessários; ii) convocar o autor para participar das decisões nas fases de constituição do elenco e nas demais que interferem na interpretação dos roteiros.

12. Consideramos que a lógica do campo das empresas produtoras da ficção seriada televisiva valoriza o capital simbólico associado aos produtos inovadores, principalmente, quando conquistam altos índices de audiência. Logo, as empresas tendem a planejar o momento da inovação. A história da produção de telenovelas da Rede Globo nesta área é exemplar, pois a inserção da novidade e da experimentação entre telenovelas convencionais se consolida a partir dos anos oitenta, em especial, nas exibidas depois do *Jornal Nacional*, faixa de horário que atende a maior fatia do público e dos interesses dos anunciantes. Esta perspectiva foi explorada em Souza, M.C. (2014), Souza, M.C. & Weber, M.H. (2009a) e Souza, M.C. (2004b).

O segundo ponto trata das definições de autoria segundo as circunstâncias históricas específicas de criação das séries televisivas, segundo as histórias dos campos de produção de cada uma delas. Essa linha argumentativa instiga a pensar as especificidades da questão da autoria nos programas de ficção seriada para televisão<sup>13</sup> sem desconsiderar os enlaces com as áreas artísticas com as quais dialogam.

As definições da autoria tendem, por exemplo, a estabelecer conexões de sentido com as histórias das experiências de criação artísticas de áreas semelhantes. Segundo a hipótese da homologia estrutural de Bourdieu, aqueles que defendem a autoria a partir de ações mais autônomas e inovadoras tendem a fortalecer posturas semelhantes em outros campos da produção artística. Além disso, estas posturas tendem a ser defendidas por agentes que ocupam posições homólogas nestes campos. Dramaturgos da vanguarda tendem a renovação estética no campo teatral numa perspectiva que se alia aos roteiristas de televisão mobilizados por interesses semelhantes (os casos emblemáticos de Dias Gomes e Jorge de Andrade ilustram bem esta situação)<sup>14</sup>. Perspectiva que reforça a importância da análise das trajetórias dos autores para compreender em que medida as passagens ou vinculações com outros campos artísticos e culturais incidem sobre as premissas que orientam suas criações e as marcas estilísticas identificadas.

A análise da história da autora roteirista Maria Adelaide Amaral<sup>15</sup> na televisão mostra como ela trafegou positivamente por dois campos essenciais da teledramaturgia, as telenovelas e as minisséries, sem perder de vista

13. Ramos *et al* (1989) exploraram, pela primeira vez, a questão da autoria no campo da telenovela, que tem sido ampliada por Souza (2004, 2014). No grupo de pesquisa a-tevê, do programa de pós-graduação em comunicação da Universidade Federal da Bahia, desenvolvemos estudos sobre a autoria na ficção seriada televisiva (telenovelas, minisséries, seriados), nos *comics*, nos filmes narrativos e nos filmes publicitários. Os resultados das pesquisas têm fornecido insumos para compararmos a questão da autoria em produtos seriados e não seriados. Consultar <ateve.com.br>

14. Indicamos a leitura da tese doutoral de Igor Sacramento sobre Dias Gomes (2012) e da publicação de Anzuategui sobre Jorge Andrade (2013).

15. Informações ampliadas sobre o perfil de Maria Adelaide Amaral estão na tese de doutorado intitulada *Episódios da vida romântica: Maria Adelaide Amaral e Eça de Queirós na minissérie Os Maias*, de Kylde Batista Vicente, disponível em <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/12908/1/KyldeBatistaVicente.pdf>> acesso em 30 de junho de 2015.

as oportunidades de transformar o prestígio acumulado no teatro e na literatura em projetos criativos arriscados e inovadores, como foi o caso da minissérie *Os Maias*.

### **A minissérie *Os Maias*: Amaral recria e amplia o universo queirosiano**

Eça de Queirós é conhecido pelos críticos, teóricos e estudiosos da literatura portuguesa como um dos maiores nomes da literatura de língua portuguesa. Sua prosa ofuscou, durante anos, a produção literária em Portugal, não só pelo número de obras publicadas, mas especialmente pela elaboração artística.

A primeira edição de *Os Maias* foi publicada em 1888, quando Eça se muda para Paris. Ao contrário de outros romances, resulta, em primeiro momento, em um insucesso. Foi o romance que demorou a ser incorporado pelos leitores, já que, quando o autor morre, em 1900, a primeira edição ainda não estava esgotada. A segunda edição sai pouco depois, em 1903. Quando o assunto é o romance *Os Maias*, há, entre os leitores, divisões de opinião, mesmo tendo o autor dispensado a este romance mais tempo, mais elaboração e mais cuidado.

O que se pode notar na leitura dos textos publicados sobre o romance, na época de sua publicação, é que leitores e críticos não conseguiram prever a dimensão que iria tomar o romance. Não poderiam adivinhar que o romance tornar-se-ia um dos livros mais admirados da história da literatura portuguesa.

Em entrevista, Carlos Reis assegura que não há um momento preciso em que *Os Maias* passaram a ser uma obra-prima, mas que no início do século XX, no Brasil, um jornal no Rio de Janeiro fez uma pesquisa para descobrir as obras-primas da literatura universal, e *Os Maias* apareceram em primeiro lugar. Em Portugal, o administrador da Editora Livros do Brasil, António

de Souza Pinto, afirma em entrevista<sup>16</sup> que esse é um livro lido fora dos meios escolares e acadêmicos, mas que as vendas não passam de vinte e cinco ou trinta mil exemplares por ano.

Preocupado com a afirmação de um estilo, Eça dedica-se a realizar em sua obra a “mais perfeita prosa artística”, inaugurando uma forma de elaboração literária em língua portuguesa em que insere recursos da poesia, da música, da pintura e torna-se o precursor da prosa poética em Portugal (Guerra da Cal, 1981:71). O efeito resultará em características dominantes em seu estilo, o que acentua e define sua literatura na história da literatura portuguesa. Tudo isso torna a obra de Eça propícia para ser traduzida para meios audiovisuais, ao mesmo tempo em que desafia os tradutores que não têm como evitar o olhar dos críticos que prezam pela preservação da literatura de Eça.

Os textos queirosianos começaram a ser visitados pelo cinema em 1922, quando o cineasta francês Georges Pallu gravou em Portugal *O Primo Basílio*. Este mesmo texto motivou o cineasta português António Lopes Ribeiro a realizar um filme em 1959 e o brasileiro Daniel Filho em 2007. Outros textos de Eça de Queirós que ganharam uma versão fílmica foram *Alves & Cia.*, que se tornou *Amor & Cia.*, do diretor brasileiro Helvécio Ratton (1999); a versão mexicana de *O Crime do Padre Amaro*, realizada por Carlos Carrera (2002) e a portuguesa de Carlos Coelho da Silva (2005), em uma visita aos contos, Manoel de Oliveira realiza as *Singularidades de uma Rapariga Loura* (2009). Mais recentemente, *Os Maias* tornou-se fonte de inspiração para o cineasta português João Botelho (2014).

Na televisão, a obra queirosiana também esteve presente tanto na televisão portuguesa, quanto na brasileira. Destacamos a minissérie brasileira *Os Maias* (TV Globo, 2001) e a telenovela portuguesa *Lusitana Paixão* (RTP1, 2003).

16. A entrevista a qual nos referimos pode ser assistida no sítio <<http://vimeo.com/channels/grandeslivros/page:3>> em que a RTP2 apresenta o programa Grandes Livros, sobre *Os Maias* e Eça de Queirós.

A reconhecida qualidade artística deste romance ensejou nos responsáveis pela realização da minissérie no Brasil, a autora roteirista Maria Adelaide Amaral e o diretor Luiz Fernando Carvalho, o cuidado de preservar o estilo queirosiano na tela, claramente observado nas estratégias usadas na condução da narrativa, no modo como a história foi encenada, no cuidado com a música, na apresentação dos presságios e indícios (Vicente, 2012). De certo modo, suspeitavam que este grau elevado de aproximação com a obra matriz colocasse em risco a recepção da minissérie pelo público.

Esta tensão entre a admiração artística de Eça, que leva a busca da preservação de seu estilo, e as alterações que buscavam atender as expectativas do público de minisséries, foi problematizada por Amaral e Carvalho. A roteirista, ao iniciar o trabalho de adaptação da minissérie *Os Maias*, havia conseguido reconhecimento a partir do sucesso obtido com a minissérie *A Muralha*. O diretor, por sua vez, estava concluindo o filme *Lavoura Arcaica*. É um momento em que ambos trabalhavam com adaptações e que ambos procuram desenvolver projetos mais autorais: ela por trazer um dos romances mais importantes da obra de Eça de Queirós, mas menos conhecido pelo leitor brasileiro; e ele por querer proporcionar uma experiência estética inovadora no público televisivo.

O interesse de Amaral em adaptar *Os Maias* com a dupla de roteiristas que escolheu sinalizou bem o desafio artístico da autora e os empecilhos que precisavam ser superados para sensibilizar a audiência e os críticos. Após análise do romance, essa equipe decidiu construir a minissérie a partir da transmutação de três romances de Eça de Queirós: *Os Maias*, *A Relíquia* e *A Capital*. Isso foi necessário, segundo depoimento de Maria Adelaide Amaral (no DVD da minissérie) e em entrevistas, porque o romance *Os Maias* continha matéria para 24 capítulos e a minissérie deveria ter, no mínimo, 44 capítulos. Nesse caso, a equipe buscou na obra de Eça de Queirós subsídios para ampliação dos capítulos. Foi matéria de exame e consulta pela equipe de roteiristas, além da obra ficcional, as correspondências, ensaios, artigos publicados em jornais, projetos de textos inéditos fornecidos por Carlos Reis



e fotografias do escritor. Assim é que os roteiristas chegaram à construção de cenas e diálogos que apresentassem o mesmo tom de Eça de Queirós, conforme pode ser observado no depoimento de Maria Adelaide:

Se eu e minha equipe cometemos algum pecado, foi ser extremamente reverentes com a obra de Eça. Nenhuma das alterações é relevante se comparada com a fidelidade com que seguimos a história e seu espírito, e todas se justificam do ponto de vista da dramaturgia. Eu cortei alguns personagens, ampliei a participação de outros e até incluí na trama figuras dos livros *A Relíquia* e *A Capital*, o que deixou muitos queirosianos de cabelo em pé. Entre os personagens que eliminei, por exemplo, está o Conde de Steinbroken, que tem uma função anedótica em *Os Maias*, mas não contribui em nada para a ação. Quanto ao núcleo de personagens que extrai de *A Relíquia*, estou com a consciência tranquila. Ele faz muito sucesso, diverte as pessoas. Os queirosianos me diziam: por que introduzir essa gente se a matéria cômica de *Os Maias* já é tão rica? Mas seu humor é refinado demais, requer conhecimentos da história de Portugal que nem os portugueses dominam hoje em dia. Essa espécie de ironia é quase inacessível ao público de televisão (Amaral, informação eletrônica, 2001).

As escolhas dos romances do escritor português, as inserções de textos não narrativos e não-verbais, bem como de outras fontes, para que a minissérie fosse elaborada, culminaram num complexo processo de construção da minissérie, como revela o depoimento a seguir:

Tudo que eu acrescentava eram, absolutamente, falas com o mesmo espírito, como o veículo televisão, para esclarecer melhor, para facilitar, para (agir) como agente facilitador, então, se recorria a certos expedientes de teledramaturgia para que esse universo ficasse mais explícito, ficasse mais acessível, digamos assim. Então, foi uma viagem extraordinária e em profundidade a essa obra prima que se chama *Os Maias*. [...] Eu fui buscar em outros livros subsídios que pudessem ajudar evidentemente cada situação e cada personagem. Então, nesse sentido eu fui

para outros livros buscar falas do Eça que caíram perfeitamente como uma luva no Ega. Outro personagem também que eu fiz isso e fiz isso de maneira bem evidente foi com Palma Cavalão. Eu recorri a um retrato do Eça onde tem um editor de jornal tão sórdido como o Palma e me apropriei de uma série de coisas. Então, a referência dos Maias é o próprio Eça de Queirós. Não só em relação a esses personagens, mas como a outros personagens. Foi um trabalho extremamente enriquecedor. Outra coisa também é a correspondência do Eça, as opiniões políticas do Eça. Toda essa parte de ensaística do Eça. O que ele pensava, como ele pensava em relação ao seu tempo. As considerações que ele fazia sobre a história de Portugal, que não estão, necessariamente, na sua obra ficcional, estão nas correspondências, nos ensaios que ele publicou em jornais. Então eu lia isso e retirava daí, pinçava daí aquilo que eu achava que iria se enquadrar, se encaixar nas situações vividas pelos personagens de *Os Maias* (Amaral, informação eletrônica, 2001).

A autora chama a atenção, nas entrevistas e depoimentos, para os cuidados com a realização deste trabalho, o respeito ao texto do escritor português e as estratégias utilizadas para atender aos anseios da teledramaturgia. O embate entre o “fazer dramaturgia” e a preocupação com a aproximação ao texto literário, além da preocupação em imprimir suas marcas no texto, causaram reação diversa na crítica, que antevia a reação de queirosianos acerca da inserção de outros textos do autor e dos recursos melodramáticos utilizados na versão para a TV.

Os projetos autorais de Amaral e Carvalho se aproximaram em um momento particular de suas trajetórias artísticas. Amaral coloca para si o acalentado e ambicioso projeto de re-aproximação com um romancista que marca a história da literatura portuguesa. Assumiu a “impossível missão” de traduzir o estilo queirosiano para telespectadores portugueses e brasileiros distantes deste universo. Ao fazê-lo, a posição autoral construída já tinha acumulado experiências e honrarias que calçaram esta difícil decisão que pode receber da emissora o apoio para assumir o risco e que permitiu sua reaproximação com as memórias de origem.

Carvalho retorna a emissora tendo já afirmado uma posição autoral estilística na televisão e no cinema. A preocupação em colocar a encenação a serviço da interpretação das histórias do autor roteirista da ficção seriada televisiva (ou dos estilos dos autores dos textos matriz das adaptações literárias) ainda dava a tônica de seus projetos. As diferenças que mostrava diante da liberdade que Amaral cunhava quando interpretava e re-inventava o universo de Eça estiveram presentes na realização da Minissérie. Tensões esperadas quando o projeto criador da minissérie convocou dois especialistas ciosos do seu lugar autoral, do poder de escolherem as estratégias a serem empregadas na feitura da obra. Tensões potencializadas num contexto que representava a inovação e o risco para os envolvidos na criação e para a emissora.

O Estado de São Paulo (1/5/2004) publica a matéria *Os Maias* em DVD: tal como deveria ter sido<sup>17</sup> e traz uma entrevista com Luiz Fernando Carvalho sobre o processo de adaptação da minissérie:

Vale dizer, a transposição de *Os Maias* para um texto de televisão sempre foi cercada de cuidados por parte da Maria Adelaide Amaral, que antes de tudo já era grande leitora do Eça. Toda e qualquer opção na adaptação era fruto de sua preocupação em não tornar o texto impenetrável para o espectador comum e, ao mesmo tempo, respeitar a linguagem da época, bem como as proposições originais do romance. Ou seja: um imenso desafio. Mesmo levando em conta todos os equívocos, das adaptações de obras literárias já feitas para a televisão, é inegável seu valor na contribuição para uma televisão de qualidade. Poucas adaptações se igualam na coragem com que a autora propôs este diálogo entre a televisão e a literatura.

O que procuramos enfatizar ao retomar, em linhas gerais, a posição autoral de Amaral na expansão do universo ficcional queiroziano para a televisão brasileira e portuguesa, foram os aspectos que mostram as benesses da abordagem metodológica bourdieusiana para construir hipóteses queaju-

17. Disponível em <<http://www.danielpiza.com.br/interna.asp?texto=1706>> acesso em 22/2/2012.

dem a compreender as repercussões dos atos criativos dos autores da ficção seriada televisiva para as experiências identitárias dos que compartilham o Espaço Lusófono.

### **À guisa de conclusão**

As experiências identitárias promovidas no espaço da diáspora lusófona têm na ficção seriada televisiva um meio de expressão poderoso quando se dedica às adaptações de obras artísticas e culturais consagradas em Portugal. O que buscamos em nossa reflexão foi mostrar como a posição autoral do criador das séries estabelece um ponto de vista neste cenário que pode tanto cristalizar as perspectivas canônicas das narrativas portuguesas como pode reinventá-las, seja para romper com o paradigma canônico, seja para tencioná-lo.

Apresentamos ao longo do artigo os pontos de vista da autora da minissérie *Os Maias* diante dos desafios que vivenciou quando decidiu encarar o projeto da adaptação do universo queirosiano, em especial, o emblemático romance *Os Maias*. Ao trafegarmos pela abordagem analítica estimulada pela apropriação do conceito do campo social bourdieusiano, enfatizamos o esforço de compreender as especificidades do lugar autoral em cada uma das esferas de produção das obras que circulam na ambiência midiática, que, neste caso, precisa estar circunscrito as lógicas dos sistemas de produção, circulação e consumo das minisséries, sem deixar de considerar as dos outros que lhe são mais próximos, como o das telenovelas.

Por este caminho, a autoria de Amaral nas minisséries e nas telenovelas brasileiras foi pensada por meio das disputas travadas pela manutenção ou pelo aumento do poder de decisão no processo complexo e multifacetado da criação coletiva e hierarquizada da ficção seriada televisiva produzida pelas empresas de comunicação que lidam com vultosos recursos econômicos e financeiros. Neste contexto, os autores roteiristas e diretores consagrados ou em processo de consagração estão cientes que o poder de negociar e interferir na feitura das séries é construído e acumulado. As condições de escolher quais recursos estilísticos empregar dependerá, assim, do peso e

volume dos capitais simbólicos que possuem e das ações que empreendem para ampliá-los, com o intuito de validar cada vez mais suas marcas estilísticas autorais.

A trajetória de Amaral mostra a construção de um percurso artístico que almejava adquirir condições para se propor desafios que pudessem ao mesmo tempo tratar de temas que lhe fossem caros e aprimorar o emprego de recursos estilísticos que atendessem seu anseio poético de aprimorar a comunicação com a ampla audiência da ficção seriada televisiva. Movimento que sinalizou o cuidado que teve de imprimir nas ficções seriadas que escreveu as defesas de teses culturais e políticas que professava. Amaral cometeu na minissérie *Os Maias* a ousadia de, ao mesmo tempo, pôr em questão o cânone que resguardava as obras queirosianas de novas interpretações e pôr em evidência o seu valor artístico para novos públicos. Temos a forte impressão que as marcas subjetivas da diáspora lusófona em sua intimidade e em seu percurso no campo literário e teatral, a permitiram compreender a densidade do estilo queirosiano e, a partir dele, inventar uma maneira de traduzi-lo para uma nova audiência que comungava de outro tipo de experiência estética.

A tradição melodramática que conhecemos em seus trabalhos na televisão surge com a peça *De Braços Abertos*, em 1984:

[...] *De Braços Abertos* foi também a primeira em que mudei o foco do social para mergulhar decisivamente no mundo dos sentimentos. Amor e ódio, admiração e inveja, ciúme e indiferença, impotência e medo de romper o círculo vicioso, mas confortável, da mediocridade. Críticos, psicólogos, psicanalistas escreveram muito sobre *De Braços Abertos* e depois sobre o romance que a originou, Luisa, e todos os que o fizeram destacaram o modo impiedoso como tratei os personagens e, ao mesmo tempo, a minha compaixão por eles e pelas suas fraquezas. O que quer que tenha sido, brotou da minha alma e atingiu em cheio o coração das pessoas. Elas se viam, se identificavam, se reconheciam, e muitas mudaram sua vida por causa dessa peça. E me senti recompensada pelas

emoções que esse texto mobilizava, e pela força do teatro capaz de interferir de maneira tão contundente na vida das pessoas (Dwek, 2005: 139-140).

Segundo Gomes; Araújo (2009), a temática marcada pelos dramas familiares e afetivos estará presente nos textos do teatro e da televisão como em *Querida mamãe* (1994), *Para tão longo amor* (1994), *Intensa magia* (1995) e *Para sempre* (1997). Depois, sua obra será marcada por peças de caráter biográfico, experiência que a autora tivera na década de 1980, com *Chiquinha Gonzaga*, que se repetiu apenas recentemente, não somente nos palcos (com *Tarsila*, em 2001, e *Mademoiselle Chanel*, em 2004), mas principalmente na TV (com *A casa das sete mulheres*, em 2002, *Um só coração*, em 2004 e *JK*, em 2006). Ao falar de seu processo criador, Amaral diz que:

Nós somos feitos do que vivemos e das nossas referências literárias, estéticas, sensitivas. O que eu fiz, o que eu li, o que eu vi, o que eu busco, tudo isso é um modo de viver que se reflete num modo de escrever, de me expressar. Existem fatos que me impulsionam a escrever sobre determinados temas, e há os que rejeito sumariamente. São aqueles que não fazem parte do meu repertório, como o mundo das drogas, ou da violência, por exemplo. A minha paisagem favorita continua sendo o ser humano, a sua relação com os outros, e os sentimentos que os movem. Gosto de escrever sobre amor, sobre a minha geração e suas angústias. Gosto, sobretudo, que leitores e público se identifiquem com as minhas criaturas e que, de algum modo, se beneficiem dessa identificação. De modo geral, não sou muito original. Escrevo sobre aquilo que vi e vivi, e sobre alguns temas, como os de reencontro, que retomo frequentemente. Mas a minha experiência, vivida ou observada, é apenas o ponto de partida. A partir daí, é alquimia, recriação, transfiguração. E é dessa forma que o pessoal se torna universal. Desde a minha primeira peça, descobri que era possível transformar a minha miséria, transmutando-a num objeto capaz de tocar a emoção das pessoas, capaz de levá-las a transfigurar a sua própria miséria, operar essa coisa antiquíssima que

os gregos chamam de catarse. Mágoas, ressentimentos, feridas não cicatrizadas, raivas sufocadas, ódio, culpas, esse chumbo que o autor carrega é a pedra de toque do seu trabalho, e é por meio do seu trabalho que ele se transforma em ouro. É um privilégio poder realizar essa alquimia, e um prazer enorme oferecê-la ao público. Numa edição da *Vejinha* de maio de 1997, na qual fui matéria de capa, a chamada é *A Pena que Retrata as Grandes Emoções*. Afinal foi isso que me tornei, alguém que fixa as grandes emoções, e também as pequenas, porque elas fazem parte da nossa humana condição (Dwek, 2005: 305-6).

Na produção de Maria Adelaide Amaral, é possível, portanto, depreender um percurso temático em que há, constantemente, uma tendência clara aos textos sobre dramas familiares e afetivos, perfis biográficos históricos e a preferência por adaptação de obras literárias. A disposição para os dramas familiares e afetivos tem início em sua carreira teatral e se configura em sua obra televisiva, indicando que as estratégias da autora para a produção televisiva convergem para o modo melodramático.

Queremos, em suma, plantar a ideia que as posições de Amaral nos campos literário, teatral e teledramatúrgico mantiveram uma homologia estrutural com aqueles que acreditam na força das poéticas sentimentais e melodramáticas, pois elas podem dialogar com as regras do mercado sem que se percam as ocasiões para defender a autonomia criativa, a liberdade de expressão e a crítica contra a opressão. Os traços estilísticos encarnados em suas obras tornam-se, assim, um caminho frutífero para problematizarmos os imaginários que servem de substrato para as identidades culturais em mutação no Espaço Lusófono.

## Referências

- Anzuategui, S. R. (2013). *O Grito de Jorge Andrade: a experiência de um autor na telenovela Brasileira dos anos 1970*. São Paulo: Ateliê Editorial.
- Amaral, M. A. (2001). Maria Adelaide Amaral, em entrevista a Carlos Graieb. *Revista Veja*. 21 de Março de 2001. <<http://veja.abril.com.br/210301/entrevista.html>> (acesso em 30 de Abril de 2010).
- Bourdieu, P. (1996a). *As Regras da Arte Trad.* Maria Lúcia Machado. São Paulo: Cia das Letras.
- Bourdieu, P. (2001). *Meditações Pascalianas*. Trad. Sérgio Miceli. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Dwek, T. (2005). *Maria Adelaide Amaral: a emoção libertária*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Cultura – Fundação Padre Anchieta.
- Esquenazi, J. (2011). *As séries televisivas*. Porto. Portugal: Edições texto&grafia.
- Filho, D. (2001). *O circo eletrônico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Guerra da Cal, E. (1981). *Língua e Estilo de Eça de Queiroz*. 4. ed. Coimbra: Almedina.
- Hall, S. (2003). *Da Diáspora: Identidades e mediações culturais*. SOVIK, liv (org). Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil.
- Lopes, M. I. V. de & Orosco Gomez, G. (orgs.) (2013). *Memória Social e Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos*. Porto Alegre: Sulina.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York and London: New York University Press.
- Pallottini, R. (1998). *Dramaturgia de Televisão*. São Paulo: Moderna.
- Projeto Memória Globo (2010). *Guia ilustrado TV Globo: novelas e minisséries*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.



- Sacramento, I. (2012). *Nos Tempos de Dias Gomes*. A Trajetória de um Intelectual comunista nas tramas comunicacionais. Tese de doutorado da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Vicente, K. B. (2012). Os episódios da vida romântica: Maria Adelaide Amaral e Eça de Queirós na minissérie *Os Maias*. Tese (Doutoramento) Comunicação e Cultura Contemporânea, Universidade Federal da Bahia.



# ERA UMA VEZ WINDECK: APROPRIAÇÃO DO MODELO BRASILEIRO DE NARRATIVA DE TELENOVELA NA TELEFICÇÃO ANGOLANA

Ana Paula Guedes

uc2013115898@student.uc.pt

## Introdução

No final de 2014, os *media* brasileiros anunciaram pela primeira vez a exibição de uma telenovela africana na televisão nacional. O ineditismo da informação não era a genialidade do roteiro ou a inovação na linguagem da teledramaturgia e sim o fato de um folhetim angolano ser veiculado na terra da telenovela, da grande produtora de ficção televisiva Rede Globo. Naturalmente, os jornalistas também atentaram-se a curiosidade antropológica de uma ficção seriada transmitir aos telespectadores a cultura do povo angolano, mesmo que não de modo fiel ao cotidiano real, de uma forma ficcionada. Para além do olhar mediatizado sobre a exibição da telenovela angolana *Windeck* no Brasil, é interessante perceber, a partir deste produto de ficção, o movimento de troca e intercâmbio da ficção seriada dentro do Espaço Lusófono, entre os países que falam oficialmente a língua portuguesa e também as comunidades falantes da língua espelhadas em diferentes partes do mundo. No cenário da lusofonia, quem lidera a produção das telenovelas desde a década de setenta é o Brasil por meio da Rede Globo de Televisão, que exportou seus folhetins até o ano de 2014 para 170 países<sup>1</sup>,

1. Informação disponível em <https://br.tv.yahoo.com/blogs/notas-tv/globo-recebe-pr%C3%AAmio-por-exporta%C3%A7%C3%A3o-programas-184439864.html>. Acesso em 10 de fevereiro de 2015.

dentre eles estão evidentemente Portugal e as nações africanas lusófonas. Dentro do contexto da globalização, o Espaço Lusófono ultrapassa os conceitos geopolíticos estabelecidos pelo compartilhamento da mesma língua mãe, aproximando os diferentes países pelo processo histórico, por uma identidade comunitária que cria laços invisíveis mediante afinidades simbólicas. Portanto, é compreensível que as telenovelas de língua castelhanas, apesar de serem exibidas nos países africanos e em Portugal, não têm a mesma aceitação das produções brasileiras pois trazem não só uma língua diferente, mas também contextos culturais mais distanciados. Assim, a identidade baseia-se na cultura e na linguagem, sem necessariamente estar associada a um mesmo espaço ou lugar, é uma identificação transnacional partilhada por um ideário e imaginário pós-colonial (Appadurai,1996).

A primeira telenovela brasileira exibida em Angola foi *Gabriela, Cravo e Canela*, em 1979, e teve grande aceitação entre o público. Na década seguinte, as telenovelas conquistaram os angolanos de forma que passaram a influenciar os seus cotidianos, a exemplo de *Roque Santeiro*, exibida entre 1985 e 1986, que teve um sucesso tão grande ao ponto de o maior mercado a céu aberto da capital Luanda ter recebido o mesmo nome da telenovela (Guide, 2007). A presença do Brasil em Angola estende-se também à política, à economia, à música e aos profissionais, atualmente existem cerca de 30 mil brasileiros vivendo no país<sup>2</sup>. Apesar das relações históricas ancestrais proporcionadas pela colonização e principalmente pelo tráfico de escravos, angolanos e brasileiros pouco se conhecem. É bem verdade que as telenovelas exibidas em Angola mostram alguns recortes da sociedade brasileira, claramente não abrangem a diversidade regional e multicultural, entretanto despertam entre os telespectadores a curiosidade em relação ao Brasil, lançam os olhares curiosos para o outro lado do Atlântico. É com esse propósito de aproximar a cultura angolana dos brasileiros que a telenovela *Windeck* é importada, pois sua exibição configura uma parceria entre os governos dos dois países que também tiveram a intenção de

2. Agência Brasil. Oportunidades e proximidade cultural atraem brasileiros para Angola. Disponível em: <http://tvbrasil.abc.com.br/novelawindeck/post/oportunidades-e-proximidade-cultural-atraem-brasileiros-para-angola>. Acesso em 30 de janeiro de 2015.

promover a presença de atores negros (angolanos e afroportugueses) na programação nacional, interpretando papéis de protagonistas e também coadjuvantes em diferentes cargos sociais uma vez que a predominância no elenco das telenovelas da Rede Globo e de outras emissoras é de atores brancos. Para a veiculação de *Windeck*, a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) estabeleceu uma parceria com a Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República (Seppir) e comprometeu-se publicamente em promover debates e discussões sobre os temas abordados na telenovela.

*Windeck* (chamada em Portugal de *Windeck: O Preço da Ambição*) foi transmitida pelas emissoras públicas angolanas TPA2 e TPA Internacional, de 19 de agosto de 2012 a 22 de fevereiro de 2013, e em Portugal, foi exibida pela RTP1 entre 8 de abril de 2013 e 31 de dezembro de 2013. No Brasil, a telenovela estreou em 10 de novembro de 2014 e teve o último capítulo em 28 de abril de 2015, com transmissão pela TV Brasil, no horário de 23hs e e foi acrescentada ao seu nome *Todos os Tons de Angola* para reforçar a sua identidade. A produção angolana ganhou notoriedade internacional por ter concorrido em 2013 ao Prêmio Emmy de Televisão junto com as telenovelas globais *Avenida Brasil* e *Lado a Lado*, que foi contemplada com o prêmio. O tema principal da telenovela *Windeck* é a ambição sem limites, o que as pessoas são capazes de fazer para ter sucesso na vida mediante golpes desonestos e muitas armações ilícitas e imorais. Toda a história gira em torno do cotidiano dos funcionários e empresários da glamurosa revista de moda *Divo*, localizada em Luanda. A trama principal envolve o casal de protagonistas, o filho do dono da *Divo*, Kiluangi, e a fotógrafa Ana Maria, que foram atormentados pelas vilãs, a irmã da heróina, a malévola Vitória, e a diretora de moda da revista e igualmente mal caráter, Rosa. Os demais funcionários conviviam entre o mundo fútil de faz-de-conta da *Divo* e suas vidas particulares, localizadas em suas respectivas casas ou associadas a outros personagens dos núcleos mais pobres, localizados no buffet Mufet ou na Igreja Global Novo Horizonte.

*Windeck*<sup>3</sup> foi produzida pela Semba Comunicação, cujo proprietário é o empresário Paulino dos Santos, filho do presidente de Angola. Essa relação familiar entre os produtores do programa e o governo já permite algumas questões relativas à independência de conteúdos na televisão pública angolana.

À primeira vista é interessante refletir que a escolha pelo mundo da moda num país que tem enormes e urgentes demandas sociais, pode trazer algumas questões relativas ao esvaziamento de temas mais pertinentes ao contexto sociopolítico local, ou seja, em vez de falar sobre as cores, os cortes, os modelos e as tendências, a revista poderia tratar de temas gerais e discutir assuntos de interesse social, como políticas públicas, moradia, saúde, educação, geração de empregos, entre outros.

A equipe de roteiristas de *Windeck* foi chefiada pela argumentista portuguesa Joana Jorge, o que também demonstra a circulação no Espaço Lusófono entre profissionais de ficção. Uma grande parte das cenas fechadas da telenovela foram gravadas numa produtora de vídeo localizada nas proximidades de Lisboa, a capital portuguesa. Os roteiristas de *Windeck* seguiram o modelo narrativo brasileiro, ou seja, múltiplos enredos que se desenvolvem em paralelo à trama principal, de forma independente e também interdependente. Naturalmente, não há a quantidade de núcleos dramáticos comuns às produções mais contemporâneas brasileiras, mas existem várias tramas paralelas de modo que os telespectadores possam acompanhar diferentes histórias, além, é claro, da principal. Além disso, discutiram pelo menos sete temas atuais e muito presentes especialmente nas sociedades ocidentais, tais como a homossexualidade feminina e masculina, a violência doméstica contra as mulheres e os jovens, alcoolismo, adoção, divórcio, entre outras temáticas.

3. A telenovela *Windeck* tem um site oficial que traz informações sobre sua história, as personagens, bastidores e curiosidades. Disponível em <http://windecktv.com/>. Acesso em 01-01-2014.

A partir da hipótese do fluxo e refluxo de produção de telenovela no Espaço Lusófono, relativamente ao trânsito Brasil, Portugal e Angola, este artigo propõe uma análise do uso e adequação das estratégias narrativas e modelo estrutural das telenovelas brasileiras em *Windeck*. A ideia é analisar de que modo a equipe de criação da telenovela angolana, roteiristas portugueses e angolanos, utilizaram elementos que são específicos dos folhetins brasileiros, tais como a narrativa multienredada (presença da trama principal e outras várias paralelas); o marketing social (discussão de temas sociais polêmicos no mundo ocidental, como a homossexualidade); e associação com o cotidiano real dos telespectadores (presença de artistas e situações do mundo real).

### **Breve contexto do mercado televisivo em Angola**

Angola possui um sistema democrático jovem e está no processo de desenvolvimento, e por esta razão traz muitas contradições e aspectos inerentes ainda a regimes autoritários. A guerra civil em Angola só terminou em 2002, totalizando cerca de 27 anos de luta armada entre os principais partidos nacionalistas, a Unita (União Nacional para a Independência Total de Angola), a FNLA (Frente Nacional de Libertação de Angola) e o MPLA (Movimento Popular para a Libertação de Angola). A briga pelo poder após a independência angolana naturalmente também prejudicou o desenvolvimento da comunicação, além do próprio processo democrático e a integração nacional.

A trajetória da televisão nacional angolana inicia ainda no período colonial no ano de 1964, em Benguela, onde foi realizada a primeira experiência em circuito fechado e a próxima iniciativa só ocorreu em 1970, em Luanda, uma adaptação de um programa radiofônico. Em seguida, em 1971, houve outro experimento em Malange, contudo as primeiras iniciativas não tiveram grande êxito devido ao embargo do então governo colonial português que não permitiu o desenvolvimento de uma televisão no país (Conceição, 2005). Finalmente em 1973, Portugal constituiu a RTP-TVA (Radiotelevisão portuguesa de Angola), como parte da política de defesa da ideologia pró-regime, uma estratégia que se estendeu as outras colônias portuguesas em

África. Um ano após a independência, em 1976, a televisão é nacionalizada pelo governo da República Popular de Angola recém implantado pelo MPLA, que muda o seu nome para Televisão Popular de Angola, seguindo um modelo de televisão pública, influenciado principalmente pela programação da emissora estatal portuguesa, mas com uma ideologia “marxista” e de “partido único” no controle dos conteúdos e da informação (Tenguna, 2008).

Durante mais de 30 anos, a televisão aberta e o rádio estiveram completamente dominados pelo Estado (o partido MPLA), o que significava um forte controle da informação já que a TV e o rádio são os meios de comunicação mais consumidos pelos angolanos de acordo com a pesquisa realizada pelo Marktest Angola<sup>4</sup> em Luanda, em 2014, revelando que 97% das pessoas a partir de 15 anos de idade costumam assistir televisão; em seguida vem o rádio com 75% de audiência; já os jornais e revistas ficam em terceira posição com 71% e apenas 38% dos entrevistados têm acesso à Internet. A pesquisa demonstra o efetivo domínio da televisão enquanto meio de comunicação, mas não distingue o circuito aberto da TV subscrita, que se apresenta numa configuração muito mais competitiva em vista da grande variedade de canais oferecidos para os telespectadores que “podem” pagar pelo serviço.

A situação restritiva do mercado televisivo aberto só mudou em fevereiro de 2006, quando foi aprovada uma nova lei de Imprensa que quebrava o monopólio estatal da TV e do rádio, abrindo concessões para iniciativas privadas. Assim, em 2008, foi criada pelo grupo Media Nova, uma sociedade anônima, a primeira e única TV comercial aberta angolana, a TV Zimbo, que é organizada e estruturada com o apoio (protocolo de cooperação) da emissora portuguesa TVI que formou os profissionais angolanos e auxiliou no funcionamento da rede de emissores e na operacionalização de alguns sistemas da

4. A Marktest Angola pertence ao grupo português Marktest que realiza pesquisas sobre mercado em Portugal há mais de 30 anos, passando a realizar estudos mercadológicos em Angola a partir de 2007. All Media & Products Study é um estudo que fornece informação sobre os hábitos de audiência (imprensa, rádio e televisão), bem como sobre os hábitos de consumo (produtos e serviços) da população na Província de Luanda e Benguela. Disponível em <http://marktest-angola.com/docs/ampsLuanda2014.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2015.



televisão (Sapo, 14-12-2008)<sup>5</sup>. A TV Zimbo<sup>6</sup> tem uma grelha (programação) voltada para programas jornalísticos e de entretenimento, principalmente formatos de auditório; não produz programas de teleficção, certamente devido ao alto investimento financeiro. O sinal aberto da emissora privada só atinge Luanda, mas o canal é transmitido por operadoras por satélite para várias regiões de Angola. Em 2013, a emissora inicia a sua expansão no país com a inauguração de um centro de produção em Benguela, que conta com uma equipe de jornalistas e técnicos e um estúdio para gravação de notícias.

Apesar de haver uma forte censura à produção de conteúdos televisivos em Angola e assim um controle da informação divulgada nacionalmente, a abertura para os canais internacionais e pagos permitiu uma maior diversidade de programação para os cidadãos que podem pagar pelos canais fechados. É verdade que não produzem conteúdos diretamente relacionados ao contexto sociocultural angolano, com exceção da estatal portuguesa RTP África, lançada em 1996 durante o fórum de formação oficial da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, como um desdobramento da RTP Internacional (canal estatal português), só que possui programação autônoma produzida em parceria com as emissoras televisivas dos países africanos de língua portuguesa. Na década de 2000 começam a ser transmitidos por TV a cabo (TV Cabo) e por satélite (ZAP, DSTV e UAU) os canais portugueses SIC Internacional e a TVI Internacional e os canais brasileiros TV Globo Internacional, Record Internacional e a Band Internacional, que disputam a audiência com outros canais europeus e norte-americanos.

5. Informação publicada no portal angolano Sapo. Disponível em <http://noticias.sapo.pt/lusa/artigo/1390ef858b764861557c1f.html>. Acesso em 12 de abril de 2015.

6. A TV Zimbo é a primeira e única televisão comercial em circuito aberto em Angola. Ela foi inaugurada em dezembro de 2008. Zimbo é uma palavra da língua local kimbundu e significa conchas, as quais foram usadas no século XVI como moedas de trocas e depois foram substituídas por notas. Disponível em <http://www.tvzimbo.co.ao/>. Acesso em 23/06/14.

## O processo metodológico da análise: o estudo de caso

Para realizar esta análise, foram assistidos a todos os capítulos da telenovela disponíveis no YouTube<sup>7</sup> e, no segundo momento, foram selecionados os que discutiam mais claramente as temáticas sociais e os que apresentavam cenas com aspectos da realidade sociocultural de Angola ou até situações que se aproximavam do mundo real. De acordo com a pesquisadora Maria Immacollata de Lopes (2002), a identificação entre as tramas e os problemas reais são recorrentes nas telenovelas brasileiras e são, inclusive, um anseio do próprio público, que busca na teledramaturgia uma maior identificação com seu cotidiano. A trama novelesca brasileira não está protegida do mundo real, ao contrário, ela vai sendo dia-a-dia construída a partir da imaginação do autor e de seus colaboradores (roteiristas de apoio) em diálogo com os agentes externos e internos a obra já mencionados.

Apesar da delimitação de alguns capítulos (a serem discutidos na análise interna da obra), foi importante assistir toda a telenovela para compreender a evolução total do enredo principal e das tramas paralelas e também perceber como as temáticas sociais foram desenvolvidas e discutidas ao longo das exibições. A seguir foram definidos os aspectos a serem analisados. O primeiro é a construção dos perfis das personagens dos núcleos principal e secundários: identificar as características físicas, psicológicas e emocionais, as quais determinam suas atitudes frente às temáticas discutidas e relacionando, evidentemente, ao próprio telespectador angolano já que há personagens que representam pessoas simples, como a cozinheira Nazaré, o motorista Sansão, a maquiadora Mariza e a fotógrafa Ana Maria (protagonista da trama), nem todos são ricos como os membros da família Voss. Uma marcante característica dos perfis das telenovelas brasileiras é o uso do psicologismo, parafraseando o diretor da Rede Globo Walter Negrão (2004), ou seja, a complexidade e as contradições da psique humana, tornado assim os personagens mais próximos dos telespectadores. A ideia foi perceber se havia uma identificação com as personagens propostas no folhetim eletrônico

7. Os capítulos da telenovela *Windeck* estão numa única página do YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/windecktv>. Último acesso em 10 de março de 2015 .

angolano e se constituíam em modelos sociais (personagens cidadãos) para os próprios telespectadores já que se trata de um produto de uma emissora pública, que tem como uma de suas missões “assegurar uma programação de referência, qualitativamente exigente e promotora da valorização cultural e educacional dos cidadãos”<sup>8</sup>.

O segundo aspecto refere-se à forma como as temáticas sociais foram discutidas, como as mensagens são transmitidas através das falas das personagens e também como essas discussões não se associam ao contexto social do lugar, de Luanda. O terceiro ponto foca na análise das cenas do cotidiano, aquelas que não propriamente discutem uma temática, mas mostram a realidade nacional mediante as ações das personagens ou a situação apresentada. E o último ponto é a organização da estrutura narrativa em *Windeck*, que é construída com a história principal sendo circundada com outras tramas secundárias que evoluem ao longo da exibição da telenovela. Assim, o olhar dirigiu-se na construção da dinâmica e do entrelaçamento das várias histórias, que eram dosadas em cada capítulo, como um novelo de lã que se desenrola em doses equilibradas até as diversas tramas chegarem aos seus respectivos desfechos na última semana de exibição da telenovela, principalmente no capítulo final (Pallottini, 1998).

### **Esquema narrativo em *Windeck***

Para compreender a estrutura narrativa em *Windeck* e identificar de que forma as discussões sociais foram costuradas nos múltiplos enredos, foi importante construir um esquema visual, no qual se apresenta a estruturação das diferentes tramas associadas às personagens e às temáticas sociais. Eis abaixo tabelas criadas a partir dos perfis e suas respectivas relações com as temáticas que vivenciam. Em alguns assuntos, os personagens se relacionam com outros que não estão diretamente associados ao problema social discutido, mas sofre a consequência, a exemplo do cobrador do transporte

8. As dez missões da TPA assim como outras informações relativas à sua administração, história e programação estão disponíveis no site oficial da emissora. Disponível em: <http://tpa.sapo.ao/>. Acesso em 19/06/14.

particular (a kombi do motorista Sansão), Paulo, que enfrenta o problema do alcoolismo e constantemente é ajudado pela família do seu amigo e pelo falso pastor da Igreja Global Novo Horizonte.

Tabela 1. Trama principal: ambição além dos limites éticos

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Kiluanji Voss</b> (filho do dono da Revista Divo, rico, bonito)	Protagonista, bom caráter, ingênuo, facilmente enganado pelas mulheres, as vilãs Vitória e Rosa.	Irmão de Luena Voss, apaixonado por Ana Maria, mas envolve-se com a vilã Vitória.	Não há tema para o personagem, além da luta pelo amor.
<b>Ana Maria</b> (fotógrafa da Revista Divo)	Protagonista-heróina, bom caráter, discreta, meiga, ingênua e simples.	Irmã mais velha da vilã Vitória, melhor amiga de Mariza e apaixonada por Kiluanji.	Não há tema para o personagem, além da luta pelo amor.
<b>Vitória</b> (assistente na Divo-golpista)	A grande vilã, mal caráter, interesseira, manipuladora e golpista.	Irmã mais nova de Ana Maria. Seu comparsa nos golpes é o jornalista Henda Salvador.	A luta pelo dinheiro e o poder por meio de golpes e armações contra a família Voss.
<b>Rosa</b> (Diretora de moda da Divo-golpista)	vilã, desequilibrada, maquiavélica, golpista e arrogante.	Foi amante do dono da Divo Xavier. Mãe de Kassia.	Luta pelo dinheiro e o poder na Revista Divo por meio de golpes.
<b>Xavier Voss</b> (Dono da Divo)	Atua como um vilão. Mal caráter, arrogante, manipulador, machista e autoritário.	Pai de Kiluanji e Luena, esposo da desaparecida Isaura e irmão do honesto Wilson.	Luta pelo dinheiro e o poder de forma ilícita.
<b>Isaura Voss</b> (Esposa do dono da Divo)	Calculista, forte, determinada e muito centrada nos objetivos.	Mãe de Luena e Kiluanji. Esposa de Xavier, que surge após muitos anos desaparecida.	Busca vingança contra seu marido e justiça para seus filhos. Não há tema social para ela.
<b>Henda</b> (Jornalista da Revista Divo)	Falatrão, golpista, malandro e desonesto.	Parceiro de golpes de Vitória.	Quer subir na vida dando golpes do baú em mulheres ricas.

Tabela 2. Trama paralela- Tema 1: homossexualidade feminina e masculina

Principais locações (cenário das ações) - a Revista Divo, a mansão dos Voss, a casa de Artur e cenas de externa (bar e rua)

Abordagens: liberdade para assumir a orientação sexual; homens casados que têm relações homoafetivas em segredo; inseminação artificial para casais homossexuais. Resolução: o casal Luena e Tchyssola assume publicamente o romance, pois o pai Xavier, quem proibia a relação, morre. Já Artur, inicia um novo relacionamento com um homem solteiro homossexual.

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Luena Voss</b> (Diretora da Revista Divo)	Independente, forte, determinada, competente e emancipada.	Namora a estilista Tchyssola Paim. Filha de Xavier e Isaura e irmã de Kiluangi.	A homossexualidade feminina. Assumir a homossexualidade numa sociedade machista.
<b>Tchyssola Paim</b> (estilista de moda em Londres)	Sensível, independente, segura de suas escolhas e intensa no amor.	Em relacionamento sério com Luena Voss, por quem tem grande paixão.	Assumir a relação homossexual numa sociedade fechada e machista.
<b>Artur</b> (Diretor financeiro da Divo)	Discreto, competente, honesto e confiável. Apesar de ser homossexual, os colegas de trabalho não sabem.	Amigo de Henda e primo do falso pastor. Doa seu esperma a Luena para inseminação artificial.	Homossexualidade masculina. Relaciona-se com homem que não assume a homossexualidade.

Tabela 3. Trama Paralela - Tema2: violência doméstica contra o menor

Principais locações - O buffet Muffet e a casa de Jair

Abordagem: mãe pobre, desequilibrada emocionalmente, surra o filho adolescente.

Resolução: por um período a mãe de Jair é presa por agressão e depois passa por modificações no seu comportamento com ajuda dos amigos do buffet. Mãe e filho resgatam a relação.

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Jair</b> (aprendiz de cozinheiro do buffet Mufet)	Adolescente, carinhoso, responsável, gentil e calmo apesar dos maus tratos pela mãe.	Filho único de Elizabete, é muito protegido por Nazaré, Iuri e Giorggio.	Vítima de violência doméstica pela mãe. Vive o drama de denunciá-la ou viver no cerco do medo.
<b>Elizabete</b> (faxineira diarista)	Desequilibrada, nervosa, mal-humorada e violenta.	Mãe de Jair, só ganha amigos quando muda seu comportamento.	Agride o filho diariamente porque acha que tem o direito de fazer.

Tabela 4. Trama Paralela - Tema 3: violência doméstica contra a mulher

Principais locações - apartamento de Fernando e Revista Divo  
 Abordagem: jovem humilde e deslumbrada envolve-se com homem mais velho e violento e não consegue livrar-se dele. Sofre maus-tratos e cárcere privado.  
 Resolução: Mariza pede ajuda a polícia e resgata Nadir do cárcere privado, mas Fernando foge e não consegue ser localizado pela polícia.

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Nadir</b> (repcionista da Revista Divo)	Alegre, extrovertida, fútil, ingênua e amigável.	Tem ótima relação com todos na Divo. Envolve-se com Fernando.	Vítima de violência pelo namorado, não consegue sair do ciclo de violência.
<b>Fernando</b> (rico empresário)	Autoritário, violento, sedutor. Esconde o seu lado violento, que só aparece na intimidade.	Namorado de Nadir e amigo de Wilson, que desconhece sua agressividade.	Agride as mulheres em todas as suas relações e sempre consegue sair bem.

Tabela 5. Trama paralela - Tema 4: alcoolismo em homens

Principais locações - a Igreja Global Novo Horizonte, o Buffet e ruas de Luanda.  
 Abordagem: o cobrador de transportes e funcionário do proprietário da kombi, Paulo, é alcoólatra e não consegue deixar o vício.  
 Resolução: Paulo, no volante do carro embriagado, causa um grave acidente, e Iuri, que estava dentro da kombi, fica em estado de coma. Após o acidente, Paulo busca ajuda e controla seu vício.

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Paulo</b> (cobrador na kombi de Sansão)	Alegre, bom amigo, mas é viciado em álcool.	Funcionário e amigo de Sansão. Também interagiu com Iuri e Nazaré.	Sofre com o alcoolismo, mas não aceita que está doente.

Tabela 6. Trama paralela – Tema 5: adoção

Principais locações - o buffet Mufet e casa dos Voss  
 Abordagem: a adoção é revelada em duas famílias. A primeira é na família de Xavier Voss, que escondia sua adoção, mas sua mulher revela em público, tornando-se um escanda-lo. A segunda é Iuri, que foi abandonado pela mãe Ofélia, na época jovem e solteira, e foi adotado por Nazaré e Sansão. Em decorrência do acidente automobilístico, Iuri precisa de sangue O negativo, e é Ofélia quem lhe doa. Resolução: Após a revelação da maternidade de Ofélia, o seu marido Wilson obriga-a a assumir a responsabilidade maternal, mas Iuri recusa ajuda e só perdoa a mãe biológica no final da telenovela.

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Yuri Massano</b> (sócio do buffet Muffet e modelo famoso)	Dedicado aos pais, muito responsável, maduro para sua idade. É um jovem romântico e de bem com a vida.	Adotado por Nazaré e Sansão e filho biológico de Ofélia, é amigo de Giorgio e apaixonado por Luena.	O tema é adoção. Descobre que é filho de Ofélia e precisa lidar com uma nova mãe em sua vida já na fase adulta.
<b>Nazaré Massano</b> (sócia e cozinheira do buffet Muffet)	Mãe e esposa dedicada, é amada por todos. Ajuda os amigos, como o alcoólatra Paulo e o garoto Jair.	Mãe adotiva de Yuri e esposa de Sansão. Tem uma relação maternal com Jair.	Adoção e o medo de perder o filho para a mãe biológica.
<b>Sansão Massano</b> (dono de uma kombi, que faz transporte em Luanda)	Amigável, humilde, pai carinhoso, alegre e trabalhador.	É muito dedicado a esposa e ao filho. Seu funcionário Paulo é o seu braço-direito.	Adoção e o medo de perder o filho para a mãe biológica.
<b>Ofélia Voss</b> (dona-de-casa e socialite)	Fútil, interesseira, extravagante, grosseira, mal-educada e autoritária.	Esposa de Wilson e mãe de Lweiji, Lukeny e Yuri. Sua companheira é a empregada doméstica Sila, quem a ajuda em suas armações.	Preconceito contra mãe solteira. Deu o filho para a adoção para não enfrentar o preconceito e a censura da família rica do seu marido.
<b>Wilson Voss</b> (diretor da Divo)	Bom caráter, calmo, amigável, fiel a esposa, atencioso com as pessoas.	Irmão mais novo de Xavier, esposo de Ofélia e pai de Lweiji e Lukeny.	Sofre a consequência do segredo da maternidade clandestina de sua esposa.

Tabela 7. Trama paralela – Tema 6: conflito geracional entre pais e filhos

Principais locações - a casa do casal Mariza e Giorgio

Abordagem: filho adolescente de Giorgio, que não vive com ele, tem de passar um tempo em sua casa, convivendo com Mariza, atual esposa. A resistência em aceitar a nova morada e a companheira do pai cria muitos conflitos para essa família.

Resolução: o convívio com o pai faz com que o garoto aproxime-se mais de Giorgio e de Mariza, criando laços de afeto com ambos.

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Giorgio</b> (italiano sócio do buffet Muffet)	Alegre, bom cozinheiro, responsável e dedicado ao trabalho, à esposa e ao filho.	Apaixonado por Mariza e muito preocupado com Pedro. Seu melhor amigo é Yuri.	Conflitos geracionais com o filho adolescente.
<b>Mariza</b> (maquiadora da Revista Divo)	Simpática, alegre, carinhosa com os amigos e dedicada ao trabalho.	Apaixonada pelo marido, tenta conviver bem com Pedro. É amiga de Ana Maria.	Conflito de relação entre madrasta e enteado adolescente.
<b>Pedro</b> (adolescente, filho de Giorgio)	Acostumado com a vida em Lisboa, é um rapaz questionador e decidido.	Filho de Giorgio, é amigo de Lukeny e namorado de Lweiji.	Conflitos geracionais com o pai, com quem não convivia há muitos anos.
<b>Lweiji</b> (adolescente, filha do casal Ofélia e Wilson Voss)	Jovem alegre que sonha em se ser uma modelo famosa. É muito consumista e fútil como a mãe.	Namora Pedro e tem uma ótima relação com seu irmão Lukeny.	Conflitos geracionais com a mãe Ofélia, que não dá nenhum tipo de liberdade a garota.
<b>Lukeny</b> (adolescente, filho do casal Ofélia e Wilson Voss)	Ótimo dançarino de kuduro, é mais ousado do que a irmã e desobedece a mãe às escondidas.	Seus amigos são Pedro e Lweiji, quem sempre lhe dá cobertura nas suas travessuras.	Conflitos geracionais com a mãe Ofélia, que não dá nenhum tipo de liberdade ao garoto.



Tabela 8. Trama paralela – Tema 7: falso pastor em igreja recém-fundada

---

Principais locações - a Igreja Global Novo Horizonte  
 Abordagem: pessoas que se aproveitam da fé alheia para roubar dinheiro, como Sebastião, que se passa por um pastor e monta uma nova igreja em Luanda. Ele pede dinheiro às pessoas em troca de milagres.  
 Resolução com fundo de moral: O falso pastor é desmascarado pelos fiéis e foge para não ser preso. A Igreja é transformada num centro cultural para a comunidade tendo à frente a mãe de Jair.

---

PERSONAGEM	PERFIL	RELAÇÕES	TEMA SOCIAL
<b>Sebastião</b> (Falso pastor, golpista)	Trambiqueiro, enganador, falastrão. Prometia milagres para tirar dinheiro das pessoas.	Primo de Artur e pastor (falso) da Igreja Global Novo Horizonte.	Comercialização da fé passando-se por um pastor.
<b>Ajudante do pastor</b>	Homem mais velho, honesto e bondoso.	auxiliar do falso pastor e amigo de Elizabete.	É vítima de um golpe de um falso pastor.

---

### Temáticas sociais em *Windeck*: análise interna à obra

A escolha da produtora Semba Comunicação em narrar a rotina diária de uma revista de moda terminou por criar perfis de personagens calcados em esteriótipos fúteis, superficiais e despreocupados com o contexto social do país. Todos os personagens relacionados à revista só falam sobre suas próprias vidas e seus pequenos dramas humanos de forma que parecem não viver numa grande cidade, conturbada, violenta e cheia de contradições e miserabilidade como Luanda. Efetivamente nenhum personagem, mesmo os localizados no núcleo mais pobre (na Igreja Global Novo Horizonte e no buffet Muffet) faz referência à cidade ou ao ritmo dela.

Na fala dos personagens a cidade não existe assim como seus problemas sociais. A vida urbana reduz-se a algumas cenas aéreas da cidade ou aos passeios na Kombi de Sansão. Portanto, a maior localização da história ao lugar, no caso Luanda, acontece pela caracterização visual das personagens, que usam figurinos, inclusive com uma forte identidade étnica, com roupas coloridas e modelos que retratam a moda angolana. Naturalmente que o falar, o ritmo, o sotaque da língua portuguesa também é angolano já que a grande maioria do elenco é formada por atores angolanos.

O discurso geral da telenovela é o da globalização, da abertura de mercado, do cosmopolitismo e do consumismo baseado no padrão do mundo ocidental. Uma mensagem bem interessante quando se pensa na evolução histórica do país, a disputa interna entre os três principais partidos nacionalistas pela obtenção poder estatal. O nacionalismo, o discurso de pertencimento na telenovela é totalmente esvaziado e substituído pelo dinamismo do Espaço Lusófono. Pode-se constatar claramente tal mensagem na personagem Luena Voss, interpretada pela atriz angolana Edusa Chindecasse, uma executiva bem-sucedida, homossexual, rica, inteligente, bonita e emancipada, que chega de Londres para assumir a direção da Revista Divo. Capítulos depois, sua namorada portuguesa (branca), que vivia também em Londres chega à Luanda. Londres é mostrada como uma cidade, onde os ricos angolanos podem viver de forma liberada.

Portugal e Brasil também figuram no Espaço Lusófono criado em *Windeck*. A maquiadora angolana Mariza, por exemplo, é casada com o italiano Giorgio, que tem um filho adolescente (Pedro) com sua ex-mulher portuguesa, que vive em Lisboa. O adolescente tem de passar uma temporada com o pai e a madrasta quando a sua mãe precisa viajar aos Estados Unidos, e com o passar do tempo (nos capítulos finais), o adolescente decide não voltar à capital portuguesa, pois construiu uma nova vida em Luanda. O Brasil surge na figura do diretor criativo Gabriel Castro (vivido pelo brasileiro Rocco Pitanga), que trabalha para a empresa japonesa *Skylight*, e entra na história por alguns capítulos para fazer par romântico temporário com a protagonista, a fotógrafa Ana Maria. Portanto, constrói-se em *Windeck* uma Luanda que olha para fora, além de suas fronteiras em direção à Europa (Inglaterra e Portugal), à Ásia (Japão) e a América do Sul (Brasil), mas pouco olha para si, para suas reais necessidades internas, para o cotidiano da capital.

Luanda aparece de forma muito tímida na telenovela, não há muitas cenas apresentando pontos turísticos, as ruas mais movimentadas e principais, o cotidiano da cidade em si. A maior parte das cenas foi gravada em cenários fechados, localizados em Portugal, nos estúdios da SP Televisão no Cacém, próximo a Lisboa. As cenas externas são principalmente usadas para fazer

transição entre ações (takes aéreos da cidade), passagens de tempo curtas (dia-noite) e para mostrar o trabalho do motorista Sansão, que dirige uma kombi azul, fazendo transporte privado-coletivo na cidade.

A cultura de Luanda, por vezes, ressurgue, no discurso de algum personagem, como o adolescente Lukeny Voss, que é fã do estilo musical nativo kuduro. Nos capítulos 96 e 97, Lukeny e sua irmã Lweji vão até um show aberto de kuduro em Luanda. As cenas relativas ao show mostram jovens figurantes de idades próximas e uma diversidade de estilos de roupas e aparência física, trazendo mais o olhar do telespectador aos tipos urbanos existentes nas ruas da capital. Os artistas que se apresentam no show são populares entre a juventude angolana, como o músico Cabo Snoop, que canta a canção de abertura da telenovela. Snoop também canta a música tema de abertura de *Windeck* no primeiro capítulo, na festa de 1 ano da Divo. A equipe de roteirista apostou na técnica brasileira de inserir no universo ficcional artistas do mundo real, numa tentativa de aproximar os telespectadores ainda mais da história.

Apesar de haver quatro adolescentes em *Windeck*, os irmãos Lukeny e Lweji, o filho do italiano, Pedro, e o aprendiz de cozinheiro Jair, não foi desenvolvido um núcleo dramático no ambiente escolar. As cenas relacionadas à escola acontecem em frente ao edifício escolar, mas não há professores ou colegas diferentes do perfil dos irmãos Voss, que são totalmente alienados, fúteis e representam claramente o culto ao consumo entre os jovens. Lukeny sonhava em ser dançarino de kuduro e a Lweji desejava ser uma famosa top model. Os irmãos são ricos, vestem boas roupas e estão sempre com notebook, celulares e outras tecnologias comuns a essa faixa etária. Do outro lado de Luanda, no núcleo pobre (núcleo buffet Muffet), está o adolescente Jair, vítima de maus tratos da mãe, que trabalha para ajudar nas despesas da casa, mas não há discurso para incentivo aos estudos e sim para esforçar-se em trabalhar. Perdeu-se uma ótima oportunidade dramática de discutir a educação e o papel dela na mudança social, especialmente porque Jair tem 19 anos, idade em que os jovens estão encaminhando-se para os estudos universitários.

O tema que ganha mais espaço nos capítulos da telenovela é a homossexualidade, que termina por trazer temáticas transversais como o preconceito social, a inseminação artificial em mulheres homossexuais e a vida dupla de homens casados que se relacionam clandestinamente com outros homens. Como os demais temas, o preconceito é tratado de forma mais branda do que realmente acontece na sociedade angolana, que, como todo mundo africano, é marcadamente machista e até mesmo violento com os homossexuais. O principal símbolo do preconceito e negação em *Windeck* é o vilão Xavier Voss, o dono da Divo, que diz que a orientação homossexual é uma doença, uma coisa anormal e faz tudo ao seu alcance para separar sua filha da namorada. Até a morte de Xavier, no capítulo 100, as duas amantes escondem o relacionamento de todos na Revista Divo e são obrigadas por Xavier a aceitar uma inseminação artificial em Luena para que ela tenha um filho, evitando assim que fosse mal falada socialmente.

O personagem também homossexual Artur tem um contexto diferente. Ele relaciona-se com um homem casado, que não assume sua homossexualidade publicamente. Nos capítulos finais, termina a relação por perceber que o amante não mudará de ideia, e inicia um novo romance com um jovem recém-chegado de Portugal, lê-se aí mais aberto culturalmente falando, que assume sua orientação sexual assim como o próprio Artur.

Nas redes sociais, os telespectadores angolanos também se pronunciaram, entretanto houve uma opinião, que causou grande debate no Facebook, sendo compartilhada 165 vezes entre os internautas e curtida (aprovada) por 456 pessoas. O autor do comentário, Divaldo Martins, na época em que escreveu sua crítica não tinha relação alguma profissional no campo da comunicação. Ele é graduado em direito e tem outras formações na área policial, entretanto após essa crítica foi convidado pela Semba para trabalhar como consultor de roteiro (guionismo) na telenovela seguinte, *Jikulumessu*.

Windeck é a versão ANGOLANA de uma novela PORTUGUESA de segunda categoria, de inspiração BRASILEIRA. É o retrato de um mundo inexistente, além de vazio, é a caricaturização da nossa suposta elite,

é a ridicularização do nosso modo de ser. Faz-me lembrar a literatura “angolana” do século XIX, onde o que inspirava os poetas eram apenas os seios das mulheres africanas e todos nós éramos vistos como seres exóticos. Escrito, por certo, por um português a pensar no Brasil, quem a escreveu não soube captar a essência da alma angolana e caiu no ridículo de colocar as nossas supostas socialites vestidas de penas e cheias de espalhafato a lembrar a Viúva Porcina. Em Angola as empregadas não vestem uniformes preto e branco, não falam um português cuidado, em Angola não é hábito convidar-se alguém para tomar o chá da tarde ou o café da ordem. Em Angola os filhos não falam assim com os pais, os verdadeiros homens de negócio não vivem de revistas cor-de-rosa, as nossas redações não são assim... *Windeck* não é o retrato de Angola, nem daqui a vinte anos. Há muito que a cultura rompeu as fronteiras dos estados, mas antes de ser universal, qualquer cultura manifestação cultural tem de ter raiz nacional. Dança-se o Tango em todo o mundo, mas ninguém nega que é da Argentina. Para ser cultura nacional tem de captar a nossa verdadeira alma, tem de falar a nossa língua, como faz o Paulo Flores cada vez que decide cantar, mesmo quando canta Morna. *Windeck* é tudo, menos Angola<sup>9</sup>.

O debate acima transcorrido no Facebook apresentou algumas questões relativas à culturalização da telenovela *Windeck* ao contexto social de Angola, que também foram discutidas neste artigo, naturalmente de forma menos apaixonada e mais distanciada do que o olhar e a leitura de Divaldo Martins tendo em vista que a autora deste texto é brasileira e como tal também esteve atenta em trazer os contextos, textos e subtextos da cultura brasileira estritamente para refletir a telenovela produzida no Brasil.

A opinião negativa de Divaldo Martins e o prologamento dela no Facebook, não poderia passar despercebida pelos realizadores de *Windeck*, que ora se comportam como produtores de uma obra que até poderia ser comer-

9. O comentário de Divaldo Martins está publicado no Facebook juntamente com outras opiniões de telespectadores e com a resposta de Sérgio Neto, um dos realizadores da telenovela *Windeck*. Disponível em <https://www.facebook.com/divaldo.martins.7/posts/541364209223132>. Acesso em 06-06-2014.

cial como as brasileiras, ora comportam-se como realizadores de produtos do Estado angolano, ou seja, programas que trazem uma carga ideológica orientada a uma política de exclusão (a pobreza e as mazelas sociais não aparecem em *Windeck*), uma idealização de sociedade angolana que não corresponde à realidade nacional.

Depois das críticas à *Windeck* sobre o olhar distanciado da cultura angolana, houve uma grande investida em criar uma nova dramaturgia mais próxima da realidade sociocultural do telespectador angolano. A segunda telenovela produzida pela Semba Comunicação, *Jikumessu*, exibida pela TPA1 de outubro de 2014 a abril de 2015, é uma tentativa de criar uma ficção que represente com mais autenticidade os angolanos. A telenovela foi gravada na cidade cenográfica construída pela Televisão Pública angolana nos arredores de Luanda, com cerca de 4 mil metros quadrados, e as tramas da telenovela desenvolvem-se além da capital, indo em direção ao interior, Namibe e Lubango, e ao exterior, precisamente em Nova Iorque (EUA). A telenovela conta a trajetória de amor e vingança do protagonista Joel Kapala, que na adolescência (17 anos) sofre com alguns colegas uma perseguição agressiva na escola, o *bullying*, e jura vingança. A história foi dividida em duas fases, o começo da juventude dos protagonistas, em 1998, e depois a vida adulta, em 2014<sup>10</sup>.

No dia 02 de fevereiro de 2015, a equipe da Semba Comunicação foi surpreendida com o apresentador do principal telejornal da noite da TPA anunciando que *Jikumessu* tinha sido suspensa devido a problemas técnicos de correções no formato. Dois dias após a suspensão, o autor da ficção CoreonDú, o filho do presidente de Angola, publica na sua página do Facebook uma declaração lamentando a censura sofrida na telenovela por causa de uma cena que scandalizou a nação, o primeiro beijo gay exibido na televisão nacional. No capítulo do dia 28, o personagem Carlos Nambe (interpretado por Pedro Hossi), um homem de classe média alta, casado e com dois filhos, beija o seu amante, o jovem solteiro Gerson (interpretado por Lialzio Almeida)

10. Site oficial da telenovela *Jikumessu*. Disponível em <http://jikulumessu.com/historia>. Visitado em 08 de fevereiro de 2015.

após um encontro amoroso. O beijo é muito rápido, um encostar de lábios, que no Brasil chama-se de “pitoque”, contudo causou muitos protestos na rede social Facebook com declarações que acusavam a TPA de incentivar a homossexualidade em Angola. A telenovela voltou a ser exibida no dia 05 de fevereiro e a sua suspensão foi noticiada também pelos *media* no Brasil (Rede Globo e Jornal *O Globo*), pela BBC (Londres) e por sites noticiosos portugueses (Rede Angola, 03-02- 2015)<sup>11</sup>.

Eis abaixo um trecho da declaração publicada na página do Facebook de CoreonDú, o autor da ideia original de *Jikulumessu*, no dia 04 de fevereiro de 2015, dois dias após a suspensão da telenovela:

(...) Projectos artísticos desta natureza tem como objectivo o lazer, mas também devem gerar diálogo e debate de forma salutar. Felizmente eu e a minha equipa somos sensíveis as inquietações e opiniões dos consumidores dos produtos que produzimos. Foi por esta razão que humildemente reconhecemos que a nossa abordagem dos temas debatidos na telenovela como: a violência juvenil, consumo de estupefacientes, delinquência, corrupção, poligamia, homossexualidade e a prostituição, poderá em algum momento ter ferido algumas sensibilidades. (...)<sup>12</sup>

A censura é uma ação comum a governos ditatoriais. No caso de Angola, onde a teleficção nacional é produzida e veiculada apenas na emissora pública, pois não há um mercado competitivo comercial como no Brasil ou em Portugal, pode-se fazer uma leitura mais cuidadosa a assim chamada democracia angolana, especialmente no que se refere a liberdade de expressão, a liberdade de imprensa. No caso da suspensão de *Jikulumesse*, o fato mais interessante é a produtora da ficção ser uma empresa de um dos filhos do presidente da República, que vai à público “denunciar” a censura no governo do seu próprio pai. Entretanto, os *media* angolanos não refletem sobre essa aparente irônia; na verdade, descrevem CoreonDú como uma vítima da cen-

11. Notícia publicada no site da Rede Angola. Disponível em <http://www.redeangola.info/semba-pede-desculp-as-pelo-beijo-gay-de-jikulumessu/>. Acesso em 04 de fevereiro de 2015.

12. Pode-se ler a declaração integral na página do Facebook de CoreoDú disponível em <https://www.facebook.com/CoreonDuMusic?fref=ts>. Acesso no dia 07 de fevereiro de 2015.

sura; um autor e empresário “comum” que teve o seu trabalho censurado pelo governo. Faltou uma reflexão nesse circo mediático para os bastidores político-familiar desse acontecimento no sentido de perceber a censura à *Jikulumesse* como uma punição doméstica, entre familiares, ao trabalho que saiu do controle do pai censor e por isso foi punido em público para dar o exemplo à população, aos outros filhos da pátria, e satisfazer à camada mais tradicional e moralista angolana que se sentiu ofendida pelo instantâneo beijo homossexual.

### **Reflexões finais**

*Windeck* segue o modelo de produção de telenovela brasileiro uma vez que seus realizadores angolanos e sua equipe de roteiristas, predominantemente formada por portugueses, adotaram o esquema narrativo exportado pelo Brasil. Do outro lado da tela estão os telespectadores também acostumados aos folhetins brasileiros, mas que pareciam desejar uma produção mais culturalizada, ou seja, mais próxima da realidade nacional de Luanda, do cotidiano vivido pelos moradores simples do país. Entretanto, de uma forma geral, as temáticas foram tratadas de maneira mais distanciada da sociedade angolana, além de os personagens serem mais caricaturas do que propriamente modelos ficcionais, com os quais telespectadores angolanos poderiam se identificar.

Os capítulos da telenovela não traziam questionamentos sobre o papel do Estado ou qualquer mudança a partir das transformações da ordem social vigente. Não havia um discurso de mudança social ou mesmo queixa sobre algum problema urbano. Ao contrário, o Estado angolano ficou assegurado, salvo de quaisquer críticas ou reflexões, já que não estava presente nas falas. É bem verdade que a presença do Estado despontou em alguns poucos capítulos em que a polícia angolana aparecia para manter a “ordem social”, como no capítulo 47, em que o personagem Sebastião, antes de virar o falso pastor, mobiliza um grupo para atrapalhar a festa de inauguração do site da Revista Divo a mando da vilã Rosa. A polícia, personificando a presença da ordem e bem-estar do Estado angolano, aparece para acabar com a



manifestação. Lê-se nas entrelinhas que não há liberdade de expressão nas ruas já que Sebastião foi preso e continuou encarcerado até que a queixa foi retirada após alguns dias. Associa-se também às manifestações públicas a um ato ilícito, a uma das armações de uma vilã e não a uma forma do povo reivindicar por mudanças sociais.

Existe também uma apologia à vida na alta sociedade, aos ricos e famosos, ao luxo, que é mostrado não só na rica família do empresário Xavier Voss, mas também surge nas personagens ambiciosas que tinham uma origem mais humilde, como Ofélia Voss, que foi pobre até casar-se com Wilson Voss, e a vilã Vitória. O interessante é que as empregadas domésticas (eram três) foram mostradas muito subservientes. Elas “sabiam exatamente os seus lugares sociais” e inclusive cumpriam uma jornada de trabalho exaustiva. A senhora empregada da família Voss, por exemplo, começava a trabalhar pela manhã, bem cedo, e continuava a limpar a casa, à noite, quando os patrões retornavam do trabalho. Estava sempre disponível a qualquer hora do dia e da noite para servir os adoráveis ricos patrões.

Alguns capítulos denotaram a corrupção presente no cotidiano local de Luanda, mas não na esfera pública estatal. Há por exemplo um capítulo em que o protagonista, o mocinho Kiluangi, vai buscar a vilã Vitória numa pensão e suborna a recepcionista para lhe indicar o quarto já que era proibido dar tal informação. A corrupção surge como um traço cultural já que está diluída no cotidiano das pessoas, em pequenos gestos como uma informação. Se o próprio mocinho da trama, o herói, é capaz de subornar para conseguir o que deseja de forma mais fácil, imagina os vilões. No capítulo 57, o jornalista Henda suborna uma enfermeira para trocar o seu esperma pelo o de Artur para que ele fosse o pai biológico do bebê inseminado em Luena. O objetivo do jornalista era chantagear a moça, em troca de dinheiro, ameaçando tomar a criança na justiça já que ela era lésbica e solteira.

Apesar do desencontro das temáticas com os contextos sociais da capital Luanda, a telenovela *Windeck* conseguiu trazer para os *media* e a sociedade local a discussão sobre a homossexualidade, um tema muito debatido

no mundo ocidental, principalmente nas telenovelas brasileiras que sempre trazem um personagem homossexual, mas que em Angola ainda manifesta-se como uma grande ferida social, a qual poucos querem mexer. Portanto, teria sido mais eficaz se o tema tivesse sido discutido sob a perspectiva cultural dos angolanos, levando em consideração a violência sofrida pelos homossexuais no país. Entretanto, o discurso da telenovela foi mais ocidentalizado, passando uma ideia de naturalidade.

As telenovelas podem ser mais que meros produtos de entretenimento da indústria cultural. São programas que podem trazer mensagens educativas, serviços sociais, fomentar debates públicos quando evidentemente há um interesse dos seus realizadores em promover a cidadania. Em *Windeck* houve uma “tentativa” de criar um espaço de debate público na ficção, contudo não foi possível discutir os assuntos propostos na telenovela associando de forma mais direta aos possíveis contextos culturais de Luanda.

A ficção angolana ainda é muito recente quando comparada com o percurso da teledramaturgia no Brasil ou mesmo em Portugal. *Windeck* é uma experiência do processo de desenvolvimento de um produto nacional e representa uma escola para toda equipe técnica, independente da origem desse profissional (brasileiro, angolano ou português) uma vez que o desafio da ficção nacional transcende a adoção de um modelo de estrutura narrativa; constitui também a busca pela angolanidade, a alma angolana, uma busca de identidade nacional que já foi vivida pelos roteiristas e produtores brasileiros e portugueses, naturalmente em décadas diferentes. Esses três países lusófonos integram um triângulo de intercâmbio de conhecimento na área da ficção televisiva que se configura na exportação do modelo de narrativa, no caso o Brasil influenciou os produtores angolanos e portugueses; no trânsito de profissionais especializados que atravessam o Atlântico num fluxo de idas e vindas intercontinentais (fluxo e refluxo entre América Latina, Europa Sul e África); e finalmente em parcerias de co-produção estabelecidas entre emissoras dos três países e na própria exportação das

telenovelas de língua portuguesa que circulam por todo o Espaço Lusófono, como as produções da Rede Globo ou mesmo *Windeck*, que já foi exibida em Portugal, Moçambique, Cabo Verde e Brasil.

## Referências

- Agência Lusa (2008). *Angola: Primeira televisão privada TV Zimbo arranca hoje e pretende ser referência*. Disponível em: <http://noticias.sapo.pt/lusa/artigo/1390ef858b764861557c1f.html>. Acesso em 20 de abril de 2015.
- Apaddurai, A. (1996). *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Conceição, J. P. (2005). *A comunicação angolana*. Anuário Internacional de Comunicação Lusófona.
- Guide, A. M.(2007). *TPA- O modelo de TV Pública de Angola*. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-21072009-201835/pt-br.php>. Acesso em 15 de junho de 2014.
- Lopes, M. I. V. (2002). *Narrativas televisivas e identidade nacional: o caso da telenovela brasileira*. Ibid., XXV, 2002. Salvador, BA. **Anais...** p.18. Consultado em 02 de julho de 2013. Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP14LOPES.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP14LOPES.pdf)>.
- Marktest Angola (2014). *Pesquisa da audiência dos media em Luanda*. Disponível em <http://marktest-angola.com/docs/ampsLuanda2014.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2015.
- Negrão, W. (2004). O processo de criação de telenovela. In: Lopes, M. I. V. de (org.) (2004). *Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola, pp. 205-221.
- Pallottini, R.(1998). *Dramaturgia de Televisão*. São Paulo: Moderna.
- Rede Angola. *Semba pede desculpas pelo beijo gay de Jikulumessu*. Disponível em <http://www.redeangola.info/semba-pede-desculpas-pelo-beijo-gay-de-jikulumessu/>. Acesso em 04 de fevereiro de 2015.

- Santos, Paulino dos (2013). Declaração no facebook. Disponível em <https://www.facebook.com/CoreonDuMusic?fref=ts>. Acesso no dia 07 de fevereiro de 2015.
- Site oficial da telenovela Jikulumessu. Disponível em <http://jikulumessu.com/historia>. Visitado em 08 de fevereiro de 2015.
- Site oficial da telenovela Windeck <https://www.youtube.com/user/windecktv>. Último acesso em 10 de março de 2015 .
- Tenguna, R. (2008). *Quanto vale a vida do africano*. 1ª edição. Biblioteca 24 horas, São Paulo.
- Televisão Pública de Angola. Disponível em <http://tpa.sapo.ao/tpa/>. Acesso em 21 de junho de 2014.
- TV Zimbo. Disponível em <http://www.tvzimbo.co.ao/>. Acesso em 23 de junho de 2014.

Parte III

# Qualidade e Múltiplas Plataformas



## **A QUALIDADE NA FICÇÃO SERIADA LUSÓFONA**

Gabriela Borges e Daiana Sigiliano

[gabriela.borges@ufjf.edu.br](mailto:gabriela.borges@ufjf.edu.br) e [daianasigiliano@gmail.com](mailto:daianasigiliano@gmail.com)

No mundo acadêmico anglo-saxão, muitos autores têm trabalhado com o conceito de qualidade na televisão. O debate no Reino Unido começou na década de oitenta e envolveu muitos atores com o objetivo de definir estratégias para regular o mercado e preservar a responsabilidade social da televisão. A BBC tem sido reconhecida como referência na produção de programas de qualidade desde a sua criação como argumentado por Brandt (1981, 1993), Caughie (2000), Jacobs (2000), Cooke (2003) e Borges (2009). Mais recentemente, devido à proliferação das séries de televisão produzidas pelos Estados Unidos e a concorrência com as séries britânicas nos mercados nacionais e internacionais, o debate se acirrou e autores como Jancovich & Lyon (2003), Creeber (2004a, 2004b), Hammond & Mazdon (2005), Nelson (2007) e Akass & Mc Cabe (2007), Mittell (2013) entre outros, têm contribuído para este debate.

No caso da ficção, autores como Mulgan (1990) e Brunsdon (1990) afirmam que tanto o uso de atores conhecidos, quanto adaptações de importantes textos literários ou peças teatrais agregam o termo qualidade a um programa de televisão. Segundo essa abordagem, a qualidade diz respeito a alguns critérios valorativos que podem ser aplicados a todos os programas, como, por

exemplo, o alto custo de produção, o uso de atores reconhecidos, principalmente oriundos do meio teatral, a estrutura dramática e a importância no meio literário do assunto tratado<sup>1</sup>.

Nos Estados Unidos, com o surgimento de séries como *Hill Street Blues* (Fox, 1981-7), *St. Elsewhere* (Fox, 1982-8) e *Moonlight* (Moonlight, 1988-9) nos anos 1980 e *TwinPeaks*(ABC, 1990-1), *ER* (NBC, 1994-) e *NYPD Blue* (ABC, 1993-2005) nos anos 1990, o termo “*quality TV*” começa a ser usado como “um super gênero, uma fórmula em si mesmo”, como nos relata Thompson (2007:17). Do mesmo modo, o desenvolvimento tecnológico e o advento dos canais por cabo incentivaram a propagação de séries com esta denominação. Por um lado, os canais por cabo foram o espaço de experimentação na televisão no final dos anos 1990 e, por outro, adotaram este “super gênero” a fim de enquadrar seus programas e vendê-los mais facilmente. Com o surgimento da HBO e a sua denominação como “*It’s not TV. It’s HBO*” uma nova fase se inicia e séries como *Os Sopranos* (HBO, 1999-2007) marcam o tom do que poderia ser esperado da linguagem televisiva na chamada *post-network era*.

Thompson (2007:19) ressalta que nos anos 1980 novas abordagens estéticas e desafios enfrentados pela linguagem televisiva eram celebrados, uma vez que a televisão quase não tinha mudado a sua forma de comunicar desde o seu advento. Em sua opinião, a definição de televisão de qualidade sempre foi elusiva, mas ela não é uma “televisão comum” e sabemos disso ao assistirmos. Em geral, os programas recombinaavam velhas fórmulas de modo inesperado; com ambições cinemáticas e literárias que se diferenciavam do que já tinha sido visto anteriormente; com narrativas seriadas sofisticadas e complexas e mitologias “inter-séries”. Entre os doze critérios de qualidade das séries estadunidenses definidos por Thompson (1996:12-16), destacamos: quebra das regras já estabelecidas pela linguagem televisiva; produção realizada por profissionais de outros campos artísticos e destina-

1. No começo dos anos 1950, quando a televisão ainda tinha pouca produção própria, os programas de ficção eram, na maioria das vezes, adaptações de peças ou de livros escritos por autores de renome. Ao usar material de outros meios artísticos, a televisão fagocitava estes outros meios e adquiria certo estatuto estético de qualidade.



da a uma audiência educada e exigente; as narrativas misturam diferentes tipos de personagens e várias linhas de enredo que se sobrepõem e criam novos gêneros, que se hibridizam com os antigos. Em geral, está baseada em características literárias e na figura do autor/roteirista. Também é auto-consciente, no sentido em que se diferencia das outras produções televisivas e tende a abordar temas controversos, pendendo para o realismo.

No entanto, no final do século XX estas inovações tornaram-se fórmulas que foram incorporadas, com o rótulo da qualidade, mas que efetivamente não significavam que um programa tivesse qualidade. Cardwell (2007:21) chama a atenção para um embate entre o julgamento crítico e a avaliação, que está retratado na discussão entre televisão de qualidade e boa televisão. No senso comum a TV de qualidade deve ser percebida pelos espectadores como sendo boa – edificante em termos morais e educacionais – mas pode também ser experienciada como digna de valor, porém maçante, convencional ou pretenciosa. A avaliação de um programa como bom é mais apropriadamente definida pela experiência da audiência. “A boa televisão é fascinante, atraente, comovente, provocante e frequentemente contemporânea, é relevante e valorizada pela audiência”. A diferença de abordagem pode ser explicada pelo modo como a audiência se relaciona com os conteúdos.

Porém, pode a televisão de qualidade ser também uma boa televisão? Brunsdon sugere que “the point about this adjectival/generic distinction (quality TV) is that it makes it possible to think about bad “quality television” and indeed good non-quality TV” (1997:108). Ao reconhecer qualidade como uma descrição genérica, ao invés de um termo que pode ser avaliado criticamente, podemos fazer uma avaliação da televisão de modo geral e não apenas de alguns programas.

Nos anos 2000 o debate se encontrava acalorado e algumas questões eram colocadas. Cardwell (2007:26) afirma que os programas de qualidade devem conter, no seu modo de entender, certas características de conteúdo, estrutura, tema e tom. No que diz respeito aos programas de qualidade, a academia estadunidense tende a aceitar uma série de convenções e atributos

estilísticos que permitem aceitar que televisão de qualidade seja entendida como boa televisão. Neste sentido, os programas de qualidade são agrupados num mesmo gênero, que é caracterizado por partilhar características semelhantes, tais como

altos valores de produção, estilo de atuação naturalista, atores de renome, um senso de estilo visual variado através de certos cuidados, sendo até mesmo inovador, trabalho de câmara e edição, estilo sonoro criado com uso adequado da música que pode até ser original (Cardwell, 2007:26).

Os programas abordam temas sérios e o espectador tem ressonância emocional e simbólica nos detalhes dos programas, podendo, a partir daí, refletir sobre a sociedade contemporânea. No entender de Cardwell (2007:26-7), outras características incentivam o engajamento e a apreciação por parte da audiência, tais como a “estrutura narrativa complexa, os temas intrincados, o uso de linguagem erudita, técnica, oratória e até mesmo poética e o estilo rápido de edição”. Desse modo o programa estimula uma atitude ativa do espectador, encorajando-o a interpretá-lo e avaliá-lo.

Definir uma série de indicadores de qualidade não necessariamente implica em avaliar ou considerar uma produção boa ou má, mas pertencente a determinado gênero, o dos programas de qualidade. Embora estas qualidades também possam indicar que um programa seja bom. Sendo assim, como podemos definir um bom programa? Na opinião de Cardwell (2007:30) seria aquele que nos leva a pensar, a refletir sobre determinados temas relevantes que fogem do ordinário e do cotidiano. Aquele que pode ser assistido várias vezes porque sempre proporciona novos olhares e novos entendimentos.

Portanto, encontramos dois enfoques diferentes nos estudos televisivos britânicos e estadunidenses que nos interessam particularmente nesta discussão sobre a qualidade. Nos estudos britânicos a qualidade não é sinônimo de valor e não define se um programa é bom, mas uma série de

atributos genéricos que distingue um grupo de programas. Por outro lado, nos estudos estadunidenses televisão de qualidade é frequentemente vista como boa televisão.

Neste sentido, Mittell (2013:46), quando reflete sobre a complexidade narrativa inerente ao entrelaçamento das formas seriadas e episódicas na atualidade, ressaltando as técnicas narrativas reflexivas e que estimulam a participação da audiência, a diferencia do que vem sendo entendido por televisão de qualidade. O autor argumenta que este conceito está muito mais associado aos “pressupostos do orador do que aos programas analisados, enquanto a complexidade narrativa é um termo analítico que não implica necessariamente juízo de valor”. Complexidade e juízo de valor não são assegurados de forma recíproca.

No entanto, Mittell (2013:45) defende neste artigo que a televisão também pode ser analisada por meio do julgamento estético. A crítica valorativa pode contribuir para entendermos a forma como um programa funciona, como os telespectadores e os fãs se relacionam com o texto televisivo e como a televisão pode ser vista (pelos críticos e pelo público) como uma parte importante da vida cotidiana.

a avaliação é um convite ao diálogo uma vez que debater os méritos de um produto cultural é uma das formas mais agradáveis de engajar-se com textos, estabelecer relações com outros consumidores culturais e ganhar o respeito de outros críticos e dos telespectadores (Mittell, 2013: 46).

Assim, Mittell (2013:47) sugere que podemos analisar as qualidades multifacetadas da complexidade narrativa como uma categoria valorativa, um objetivo que diferencia muitos programas contemporâneos e contribui para que a ficção seriada possa alcançar resultados estéticos. A complexidade exalta a sofisticação e as nuances, apresentando uma visão de mundo que se enriquece por meio do engajamento. O espectador tem que se engajar completamente e de modo atento para poder desfrutar intensamente a experiência.

Na academia brasileira, a discussão sobre a qualidade na televisão foi iniciada por Machado (2000) em um artigo seminal intitulado *Televisão: uma questão de repertório*, em que o autor reenquadra a questão da qualidade na televisão e chama a atenção para a importância da televisão como um meio estético como muitos outros, tais como o cinema, a literatura e o teatro, propondo um repertório de obras criativas produzidas para a pequena tela. Com o objetivo de responder a esta chamada, La Ferla (2008) propõe um repertório de programas argentinos que exploram o potencial criativo do meio.

Sobre a televisão brasileira, Fachine & Figueirôa (2008) realizaram um trabalho notável sobre os produtos audiovisuais desenvolvidos pelo Núcleo Guel Arraes na Rede Globo. Desde seus primeiros anos, a Rede Globo apropriou-se do discurso de qualidade no panorama da radiodifusão brasileira a fim de diferenciar-se de outros canais de televisão, criando e disseminando o que é conhecido como “Padrão Globo de qualidade”, que é associado com

excelência técnica em radiodifusão (recepção do sinal, cobertura, definição de imagem, etc), o sucesso empresarial (melhor infra-estrutura, equipamentos de última geração, salários mais altos e melhores classificações) e o profissionalismo técnico e estético (ousadia visual programação, configuração e figurinos como na indústria de Hollywood, o uso de efeitos especiais, o investimento na dramaturgia nacional com atores renomados, etc) (Fachine, 2008:223).

A autora destaca que, naquele momento, o conceito de qualidade estava focado em programas intrinsecamente relacionados à identidade nacional, à responsabilidade social, ao compromisso com a democracia e o pluralismo cultural, bem como à renovação dos formatos televisuais.

Na academia portuguesa, o livro “Discursos e práticas de qualidade na TV” (Borges & Reia-Baptista, 2008) dedica uma sessão aos estudos de programas ficcionais sob a perspectiva da qualidade. Na esteira do argumento de Machado e Velez (2008) de que não se pode criticar a televisão sem analisar

os programas que, em primeiro lugar, fazem o meio, os artigos escritos por Andacht (2008), Fachine (2008), Virino (2008) e Knox (2008) fornecem uma análise abrangente de séries dramáticas de qualidade.

Nos nossos estudos (Borges, 2014) temos procurado desenvolver parâmetros de qualidade a partir dos quais seja possível analisar um programa. Apesar de estarem relacionados com uma série de variáveis que influenciam um determinado contexto<sup>2</sup>, no âmbito da produção os parâmetros estão relacionados tanto com a forma quanto ao conteúdo, uma vez que estes não podem ser pensados separadamente. No entanto, a convergência de mídias e a hibridização de linguagens que lhe é característica, nos levam a crer que é necessário considerar também a(s) forma(s) de interação dos telespectadores, que passaram de consumidores a interagentes<sup>3</sup>. O consumo televisivo passa a ser realizado em concomitância com outras mídias e, em consequência, as narrativas passam a ser produzidas para diferentes mídias, sejam elas transmídia ou não.

### **As produções lusófonas**

Neste sentido, o nosso diálogo com os estudos anglo-saxões nos leva a pensar sobre as particularidades das produções ficcionais lusófonas, em especial do Brasil e de Portugal. Resguardadas as devidas diferenças entre os dois mercados, uma vez que a indústria da telenovela no Brasil é mais antiga do que em Portugal, percebemos que há uma tendência do mercado em investir na produção de narrativas multiplataforma para serem consumidas em mercados internacionais.

Reconhecida mundialmente por sua produção de telenovelas, a Rede Globo começou a investir em conteúdos transmídia em 2006. A primeira ação desenvolvida foi para o folhetim *Páginas da Vida* (2006-2007), de Manoel

2. Constatamos neste estudo que para se discutir a qualidade da RTP2 era necessário considerar as seguintes variáveis: o sistema televisivo e a legislação; o canal; a programação; os programas; os profissionais e o consumo televisivo.

3. Segundo Primo (2003:8) o termo interagente é aquele que “emana a ideia de interação, ou seja, a ação (ou relação) que acontece entre participantes”.

Carlos. Ao longo da exibição da trama, a emissora criou sessões no site<sup>4</sup> oficial que aprofundavam os principais arcos narrativos da telenovela. Atualmente<sup>5</sup> todas as telenovelas exibidas pela Rede Globo apresentam conteúdos multiplataforma, as camadas imersivas abrangem desde a criação de web documentários<sup>6</sup> até ambientes de segunda tela<sup>7</sup>. Entretanto, apesar de ser um modelo difundido, os autores brasileiros enfrentam desafios no engajamento dos telespectadores. Fechine, Figueirôa & Cirne (2011) afirmam que a expansão das telenovelas possui dois fatores inibidores: o perfil do público e a estrutura organizacional. As autoras pontuam que o público alvo das tramas é composto basicamente por “[...]pessoas menos familiarizadas com as novas tecnologias de informação” (Fechine *et al.*, 2011:34). Ao criar camadas imersivas que necessitam da interação do telespectador para a sua efetivação, os produtores correm o risco de não terem os seus universos ficcionais explorados. Já que grande parte do público que acompanha os folhetins não está habituado a navegar por estes espaços. Outra questão destacada pelos autores é o formato das produções. Ao contrário das séries estadunidenses, as telenovelas são exibidas diariamente<sup>8</sup> e duram em média oito meses. Esta estrutura faz com que o público tenha pouco tempo para explorar as expansões midiáticas do folhetim.

Apesar de serem exibidas semanalmente e destinadas a um público alvo mais familiarizado aos ambientes interativos, poucas narrativas ficcionais seriadas da TV segmentada brasileira se expandem em multiplataformas. Neste contexto, apenas as emissoras GNT, Multishow, HBO Brasil, Universal, Globo e MTV Brasil possuem projetos internos de desenvolvimento e produção de séries.

4. Disponível em: <<http://paginasdavid.globo.com/>>. Acesso em 6 de julho de 2015.

5. *Malhação* (2015), *Sete Vidas* (2015), *I Love Paraisópolis* (2015) e *Babilônia* (2015).

6. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/webseries/sete-vidas-casos-reais/no-ar.html>>. Acesso em 6 de julho de 2015.

7. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/babilonia/babilonia-no-ar.html>>. Acesso em 6 de julho de 2015.

8. De segunda a sábado.

Nos canais que integram a rede Globosat, que pertence a Rede Globo, as tramas basicamente migram da TV para o cinema ou vice-versa. As séries *Desenrola Aí* (Multishow, 2010) e *Os homens são de Marte e é pra lá que eu vou* (GNT, 2014), por exemplo, partiram de longas-metragens e tiveram seus universos ficcionais aprofundados na televisão. Entretanto, a compreensão das tramas não tinha como ponto-chave o consumo do eixo central. Ou seja, independente de o telespectador ter assistido ou não aos filmes ele entenderia a proposta da série.

Muitas vezes esta migração de conteúdo também modifica as estruturas narrativas das tramas. Os *plots* e *sub plots* das séries *Cilada* (Multishow, 2005) e *Meu Passado Me Condena* (Multishow, 2012) foram significativamente alterados ao serem expandidos para o cinema. No longa *Cilada.com* (2011), por exemplo, os roteiristas escalaram outra atriz para interpretar a namorada de Bruno (Bruno Mazzeo). Nestes casos, as expansões midiáticas das narrativas ficcionais seriadas soam mais como uma adaptação do que um projeto multiplataforma.

Já as emissoras Fox Brasil, TBS, TNT e Warner Brasil terceirizam o processo buscando séries originais em empresas especializadas e produtoras independentes. Os canais ficam responsáveis apenas pela divulgação e distribuição do conteúdo. A narrativa multiplataforma de *Latitudes* (2014) emerge desta logística, o projeto foi desenvolvido pelo Los Braga e posteriormente oferecido ao TNT.

O desenvolvimento de narrativas transmídia se popularizou em Portugal em 2010. Segundo Rafael Antunes, integrante do projeto CIAKL, *European course in entrepreneurship for the creative industries*, nesse período os produtores portugueses viram no formato uma oportunidade de rentabilizar os investimentos (Castilho, 2014: 206). Antunes descreve que por apresentar várias janelas de acesso, os conteúdos que não foram usados no eixo central podem ser explorados em outros ambientes, ampliando o consumo das histórias.

Ao contrário do Brasil, o desenvolvimento de narrativas ficcionais seriadas multiplataforma em Portugal é mais consolidado nas empresas do que nos canais de TV.

Em Portugal, as emissoras têm medo de arriscar e há um grande problema de autoria dos projetos *transmedia* porque há várias colaborações. As pessoas ainda estão muito fechadas nas suas “quintinhas” e, para fazer um projeto *transmedia*, é preciso ter uma mente muito aberta e entender que são trabalhos de coautoria (Antunes *apud*. Castilho, 2011:207).

Especializada na criação de tramas interativas a *beActive* materializa esta tendência do mercado português. Gerenciada por Nuno Bernardo, a empresa é responsável pela produção de histórias que se desmembram em distintas linguagens, como, por exemplo, *O Diário de Sofia* (2005)<sup>9</sup>, *Collider* (2012) e *Beat Girl* (2014). Os universos ficcionais partem de um eixo central, mas podem ser exploradas através de outros formatos, abarcando *games* para dispositivos móveis e *e-books*. Neste contexto, cada plataforma aprofunda um ponto específico da trama.

As narrativas ficcionais seriadas analisadas neste trabalho foram selecionadas a partir do seu modo de desenvolvimento e distribuição. Mesmo explorando temáticas diferentes, tanto a produção brasileira *Latitudes* (2013) quanto portuguesa *Beat Girl* (2013) foram pensadas desde a sua criação para se desmembrarem em distintas plataformas. Este modo de desenvolvimento de universos ficcionais, que já nasce predestinado a ser consumido em multiplataformas, ressalta a popularização deste modelo narrativo nos dois países. Outro ponto importante é que mesmo sendo criadas por produtoras locais, as tramas apresentam uma forma de distribuição abrangente. Em que os episódios são disponibilizados gratuitamente no YouTube, podendo ser acessados por diferentes públicos.

9. *O Diário de Sofia* foi a primeira novela produzida para multiplataforma em Portugal. Uma análise mais detalhada sobre este trabalho pode ser obtida em Borges, 2008.



## Universos ficcionais de *Beat Girl* e *Latitudes*

Frank Rose (2011) afirma que o atual ecossistema de conectividade propicia o surgimento de um novo formato narrativo. Segundo o autor a *deep media*<sup>10</sup> é caracterizada por histórias que estimulam a imersão do participante e tem o seu universo ficcional desmembrado em distintas plataformas. Ao contrário das tramas que vão se expandindo de acordo com engajamento da audiência, este formato narrativo é projetado, desde a sua criação, para transitar por várias linguagens. Conforme aponta Rose (2011: 3), “This is ‘deep media’: stories that are not just entertaining, but immersive, taking you deeper than an hour-long TV drama or two-hour movie or a 30-second spot will permit<sup>11</sup>”.

Esta profundidade midiática pode ser observada nas narrativas *Beat Girl* (2013) e *Latitudes* (2013). As produções possuem universos ficcionais que não se esgotam em uma única *mídia*. Para ter uma experiência imersiva e completa das histórias o público precisa transitar pelas distintas plataformas, explorando outras perspectivas.

Criado pelos portugueses Susana Tavares e Nuno Bernardo, o filme *Beat Girl* (2013) conta a história de Heather (Louise Dylan) uma aspirante a pianista que, com a morte da mãe, vai morar com o pai e o meio-irmão. Com a mudança a jovem descobre uma nova vocação e se torna DJ. Porém, este era apenas um dos elementos que compunham a profundidade midiática da trama. Antes da estreia do filme nos cinemas, a beActive<sup>12</sup> devolveu uma narrativa ficcional seriada para aproximar o público do universo de Heather (Louise Dylan). Os episódios da websérie eram postados às segundas-feiras no YouTube<sup>13</sup> e mostravam uma perspectiva mais intimista da personagem. Numa espécie de vlog<sup>14</sup>, a protagonista compartilhava nos *Web Diaries* seus pensamentos íntimos, desejos, metas e obstáculos de sua vida.

10. Profundidade midiática (livre tradução).

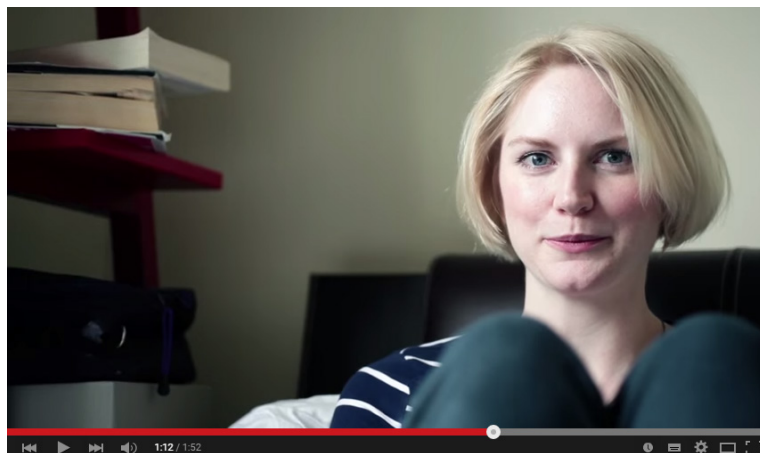
11. Esta é a profundidade midiática: histórias que não são apenas entretenimento, mas universos imersivos, indo além de um drama televisivo de uma hora ou de um filme de duas horas ou de um comercial de 30 segundos possibilitam (livre tradução).

12. Produtora portuguesa responsável pelo desenvolvimento das ações de *Beat Girl* (2013).

13. Disponível em: <<https://www.youtube.com/playlist?list=PL6279CCA457C73CDD>>. Acesso em: 22 mar. 2015.

14. Segundo Burgess & Green (2009) o vlog é uma abreviação de videoblogs. O formato se refere a

Figura 1: Cena do episódio *My Big Dream* da websérie de *Beat Girl*.



Fonte: beChilled TV<sup>15</sup>

As imagens mesclavam cenas do filme, que ainda não tinha estreado, e os comentários de Heather (Louise Dylan) em relação aos seus amigos, familiares, e principalmente, a sua nova carreira de DJ. Ao assistir os onze episódios o público estabelecia uma relação mais próxima com a protagonista. Afinal, tanto os assuntos abordados quanto a linguagem do *vlog* traziam verossimilhança ao conteúdo. Mesmo sendo uma personagem fictícia, Heather (Louise Dylan) reproduzia o hábito de tantos jovens que se apresentam diante de uma câmera, de maneira informal, para compartilhar seu cotidiano. Conforme descreve o brasileiro Thiago Fialho, sobre a inspiração para criação do seu *vlog* Nós e Nois<sup>16</sup>

Estava começando um blog e escrevia sobre fatos que aconteciam comigo e com meus amigos. Então pensei: Por que não contar tudo isso através de vídeos? Seria mais fácil descrever os fatos com imagens do que com palavras (Barreto *apud* Fialho, 2004).

postagens pessoais, caseiras e de também de caráter comercial. Os produtores destes vídeos, geralmente, se apresentam diante da câmera relatando de modo informal e pessoal uma situação cotidiana.

15. Disponível em: <<https://youtu.be/-WiFqY1E2p4?list=PL6279CCA457C73CDD>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

16. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/canalnois>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

A websérie também oferecia ao público uma nova camada imersiva do universo ficcional de *Beat Girl* (2013). Por serem narrados em primeira pessoa, os episódios eram focados no ponto de vista da personagem. Ao contar os acontecimentos do seu cotidiano, Heather (Louise Dylan) apresentava ao público a sua percepção dos *plots* do filme. Como, por exemplo, no episódio *MyFirstRave*<sup>17</sup> a protagonista narra a primeira vez que foi a uma *rave*<sup>18</sup>. “Foi uma experiência excitante, libertadora e diferente. Sinceramente, eu nunca vivenciei nada parecido com isso na minha vida”, relata Heather (Louise Dylan). Desta forma, ao assistir os episódios o público tinha uma nova visão sobre a história.

O uso de outras plataformas para aprofundar aspectos específicos do eixo central também está presente na produção brasileira *Latitudes* (2013). A narrativa ficcional seriada está baseada nos encontros e separações do casal Olívia (Alice Braga) e José (Daniel de Oliveira) que se encontra em hotéis, estações de trem a aeroportos ao redor do mundo. O universo ficcional de *Latitudes* (2013) transitava entre o You Tube e a televisão, as plataformas estabeleciam uma retroalimentação em que uma complementava a outra.

Os episódios da trama eram postados<sup>19</sup> às quartas-feiras no You Tube e após cinco dias, na segunda-feira seguinte, o canal pago TNT<sup>20</sup> exibia o Projeto *Latitudes*. A atração vinculada pela emissora oferecia ao telespectador uma nova camada narrativa do universo ficcional de *Latitudes* (2013). Os episódios televisivos revelavam detalhes da produção e explicações sobre as características comportamentais de Olívia (Alice Braga), uma editora de moda que viaja pesquisando tendências, e José (Daniel de Oliveira), um fotógrafo que busca inspiração para seus editoriais. Gravado em um galpão, na

17. Disponível em:<<https://youtu.be/Yjhf6eFVmAI?list=PL6279CCA457C73CDD>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

18. Festas de música eletrônica com longa duração. Geralmente as raves acontecem longe dos centros urbanos ou em galpões.

19. Disponível em:<<https://www.youtube.com/playlist?list=PLPf2uXrrMsLTQkxFebHvnOOrnn3lx8VmJ>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

20. Disponível em:<<http://especiais.tntla.com/latitudes/index.php>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

cidade de São Paulo, a atração se distanciava da atmosfera diegética presente no conteúdo *online* ao mostrar os atores, o diretor Felipe Braga e a equipe técnica esmiuçando cada *plot* que compunha a história.

Figura 2: Cena do episódio 1º Destino - Paris / Ensaio de *Latitudes* (2013).



Fonte: *Latitudes Filme*<sup>21</sup>

A estrutura narrativa não linear de *Latitudes* (2013) era caracterizada pela alternância de *flashbacks* e *flashforwards*, as técnicas materializavam os encontros e desencontros vividos pelo casal. Desta forma o conteúdo exibido na televisão tinha uma grande importância na compreensão do público sobre o universo ficcional, já que a produção explicava a cronologia complexa presente na história. Outro ponto explorado no Projeto *Latitudes* era a personalidade dos protagonistas. As ações dos personagens eram pautadas por nuances tênues e, muitas vezes, exigiam maior esforço do público no entendimento das cenas. No episódio 1º Destino - Paris / Ensaio<sup>22</sup>, por exemplo, Felipe Braga descreve o cerne da relação de Olivia (Alice Braga) e José (Daniel de Oliveira).

21. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=i-jlucD6k5g>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

22. Exibido no dia 2 de setembro de 2013 no canal TNT.

Nisso que se baseia a disputa dos dois, que é uma disputa *supersexy*, espirituosa de personagens que não estão levando a sério uma palavra se quer do que eles estão falando. O jogo dela é tentar impor uma lógica, impor o time dela, mas ele é sacana, ele a deixa acreditar por um segundo que consegue para logo depois dar uma rasteira.

As explicações dos atores e do diretor sobre as intenções cênicas ajudavam tanto no entendimento da narrativa *online*, quando na expansão da trama em outras linguagens. Além de fazerem com que a história não se esgotasse depois que o episódio era veiculado no YouTube.

### **Considerações finais**

Ao transitarem por distintas plataformas as narrativas ficcionais seriadas de *Beat Girl* (2013) e *Latitudes* (2013) criaram universos compostos por várias camadas imersivas. Os *WebDiaries* de Heather (Louise Dylan) apresentam ao público o olhar pessoal da personagem sobre acontecimentos do filme. Já o conteúdo televisivo de *Latitudes* (2013) ajuda na compreensão da cronologia não linear da atração e releva as emoções omitidas por Olivia (Alice Braga) e José (Daniel de Oliveira).

Segundo Jenkins (2008) o ambiente de convergência propícia a criação de universos ficcionais que se expandem em múltiplas linguagens.

Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única *mídia* (Jenkins, 2008:158).

Apesar de já ser um formato recorrente no âmbito das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses, o desenvolvimento de histórias que transitam em diversos meios ainda está em fase inicial em Portugal e no Brasil. Este cenário de estruturação reforça a importância destas produções. A capacidade de inovação e criatividade presentes em *Beat Girl* (2013) e *Latitudes* (2013) tiveram o reconhecimento do público e da indústria. Os episódios da ficção

portuguesa foram assistidos por mais de quatro milhões<sup>23</sup> de internautas, enquanto *Latitudes* (2013) ficou entre os programas mais assistidos<sup>24</sup> no canal TNT durante o mês de setembro de 2013. As séries também foram indicadas<sup>25</sup> ao Emmy, premiação anual da Academia de Televisão, Artes e Ciências dos Estados Unidos.

É importante destacar também que as formas de produção e desenvolvimento de *Beat Girl* (2013) e *Latitudes* (2013) trouxeram pluralidade às histórias. O universo ficcional da narrativa portuguesa foi rodado com atores ingleses e realizado pelo irlandês Mairtín de Barra, as gravações de *Latitudes* (2013) percorreram oito países e as cenas têm diálogos em francês, inglês e espanhol. Essa diversidade contribuiu para a distribuição das produções em outros países, *Beat Girl* (2013) foi exportada para o estúdio estadunidense Electus, responsável pela produção de *The Office* (2005) *Ugly Betty* (2006), e *Latitudes* (2013) está disponível na plataforma *ondemand* Netflix.

A complexidade narrativa sugerida com estas camadas imersivas, por um lado, expandem a narrativa e, por outro, oferecem possibilidades de interação, promovendo novas experiências para o público, tal como Nuno Bernardo afirma “o foco de um projeto de narrativa transmídia é colocar a audiência dentro do programa e do conteúdo por meio de diferentes pontos de entrada, criando uma experiência única”<sup>26</sup>.

Sendo assim, no atual cenário de convergência em que estamos inseridos, podemos afirmar que a qualidade está relacionada tanto com a construção de narrativas em camadas imersivas, que apresentam hibridização de linguagens e não se esgotam em apenas uma *mídia*, quanto com a experiência que o público consegue ter nas diferentes formas de engajamento propiciadas por estas narrativas.

23. Dado divulgado pela BeActive.

24. Dado divulgado pelo canal TNT. Disponível em: <<http://imprensa.turner.com/tnt/latitudes/>>. Acesso em 3 jun. 2015.

25. *Beat Girl* (2013) na categoria de melhor série juvenil e *Latitudes* (2013) na categoria digital.

26. Disponível em <<http://projetodraft.com/o-que-e-transmidia-para-que-serve-tem-futuro-uma-conversa-com-sergio-lopes-da-conteudos-diversos/#sthash.NMHCDIkc.dpuf>>. Acesso em: 6 jul. 2015.

## Referências

- Akass, K. & McCabe, J. (2007). *Quality TV: Contemporary American television and beyond*. IB Tauris.
- Andacht, F. (2008). A paisagem dos índices dúbios: Cidade dos Homens e o telerealismo brasileiro no começo do século XX. In: Borges, G. & Reia-Baptista, V. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma, pp. 239-256.
- Barreto, J. (2004). *Internautas incrementam blogs com vídeos digitais*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u17523.shtml>>. Acesso em 27 de maio de 2015.
- Borges, G. (2009). *A poética televisual de Samuel Beckett*. São Paulo: Annablume.
- Borges, G. (2014). *Qualidade na TV pública portuguesa. Análise dos programas do canal 2*. Juiz de Fora: Ed. UFJF.
- Borges, G., Reia-Baptista, V. (2008). *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisbon: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma.
- Borges, G. (2007). *Programação infanto-juvenil de qualidade: o caso da RTP2*. E-Compós (Brasília), 8, pp. 2-20. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/124/123>>. Acesso em 7 de julho de 2015.
- Brandt, G. (ed.) (1981). *British Television Drama*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brandt, G. (ed.) (ed.) (1993). *British Television Drama in the 1980s*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burgess, J. & Green, J (2009). *YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph.
- Cardwell, S. (2007). Is quality television any good? Generic distinctions, evaluations and the troubling matter of critical judgement. In: McCabe, J. & Akass, K. (ed.). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. Londres: I.B. Tauris & Co Ltd., pp. 19-34.

- Castilho, F. (2014). Conversas sobre *transmedia storytelling*: alternativas produtivas - Entrevista com Rafael Antunes. GEMINIS, São Carlos, 2 (1), p.204-209. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/198/167>>. Acesso em 10 jun. 2015.
- Caughie, J. (2000). *Television Drama: Realism, Modernism, and British Culture*. Londres: Clarendon Press.
- Cooke, L. (2003). *British Television Drama: A History*. Londres: British Film Institute.
- Creeber, G. (2004a). *Serial Television: Big Drama on the Small Screen*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Creeber, G. (ed.) (2004b). *Fifty Key Television Programmes*. Londres: Arnold Publication.
- Fechine, Y., Figueirôa, A. & Cirne, L. (2011). Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: Lopes, M. I. V. de (ed.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais*. Porto Alegre: Sulina.
- Fechine, Y. & Figueirôa, A. (2008). *Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro*. Recife: CEPE.
- Fechine, Y. (2008). Núcleo Guel Arraes: uma proposta de qualidade na televisão brasileira. In: Borges, G. & Reia-Baptista, V. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma, pp. 221-238.
- Hammond, M & Mazdon, L.(ed.) (2005). *The Contemporary Television Series*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Jacobs, J. (2000). *The Intimate Screen: Early British Television Drama*. Londres: Clarendon Press.
- Jancovich, M. & Lyons, J. (ed.) (2003). *Quality Popular Television: Cult TV, the Industry and Fans*. Londres: BFI Publishing.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.



- Knox, S. (2008). Muito boa qualidade, de facto?: Shooting the Past e o caso das séries dramáticas de qualidade da televisão britânica na era da televisão de qualidade americana. In: Borges, G. & Reia-Baptista, V. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma, pp. 271-186.
- La Ferla, J. (2008). Sobre a televisão. Aparelho e formas culturais. Por um reportório notável de programas da televisão argentina. In: Borges, G. & Reia-Baptista, V. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma, pp. 46-77.
- Machado, A. (2000). *A televisão levada a sério*. São Paulo: Ed. Senac.
- Machado, A. (2008). A questão do repertório. In: Borges, G. & Reia-Baptista, V. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma, pp. 23-45.
- Machado, A. & Velez, M. L. (2008). O revés do tempo. Análise e interpretação do videoclipe. In: Borges, G. & Reia-Baptista, V. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma, pp. 211-220.
- McCabe, J. & Akass, K. (ed.) (2007). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. Londres: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Mepham, J. (1990). The Ethics of quality in television. In: Mulgan, G. *The Question of quality*. London: British Film Institute.
- Mittell, J. (2013). The qualities of complexity: vast versus dense seriality in contemporary television. In: Jacobs, J. & Peacock, S. *Television Aesthetics and style*. London: Bloomsbury Academic, pp. 45-56.
- Nelson, R. (2007). *State of Play: Contemporary 'high-end' TV Drama*. Manchester: Manchester University Press.
- Primo, A. (2003). *Quão interativo é o hipertexto? Da interface potencial à escrita coletiva*. Fronteiras: EstudosMidiáticos, São Leopoldo, 5 (2), pp. 125-142.
- Rose, F. (2011). *The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*. New York: W W Norton & Company.

- Thompson, R. J. (2007). Prefácio. In: McCabe, J. & Akass, K. (ed.). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. Londres: I.B. Tauris & Co Ltd., pp. 7-10.
- Thompson, R.J. (1996). *A Mídia e Modernidade: Teoria Social da Mídia*. Rio de Janeiro: Zahar Ed.
- Virino, C. (2008). Ilhas desertas, alçapões subterrâneos e ursos polares: Lost e a consolidação de uma ficção televisiva de qualidade. In: Borges, G., & Reia-Baptista, V. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte/Ciac-Ciccoma, pp. 257-270.

## **CRÍTICA ESPECIALIZADA E CRÍTICA POPULAR: AUTORIDADE E GOSTO NO DEBATE SOBRE QUALIDADE NA TV**

Clarice Greco

claricegreco@usp.br

### **Introdução**

Este artigo busca contribuir para o debate sobre a qualidade dos produtos televisivos, que invadem a *mídia* e a esfera pública, na tentativa de definir conceitos para essa avaliação. Para a compreensão dos critérios que definem a qualidade dos programas, uma das saídas é buscar a resposta em quem julga, ou seja, os críticos. Na maioria das vezes, quando se fala em crítica, a primeira que vem à mente é aquela dos jornais, das colunas de televisão e dos jurados de premiações, dita especializada. A crítica especializada, com sua importância conquistada ao longo da história, será trabalhada sob os mesmos princípios da crítica de arte, reconhecendo-se a avaliação de uma obra televisual como exercício semelhante ao julgamento de uma obra artística.

O debate sobre a crítica televisiva é de grande importância para o campo da comunicação no Brasil, uma vez que, mesmo sendo praticada, não conta com consistente reflexão sobre sua validade e seus critérios. Aparentemente, criticar a televisão significa, ou por muito tempo significou, apontar seus defeitos, deslizes e ameaças sociais. Bucci & Martins (2000) questionam se a função da crítica não seria exatamente apontar problemas para os quais possivelmente se encontram soluções. Embora, com certeza, seja um ponto a ser

considerado, ela também pode ser trabalhada com o intuito de trazer outra visão para um campo onde, mais comumente, só se apontam problemas. Mais à frente, Bucci & Martins lembram que “criticar a televisão tem sido fundamental, um exercício de utilidade pública. Um exercício urgente e inadiável” (2000:11).

Esse julgamento, com critérios subjetivos de gosto, é também manifestado pelos telespectadores. Nos últimos anos houve grande abertura à participação pública na avaliação dos programas, o que por si só poderia ser considerado para a análise da qualidade na TV. Essas opiniões com base no gosto, em conjunto, formam uma crítica popular, de grande importância para o debate.

### **Sobre a qualidade na TV**

O debate sobre a qualidade na televisão é complexo e difuso. Vários autores que se aventuraram a desvendar o conceito apresentam argumentos para sua definição, que variam entre caráter pedagógico ou social, a capacidade de captar as demandas da audiência ou de promover debate público, até a inovação ou aptidão no uso de recursos técnicos e de linguagem. Autores como Mulgan (1990), Pujadas (2001), Feuer (2007) e Machado (2005) identificam pontos de vista que podem indicar a qualidade de um programa perpassando três disciplinas básicas: estética, sociologia e ética.

As diversas linhas de pensamento nos estudos de qualidade se cruzam em muitos momentos, complementam-se ou discordam, caracterizando assim o caráter transdisciplinar e difuso do conceito. Mulgan (1990) acredita que qualquer sistema de televisão desejável apoiará uma gama de diferentes e, por vezes, contraditórias qualidades. O autor afirma que deveria haver um equilíbrio entre o foco no viés estético, que defende a liberdade dos autores e das produções como obras artísticas, a visão da liberdade de escolha dos espectadores, e a necessidade de diversidade e de solidariedade social. Para ele, apesar de alguns argumentos puramente estéticos sobre programas ou canais específicos, qualquer debate sério sobre televisão deve olhar

seu lugar na sociedade, as virtudes e fraquezas da sociedade, seu modo de organização e interesses comuns. Esse olhar para a qualidade da obra e a sociedade é historicamente atribuído à crítica, que possui voz e autoridade.

Tanto no campo artístico (Coli, 2000) quanto no campo científico (Bourdieu, 1983), a qualidade de uma produção é determinada pelo julgamento de seus concorrentes, que só o reconhecem com discussão e exame. Tanto pesquisadores quanto produtores ou artistas esperam a crítica dos seus semelhantes em nível de competência e autoridade científica. Também no debate sobre a qualidade televisiva, muitos autores apontam que, para se julgar uma obra, é necessário o exercício da crítica. Coli (2000), em referência ao campo artístico, e Bourdieu (1983), em sua reflexão sobre o campo científico, concedem o poder da crítica a indivíduos com elevado capital cultural ou intelectual relacionado à obra analisada. Trabalham com a ideia de uma crítica especializada. Outros, como Habermas (2002), Wolton (1969) e Stephenson & Debrix (1969), além de admitirem a existência e relevância desse tipo de crítica, acolhem também outro, pautado nos juízos de indivíduos comuns, os espectadores. Habermas (2002) complementa o raciocínio ao mencionar que a qualidade de uma obra se dá pela crítica e pelo debate na esfera pública, trazendo o questionamento sobre a importância da crítica também por parte da audiência.

Borges (2008) menciona como um dos indicadores de qualidade, na televisão pública, seu caráter de democratização do acesso à arte e promoção de ideias e debates. Essa característica é também tratada por Mulgan (1990), que ressalta a importância da comoção social, mobilização e participação pública proporcionadas por um programa de TV, o que confirma sua função de construção de fórum democrático que proporciona reflexão e debate. Esse critério contribui para a avaliação dos programas televisivos no Brasil e, no caso da ficção, com grande destaque para a telenovela, responsável por originar ou estimular debates sobre os mais variados assuntos de interesse público. Além da democratização e estímulo ao debate, a telenovela traz ainda outro aspecto da participação pública ao permitir que o público influencie o andamento da trama, por meio de pesquisas de opinião realiza-

das durante sua exibição. A participação civil estabelece, então, um circuito político social no qual se instala o fórum democrático para o exercício da esfera pública, exhibe-se a diversidade cultural do país, além de incitar os telespectadores a se mobilizarem e se organizarem em movimentos sociais e ações coletivas. Isso significa que, além da opinião do telespectador para avaliação do conteúdo televisivo, o próprio debate público já é, em si, critério de qualidade.

É possível conceber, portanto, dois tipos de crítica: a especializada, que consiste em indivíduos cuja voz é reconhecida profissionalmente e recebe o poder de ditar o que possui ou não qualidade, e um tipo de crítica que não deve ser desconsiderado, a crítica popular, afinal já foi provado que o telespectador exerce julgamento sobre o conteúdo que recebe. Das diversas abordagens possíveis para a análise da qualidade, uma das mais desafiadoras é compreender *quem* avalia e julga as produções no meio televisivo.

### **A crítica especializada**

Para Coli (2000), uma das maneiras de se definir o que é arte se refere à obra que foi assim definida por um crítico, o indivíduo reconhecido por seus estudos e participação no ramo, cuja voz recebe o poder de ditar o que é ou não arte. O mesmo teria, igualmente, o poder de ditar se a arte possui ou não *qualidade*. Habermas (2002) também atribui à crítica o potencial de avaliação da arte. Mais do que isso, atribui ao crítico a capacidade de transformar em linguagem inteligível a qualidade da arte. Atribuição semelhante é dada por Tondato: “Através do conhecimento especializado, inserido no momento cultural, ao crítico cabe mostrar *o que há por baixo da obra*, fazendo uma ponte entre o espectador e o produto, num processo de mediação entre criação e recepção e entre gêneros” (2000:32, grifo da autora).

Em relação ao audiovisual, a exemplo do cinema, Stephenson & Debrix (1969) afirmam que, assim como o valor da execução dependerá da qualidade do artista, o valor da interpretação ou da avaliação dependerá da qualidade do espectador. “Avaliação é uma função do crítico, idealmente um espectador superior, treinado, que vê mais clara e profundamente” (1969:225).

A crítica especializada, formada com base na experiência e no conhecimento, é até hoje a grande responsável pela avaliação da arte e sua produção. É por isso que, ao se falar em *crítica*, subentende-se que nos referimos ao grupo de pessoas capazes de emitir juízo respeitado, concentradas em universidades ou na *mídia*, especialmente jornalística. As colunas em jornais nos impõem a visão de determinadas pessoas que, por sua trajetória, são consideradas aptas a julgar ou comentar certos programas.

A crítica, como a conhecemos, surge em meados do século XIX, época em que a consciência do artista como profissional e da existência de um público de arte se consolida e traz mais liberdade à criação artística, que até o Renascimento estava presa aos padrões de arte estabelecidos pelo gosto da burguesia. A partir de então surgem os chamados “críticos”, que se propunham a interpretar e comunicar ao público o valor da arte no momento de sua criação. É característica do momento a ampliação do alcance da arte, antes restrito à burguesia, a um público maior, o que culminaria no que Habermas (2003) à frente vai chamar de *mudança estrutural da esfera pública burguesa*. Assim, o início da crítica marca também uma mudança social, pois com a ascensão da burguesia amplia-se o público da obra de arte, antes limitado à corte.

Com essa abrangência se transforma também o artista e surge a necessidade do crítico para captar a emoção do artista depositada e expressa em sua obra, como que reconstruindo o objeto para torná-lo inteligível. Para isso, vale-se não apenas da obra em si, mas de seus conhecimentos e, por consequência, de seu entendimento de arte. Conforme analisa Tondato, “esse crítico vai interpretar as obras usando seu subjetivismo, que será tanto mais efetivo quanto mais carregado de conhecimento.” Subjetividade que se mostra de certa forma plural, pois busca reelaborar os vários discursos da sociedade em que está inserido. “Neste sentido, a crítica deve ser usada para construir um significado. Ao mesmo tempo que evoca sensações na sensibilidade do público, resgata a validade universal, o sentido conceitual do objeto de arte como referencial” (Tondato, 2000:32).

A crítica surge, ainda, em grupos de debates e de leitura, mas torna-se formalizada a partir das publicações periódicas na *mídia* impressa. Habermas (2003) demonstra que desde o último terço do século XVII, os jornais foram complementados por revistas, que não continham, em primeira linha, informações, mas instruções pedagógicas e até mesmo críticas e resenhas. Inicialmente, revistas científicas dirigem-se aos círculos de leigos cultos. No transcorrer da primeira metade do século XVIII, a ensaística ingressa, com os assim chamados “eruditos”, também na imprensa diária. Desde então a crítica torna-se um hábito no mundo todo, inclusive no Brasil, comentando acontecimentos atuais, obras literárias ou artísticas. As colunas de opinião e de críticas mantiveram e ampliaram o seu poder de penetração na sociedade consumidora, adquirindo diferentes funções à medida que novos objetos de crítica surgiram. Com o surgimento do cinema, formaram-se os grupos para a discussão dos filmes e, com o surgimento da televisão, o processo não poderia ter sido diferente.

Na França, explica Barthes (1970), o estatuto intelectual se confunde com o universitário. Pearson (2000) tende a acreditar que a qualidade é tratada pelos críticos e produtores, que julgam a qualidade segundo seus próprios gostos, e pela academia, que procura ser talvez um pouco menos subjetiva e pautar-se nas práticas da audiência e da indústria. Mas apesar de parecer simples obter a “capacidade de opinar”, é bastante comum encontrar pesquisadores que se voltem menos para o julgamento do que para a descrição de fatos. Assim, percebeu-se que o ideal seria a combinação das duas aptidões: o conhecimento da história da arte e o julgamento. Sem conhecimento do objeto julgado não é possível reconstruir sua história, e sem a compreensão do objeto não é possível julgá-lo. Por essa lógica, se um crítico se pretende conhecedor de televisão apenas por acompanhar os programas diários de notícias e alguns *reality shows*, pode não ser capaz de perceber e compreender uma minissérie em suas nuances, o que poria em risco a validade de suas opiniões sobre ela.



O ato de criticar depende da inserção da obra em um contexto histórico-sociocultural. Dessa forma, quanto mais distante o momento da concepção da obra, mais fácil será o trabalho do crítico, pois ele pode analisá-la no contexto em que está inserida. Esse afastamento torna-se mais difícil em relação às obras contemporâneas, exigindo do trabalho do crítico mais elaboração intelectual e cultural quanto maior for a proximidade temporal da obra (Tondato, 2000). Isso significaria uma dificuldade a mais para a avaliação das obras televisivas, pois são interpretadas e julgadas no exato momento em que são veiculadas. A dificuldade é ainda maior no caso das ficções de longa serialidade, como as telenovelas, das quais não havia, até pouco tempo, registro para que se possa revê-las, fazendo com que a obra fosse quase instantânea (afora, é claro, o que concerne à memória).

Concluimos então que o discurso mais frequente em relação a uma *crítica televisiva* considera que o poder de julgar uma obra está nas mãos de uma elite que possui vasto conhecimento acerca do objeto avaliado e de seu processo de produção, além de conhecimento sobre outras áreas que abrangem aspectos morais e valores sociais. Janine Ribeiro (2004) salienta que o grande crítico de televisão, hoje, não lida só com imagens e som, mas deve considerar também as ciências sociais e os direitos humanos. Para ele, o crítico tem uma postura culta, mesmo que o meio de comunicação com o qual lida seja o mais popular que existe. A mesma observação é feita por Bucci e Martins (2000), que afirmam que a crítica de televisão não é uma análise estética, pois tem por objeto também um fato social. Tondato (2000) concorda e complementa, ao dizer que a crítica televisiva não pode pautar-se somente nos programas isolados, mas “deve ser a crítica de um novo patamar das relações sociais e das relações ideológicas entre os sujeitos. E será mais frutífera se o programa servir como porta de entrada a questões relevantes, contextualizadas no momento histórico-político-social” (2000:34). Essa contextualização acaba por incorrer em questões de classe, autoridade e poder.

De acordo com Bosi (1977), certas classes atribuem a si o conhecimento; e a opinião, ao povo. Bosi pauta-se nas definições de Adorno, segundo o qual a opinião é a posição de uma consciência subjetiva, tida como válida, mas sem a universalidade da verdade. Por outro lado, o conhecimento seria a opinião verificada. Assim, para Bosi (1977), pensar não é uma atividade completamente subjetiva, mas um relacionamento entre sujeito e objeto, e apenas essa relação pode-nos fazer passar da opinião para o conhecimento. No entanto, na vida prática, não temos sempre condições de transformar opinião em conhecimento; e a verdade fica sendo a opinião comum, do povo.

Nesse sentido, o público emitiria apenas opiniões. O conhecimento, sendo mérito da autoridade, torna-se competência da crítica especializada. No atual cenário, a opinião dos especialistas é aceita não por ser a verdade, mas por ser autoridade. Autoridade, essa, ainda envolta por preconceito contra a opinião do público. Mas Bosi prossegue: “quando os intelectuais criticam a opinião alheia congelada em preconceito, crêem que o seu ceticismo seja mais objetivo. No fundo, é o subjetivismo do intelectual que não crê mais na possibilidade de conhecer a verdade e, por isso, suspende as certezas alheias” (1977:104). E completa dizendo que “é necessário buscar uma racionalidade individual, mas que não seja aceitação, nem total negação” (1977:104).

As preleções dos referidos autores fazem referência aos caracteres objetivo ou subjetivo da crítica, porque, mesmo com o conhecimento necessário a respeito da obra, a avaliação do crítico pode vir aglutinada também de sua própria opinião. A crítica subjetiva torna possível, então, levantar questionamentos acerca da noção de que a crítica é propriedade exclusiva de intelectuais ou profissionais atuantes na mesma área do objeto que criticam. Tal inquietação leva a pensar na possibilidade de afastamento da exclusividade das críticas formais para a atribuição de qualidade aos programas de TV e considerar a atribuição de maior valor ao julgamento popular. Assim, dada a compreensão das duas modalidades, podemos entender que cada

crítica tem seu caráter relevante para o estudo da qualidade, devendo, portanto, serem combinadas. A possibilidade de combinação das duas críticas se dá em função de um ponto comum a elas: o juízo de gosto.

### **A crítica popular**

A crítica especializada é, portanto, exercida por indivíduos com trajetória e repertório intelectual que lhes conceda tal título, compondo a crítica especializada. Mas o juízo por ela emitido também possui um lado subjetivo, fundamentado no *gosto* individual. Assim, sustenta-se a possibilidade de julgamento também por parte dos espectadores e de um critério coletivo, que demonstram uma espécie de senso comum que se apresenta atraído por determinados conteúdos televisivos, que constituem a audiência. No Brasil, os telespectadores se envolvem e comentam, debatem os assuntos tratados pela televisão. Neste caso, a manifestação coletiva serviria de base para uma avaliação da qualidade da produção.

Habermas (1984), em sua crítica à dialética do esclarecimento e à Teoria da Indústria Cultural de Horkheimer e Adorno, ao alegar que a ciência se divide em razão, moral e arte, defende que assim deve ser levada a debate e ressaltada no discurso público. Também Stephenson e Debrix, além de afirmarem o caráter do crítico como espectador superior, reconhecem que

o espectador terá também, em última instância, um efeito muito poderoso sobre o tipo de intuição e a maneira de sua expressão, devendo-se considerar neste contexto o termo “espectador” como significando não apenas a plateia direta, mas também o censor, o crítico e, finalmente, toda a sociedade (1969: 20).

A sociedade julga os programas a partir de seus critérios de gosto, ou seja, possui caráter subjetivo. Apesar de a crítica especializada também ter esse caráter, a autoridade do crítico exige que ele trabalhe um afastamento moral e julgue a partir de critérios técnicos e conhecimento histórico. Para que a crítica popular seja considerada válida, é necessário ter em mente o mesmo

processo proposto pelas noções de Kant sobre o *juízo de gosto*, que atribui validade à subjetividade do sujeito, principalmente quando há um consenso, como é o caso das grandes audiências.

Habermas (2002) e Wolton (1989) defendem que a participação popular é um feito importante para a concepção de uma esfera pública e democrática. A ficção televisiva, em especial a telenovela, talvez seja um exemplo único de como um sistema de *mídia* televisivo pode ser responsável pela emergência de um espaço público peculiar, que nos anos atuais se diversificou e se apresenta como alternativa principal de realização pessoal, inclusão social e de poder, isto é, como uma nova forma de cidadania. A esse fenômeno segue o envolvimento do telespectador com as demais produções ficcionais e com os participantes delas, como os atores envolvidos na história, que ganham representatividade emocional na vida dos telespectadores. De acordo com Lopes (2005), quando uma novela galvaniza o país, nesse momento ela atualiza seu potencial de sintetizar o imaginário de uma nação, ou de se expressar como nação imaginada. Para a autora, esta representação, ainda que estruturalmente melodramática e sujeita à variedade de interpretações, é aceita como verossímil, vista e apropriada como legítima e objeto de credibilidade.

Esse imaginário coletivo pode ser relacionado à noção de senso comum em Kant. Segundo o filósofo, pode-se considerar o sujeito particular, que emite um juízo de gosto, como membro de uma esfera total dos sujeitos julgantes, cuja existência se baseia na presença de um sentimento comum a todo sujeito na satisfação no belo. Trata-se de uma *comunidade de sentimento* (Martinez, 1991), que permite pensar o estabelecimento de uma relação intersubjetiva entre aqueles que julgam. Assim, de acordo com a noção de senso comum kantiana, o gosto do público é capaz de muni-lo de uma voz conjunta, capaz de atribuir juízos de valor e de qualidade a uma obra. Com base nesses pensamentos, a comunidade de telespectadores que assiste a determinada ficção pode representar a construção de um espaço de debate, especialmente com a facilidade das novas *mídias* e redes sociais, no qual os telespectadores se manifestam para comentar, elogiar ou criticar (isto é, jul-

gar) os programas e artistas. Assim, o conjunto dos juízos individuais forma uma representação valorativa da qualidade, baseada na amplitude do senso comum (*sensus communis*), que recebe pretensão universal de validade, com base no gosto popular.

O gosto, como se sabe, é construído socialmente. De acordo com Bourdieu (2008), a observação científica mostra que as necessidades culturais são produto da educação. Todas as práticas culturais, como visitas a museus, concertos e exposições, e as preferências em matéria de literatura, pintura ou música estão associadas ao nível de instrução e origem social. A hierarquia dos consumidores corresponde à hierarquia socialmente reconhecida das artes, fazendo com que o gosto funcione como marcador de classes. Assim, o encontro com a obra de arte nada tem a ver com amor à primeira vista. O ato de fusão afetiva pressupõe um ato de conhecimento, uma operação de decifração e decodificação, que implica o acionamento do patrimônio cognitivo e de uma competência cultural. Competência, esta, atribuída à elite intelectual por questões de autoridade e poder.

Forma-se então um processo cíclico, no qual o gosto é influenciado pela inclusão do sujeito em uma comunidade da qual se sinta membro e, ao mesmo tempo, o pertencimento a um grupo influencia o seu gosto. E se o pertencimento ao grupo molda os gostos e costumes com certos pontos comuns, pode levá-lo a escolhas semelhantes na grade de programação da TV. Todavia o gosto popular padece da falta de autoridade, fruto de preconceito intelectual decorrente da oposição entre alta e baixa cultura.

Em oposição à “satisfação desinteressada” e à “finalidade sem fim” de Kant, Bourdieu aponta as classes populares como espectadores que designam funções, mesmo que de mero signo, em referência às normas morais. Essa atribuição de funções aos produtos do entretenimento podem ser fatores de desvalorização de obras artísticas. Mais à frente, Bourdieu conclui que “a arte e o consumo artístico estão predispostos a desempenhar, independentemente de nossa vontade e de nosso saber, uma função social de legitimação das diferenças sociais” (2008:14). Além disso, os autores apon-

tam que mesmo as belas artes estão submetidas a um valor utilitário social, pois possuem uma função própria, da revelação à catarse, revelação e enobrecimento, já que o culto à arte eleva o nível social e por isso torna-se de utilidade para a ascensão da imagem do indivíduo; ou para a sublimação e fruição. Assim, mesmo a satisfação “pura” da arte, talvez não se apresente tão desinteressada como julga seu admirador.

Kant (2010) atribui ao juízo de gosto, enfim, a possibilidade de criação de um valor comum, ou seja, defende que as avaliações e os juízos de valor podem ser intersubjetivos. Essa noção abre espaço para uma reflexão que visa a avaliar se essa intersubjetividade é capaz de criar um *sensu comum*, uma intersecção social, que pode ser usada como índice de qualidade, sob o julgamento popular. Para isso é necessário compreender como esses juízos individuais adquirem uma pretensão de validade universal por meio de um *sensu comum*. A noção de *sensu comum* implica na união de juízos individuais que formam uma universalidade de opiniões semelhantes. Essa compreensão auxilia a validar, por exemplo, as enquetes *online* ou premiações de júri popular, que representam a exposição conjunta de juízos individuais. Os resultados derivam de um *sensu comum*, de uma opinião coletiva capaz de consagrar obras ou artistas, o que ocasiona a atribuição de uma determinada noção de qualidade da arte.

Com a abertura do mercado à opinião da audiência, diversas estratégias foram construídas para receber a opinião do público. Os produtores utilizam os próprios telespectadores como fonte de informações de seus gostos e preferências, o que caracteriza um tipo de participação pública na construção da narrativa da telenovela, com base em pesquisas para a criação e desenvolvimento do roteiro. O julgamento dos telespectadores é também aceito em premiações por voto do público, o que cede espaço na *mídia* para a opinião popular. Outra forma de abertura à opinião do público é propiciada pela produção das ficções nos *sites* oficiais das telenovelas, que permitem comentários ou elaboram enquetes para que o público manifeste suas preferências em relação à trama. Não é comprovada a informação sobre o aproveitamento ou não das respostas às enquetes, mas certamente

funcionam como parâmetro para a avaliação da opinião dos telespectadores. O público se manifesta no decorrer da trama para, ao fim, emitir seu julgamento sobre diversos finais dessas tramas. Critica-se ou aplaude-se a produção pela condução da obra. Assim, a telenovela age como uma forma de mobilização social, que vem à tona após os debates contínuos durante a evolução da trama: a crítica e a avaliação dos programas pelo público, após sua transmissão.

Para Vattimo (1992), esse é o efeito mais evidente dos meios de comunicação de massa. O autor acredita que uma sociedade livre é aquela em que o homem pode se tornar consciente de si numa “esfera pública”, a da opinião pública e da livre discussão, não ofuscada por dogmas, exclusões e preconceitos. Não teria sentido negar a “realidade unitária do mundo”, mas sim reconhecer que o que chamamos de “realidade do mundo” se constitui como “contexto” das múltiplas fabulações, e tematizar o mundo nesses termos é o dever e o significado das ciências humanas (1992:32).

Mais do que batalhar por reconhecimento, a opinião do público vem ganhando notoriedade ao longo das últimas décadas. Não é apenas ouvida pelos produtores, mas também pelos próprios telespectadores. Comunidades de fãs em redes sociais unem telespectadores e fãs que acompanham a novela, comentam e interagem entre si, em uma grande ágora virtual. Algumas comunidades possuem até mesmo hierarquia interna, nas quais a autoridade está nas mãos dos fãs com maior conhecimento e maior engajamento. Mesmo internamente, o poder está no capital intelectual, e o fã com maior conhecimento busca se tornar crítico, detentor da autoridade. Também os estudos de fãs têm recebido evidente atenção, consequência da abertura e reconhecimento geral da relevância das opiniões do telespectador.

Assim, se a qualidade de uma produção pode ser mensurada pela participação pública e pela mobilização social, a telenovela, produto cultural muitas vezes ainda desprezado nas classes mais intelectualizadas, pode ter sua

qualidade associada à sua abertura narrativa, submetida ao público, e por criar uma *nação imaginada* unida por um *sensu comum* e por seu potencial de instigar o debate e a crítica popular.

### **Subjetividade e juízo de gosto**

A formação de opinião e interpretação de uma obra televisiva se constrói em processo semelhante ao do juízo sobre uma obra de arte, assim como os juízos de gosto sobre qualquer objeto. O caráter contemplativo e o valor subjetivo das obras são a base do entendimento da noção de *juízo de gosto* de Kant, essencial para justificar a validade da crítica e da opinião do indivíduo sobre a obra. Nunes (1989) explica que o prazer relacionado ao belo tende a universalizar-se. Não sendo motivada por inclinações do sujeito ou por seus interesses e desejos, a satisfação do belo é universal. Assim, Kant reconhece e legitima um tipo específico de experiência, própria da modernidade, segundo a qual é possível ter uma relação com os objetos que não requerem produzir conhecimento algum sobre eles. A relação estética dada entre o espectador e a ficção televisiva, por exemplo, acontece devido à sua imersão no universo imaginário criado pela produção. Morin (2005) chama de relação estética o intenso envolvimento do espectador com a obra, por entrar no universo imaginário criado pelo filme ou pela leitura.

Os pensamentos, incitados pela obra do artista, combinam-se com os critérios subjetivos de gosto do espectador, ou no caso, do crítico, para a formulação do juízo. O juízo individual, em última instância, não é construído sem referências ou relações com o ambiente externo. É inevitável que o crítico seja parcial em suas escolhas ou recusas. Resulta daí o caráter passional de toda a crítica viva, pois a “distanciação da natureza física, natural no homem de ciência, não se adapta ao crítico de arte, que se move dentro do mundo do Homem, das suas paixões e suas fantasias” (Habermas, 1984: 264).

Com base nessas reflexões, vemos que o valor do juízo de gosto individual é intrínseco ao ser humano e demonstra, portanto, que a posição de crítico poderia ser, hipoteticamente, assumida por qualquer espectador. O juízo pode



ser ainda transferido a um valor coletivo, supondo uma pretensão universal de sua validade. O fundamento do juízo de gosto resulta então em um *sensu comum*, (distinto daquele senso comum como entendimento popular sem reflexão) que não é dado pelo juízo particular, mas de uma classe. Forma-se uma comunidade e o estabelecimento de um vínculo que, baseado em um sentimento comum a todo sujeito, se desenvolve e se mantém a partir da crítica e da adesão a juízos de gosto individuais em um processo no qual se planeja sempre como horizonte ideal a conquista de uma adesão universal, mesmo que nunca alcançada efetivamente.

Conforme colocado por Martinez (1991), a segunda máxima do senso comum seria pensar colocando-se no lugar do outro, modo de pensar *extensivo*, no qual o homem pode se colocar acima daquelas condições privadas, subjetivas. É por isso que o *sensu comum* pode ser considerado, em última análise, como o elemento especificamente humano, porque dele depende a comunicação entre os homens e, como consequência, a possibilidade de viver com o outro. Pelo mesmo motivo, em uma esfera democrática, parece elementar que o *sensu comum* seja considerado um fator importante para a discussão da qualidade em um meio como a TV, por sua abrangência, e a telenovela, por sua popularidade. Vattimo (1992) concorda, por acreditar que em uma sociedade democrática o homem se torna consciente de si numa “esfera pública”, com livre discussão, sem exclusões e preconceitos. Assim, a crítica leiga, a opinião da audiência, cria o debate público em torno dos produtos culturais, e este debate deveria, segundo Vattimo, ser considerado pela *mídia*.

Além disso, existiria no Brasil um cenário em relação à televisão, ou mesmo em relação à telenovela que, por possuir espectadores fiéis, significaria que todos cultivam o sentimento de “especialização” (Wolton, 1996). Ao contrário de conhecimentos relacionados à medicina, à economia ou à arqueologia, no que se refere à televisão, o indivíduo acredita que é um *expert* e procura demonstrá-lo. O juízo crítico do público existe justamente porque ele a assiste. As reclamações formais sobre o conteúdo transmitido, feitas pelos espectadores, mostram que eles emitem juízos e não são nada passivos.

O público, como o próprio nome diz, representa a esfera coletiva dos indivíduos. Habermas (2003) chama a atenção para o fato de que apesar de haver diferenciação entre o grau de atividade de um público formado por uma multidão em torno de um orador ou palestrante e do público-leitor ou telespectador, ambos tratam-se de um público que julga. Segundo o filósofo, a “própria crítica se apresenta sob a forma de ‘opinião pública’” (2003:41). Pauta-se nessa máxima a esfera pública familiar que surge com a televisão e com a telenovela, que se reúne para o ritual coletivo, e sobre ele reflete e comenta.

Portanto, o juízo dos telespectadores representa um *modo de ver e de pensar*, que pode e deve ser considerado como crítica válida para análise da qualidade. Segundo Wolton, “na realidade, o único discurso crítico positivo sobre a televisão que se devia aceitar e analisar é o do público, e, no mais das vezes, o consideramos apenas como conversa de botequim!” (1996:55). E ainda segundo Stephenson e Debrix, “numa atmosfera livre, forma-se um consenso de opinião que, geralmente, irá constituir algum guia para a qualidade” (Stephenson & Debrix, 1969: 225).

### **A crítica televisiva no Brasil**

Como vimos, a qualidade do conteúdo televisivo pode ser avaliada a partir de diversos pontos de vista. Essa avaliação depende, entre outros fatores, da crítica. Essa dependência incorre em um problema no Brasil, pois no caso da ficção televisiva, a crítica especializada não é muito forte. Enquanto o cinema e o teatro têm críticos especializados com ferramentas discursivas e narrativas suficientes para produzir ensaios ricos e bem construídos, amplamente divulgados nos diversos veículos de comunicação, a telenovela não possui crítica que atinja a especificidade ideal para esse formato. Os críticos são normalmente colunistas de jornais que escrevem sobre a televisão em toda diversidade de sua grade de programação, não se atentando, muitas vezes, às várias nuances presentes na teledramaturgia. Expressar opinião sobre um telejornal exige diferente nível de conhecimento e base em diferentes princípios ou critérios, como velocidade e confiabilidade da

informação ou, às vezes, imparcialidade. No caso de um *reality show*, o crítico avalia a repercussão na recepção e os índices de audiência, o que se assemelha aos comentários sobre as telenovelas, mas não representa uma crítica, porque normalmente manifesta pouca opinião.

Ao falarem sobre a ficção televisiva, os temas mais comuns recorrentes nas pautas dos colunistas ou críticos têm ligação com a tendência da moda ou algum assunto ilustrado como *merchandising* social ou ação educativa que causa repercussão na sociedade. Ademais, as colunas giram em torno do índice de audiência e da competição entre as emissoras. Quando há alguma crítica sólida sobre a ficção brasileira, muitas vezes ela peca por um excesso de subjetivismos que não se pauta em critérios pré-estabelecidos, esvaziando a crítica de seus princípios éticos e estéticos.

Tentativas de criação de um campo de crítica no Brasil existem desde o final da década de 1940, a exemplo da criação do *Jornal de Letras*, que publicava breves notícias sobre TV. Debatia-se, na ocasião, a possibilidade de criação da mais nova expressão artística, seu papel na difusão do livro e a consolidação como novo mercado de trabalho para o literato. Empenhava-se em tornar proveitosa a linguagem da TV. A maior esperança do jornal era a de que a “oitava arte” (com seus teleteatros, suas conferências e seus debates literários) pudesse exercer influência positiva sobre o rádio, o cinema e o teatro nacional; da rivalidade entre as formas de expressão cultural decorreria, acreditava-se, uma elevação generalizada do padrão artístico.

No início dos anos 60, o *Jornal de Letras* começou a admitir a decepção com a programação levada ao ar por nossas emissoras. Sedentos por lucrar em cima do gosto popular, os patrocinadores, os publicitários e as cúpulas administrativas das TVs não se interessavam por fomentar a função educadora ou artística da televisão. Enquanto em todos os países do mundo a TV reunia diretores, roteiristas e produtores de cinema, lastimava-se que a nossa se conservava desgraçadamente fiel ao rádio (Freire Filho, 2005). Ambos eram vistos como veículos, não formas de arte; só tinham valor quando utilizavam uma das “artes verdadeiras”: a música, o teatro, o cinema, o balé.

Começam então os fortes ataques ao conteúdo televisivo nos jornais e nas universidades, consolidando o forte preconceito já mencionado. Mas não apenas o *Jornal de Letras* representava a crítica. Desde que a TV chegou ao Brasil, seus programas eram comentados nos jornais ou em algumas revistas, assim como surgiram cerimônias de premiação dos destaques da TV.

A crítica, escrita por jornalistas, professores ou estudantes universitários, ou até mesmo produtores da própria TV ou do teatro, expunham suas opiniões para avaliar seu desenvolvimento. Hoje, a crítica presente nos jornais ou portais de Internet apresenta nomes cujo papel funcional é basicamente criticar a TV, mas, como salientado anteriormente, com foco talvez amplo demais. Os mesmos escritores devem não apenas comentar uma grande variedade de programas, como também, muitas vezes, as ficções internacionais acabam por ocupar as páginas do jornal. Ao folhearmos os principais meios impressos no Brasil, é comum depararmo-nos com grandes colunas sobre as séries americanas exibidas na TV paga, inúmeras vezes ocupando um espaço que poderia ser de debate nacional. Vale observar que os comentários sobre as produções internacionais são majoritariamente elogiosos, apresentando-se as séries americanas como um exemplo a ser seguido, enquanto as ficções nacionais podem aparecer, sem nenhum estranhamento, sob forte rechaça. Claro que essa ainda é a função dos críticos e não há nada de errado em criticar negativamente, mas é pertinente refletir sobre a perfeição a que se colocam as ficções internacionais, em detrimento da nossa.

Em relação aos jornais, os principais diários do Brasil contam com um colunista específico para escrever sobre TV, em geral semanalmente, o que não impede que sejam publicados comentários de outros jornalistas em outras reportagens ao longo da semana. Além disso, grande parte dos colunistas responsáveis possui *blogs* oficiais do próprio veículo, nos quais podem postar outros textos em qualquer dia da semana. Pela constante atualização dos textos, é comum encontrar *posts* que destacam a estreia de um novo programa ou o término de outro, festas de lançamento, informações sobre os índices de audiência ou notícias dos atores, diretores e dos bastidores da trama. Talvez esses assuntos sejam a maioria das pautas, com pouco teor

propriamente crítico, ou que envolvam emissão de opinião. Desse modo, é possível questionar se os jornalistas aos quais chamamos de críticos de TV, no Brasil, não seriam telespectadores comuns, com a diferença de que possuem voz nas *mídias* mais abrangentes. Questionamento para o qual é possível que não haja resposta, uma vez que, conforme dito por Wolton (1996), o telespectador brasileiro é grande conhecedor da TV, adquirindo um sentimento de especialização.

Podemos afirmar então que a crítica televisiva especializada brasileira ainda tem muito o que crescer, se especializar e se desvincular das antigas ideias sobre a televisão e tentar compará-la com outras formas de arte, como cinema ou teatro. Bucci afirma impressionar-se com a pouca quantidade de estudos críticos sobre a TV.

Nós precisamos de mais crítica, de mais estudo, de mais teoria sobre o que é a imagem, sobre o que é a televisão em sentido amplo. Precisamos de mais método. Isso nos falta. É inacreditável como o Brasil possui a televisão que produziu e quase não produziu teoria sobre televisão (*apud* Greco, 2013:151).

Bucci defende ainda a importância da crítica televisiva no Brasil justamente por ser esse um meio popular e de extremo impacto social. O pesquisador alega que o que o impeliu a criticar a TV foi justamente a importância que ela tem dentro do cenário brasileiro. (*apud* Greco, 2013)

Pela necessidade de um acompanhamento assíduo dos principais jornais e revistas nacionais para um debate mais aprofundado sobre a crítica impressa de TV, torna-se difícil muitas afirmações ou conclusões a esse respeito em tão breve tópico. Mas podemos afirmar que, mesmo com as falhas da crítica brasileira, há campo para que se escreva periodicamente sobre as ficções, que não cessam de apresentar novidades; sejam sucessos ou fracassos. A abertura a críticas negativas é necessária, quando convier, assim como a discussão sobre o cenário da ficção internacional, para fins de informação e debate.

Lado positivo da crítica pode ser encontrado nos eventos e premiações. Algumas premiações nacionais contam com júri fixo de profissionais ou especialistas ligados ao meio televisivo ou midiático, e visam conceder honras às melhores produções e envolvidos. São exemplos o *Prêmio APCA*, da Associação Paulista dos Críticos de Arte; o *Troféu Imprensa*, que possui um júri formado por profissionais relacionados à *mídia* televisiva brasileira; o *Prêmio Melhores do Ano*, apresentado por Faustão voltado apenas à Rede Globo; e o *Prêmio de TV Contigo!*, que elege os premiados por meio de votos de um júri especializado combinado com votos do público, para avaliar os mais votados. Salvas algumas ressalvas a esses prêmios e à categoria de júris especializados, as iniciativas são válidas para incentivar e prestigiar o conteúdo televisivo. Com exceção do Prêmio APCA, os outros conquistam pouco sucesso nessa intenção.

Para além da crítica especializada, vimos que o gosto do público também é capaz de muni-lo de uma voz conjunta, capaz de atribuir juízos de valor e de qualidade a uma obra. Uma das manifestações desse consenso de opiniões são as votações, que hoje ocupam espaço nos meios de comunicação para opinarem sobre as políticas públicas do país. Por eleger os melhores de cada categoria com base em votos abertos à população em geral, os resultados levantam publicamente um consenso dos telespectadores, ou seja, um *senso comum*, que será aqui considerado como representação da *crítica popular*. Alguns exemplos são o Troféu Internet, realizado pela emissora SBT; o *Prêmio Arte e Qualidade Brasil*, do Portal de mesmo nome; e o *Prêmio Extra de TV*, realizado pelo *Jornal Extra*.

Com base nas premissas colocadas, seria possível conferir às premiações de voto popular a construção de um espaço de debate entre a crítica e os juízos de gosto, no qual os telespectadores se manifestam para julgar os programas e artistas. Assim, o levantamento quantitativo de votos forma uma representação objetiva, valorativa da qualidade, baseada na amplitude do *senso comum*, que recebe pretensão universal de validade. Cada voto representa um ser individual, caracterizando o nível mais específico da esfera

privada. A junção de mesmos votos recebe valor coletivo e, portanto, força para interferir nas decisões nacionais. Essa participação adquire importância também no cenário das produções ficcionais.

### **Considerações Finais**

Tanto no campo artístico (Coli, 2000) quanto no campo científico (Bourdieu, 1983), a qualidade de uma produção é determinada pelo julgamento de seus concorrentes. No debate sobre a qualidade televisiva, muitos autores apontam que, para se julgar uma obra, é necessário o exercício da crítica. É possível conceber dois tipos de crítica: a especializada, formada por indivíduos cuja voz é reconhecida profissionalmente e recebe o poder de ditar o que possui ou não qualidade, e a crítica popular, formada pelo julgamento da audiência sobre o conteúdo que recebe.

A crítica especializada é formada por detentores de autoridade. No Brasil, seriam jornalistas e pesquisadores com foco descritivo ou analítico, com conhecimento do contexto histórico e social da televisão. No entanto, a prática da crítica especializada no Brasil não é aprofundada e não está alheia ao juízo do gosto. Podemos concluir que, embora a crítica especializada mantenha-se difusa e dominante, a abertura à opinião pública aumentou.

Tomando como base as diretrizes que apontam para a qualidade de uma ficção estabelecida pela crítica, como disposto em relação às obras de arte, podemos afirmar que o julgamento popular pode, sobremaneira, contribuir para a análise da qualidade de uma ficção. Não apenas por emitir juízos, mas por possuir força que em conjunto forma uma representação valorativa da qualidade, de grande relevância para o debate sobre o conteúdo televisivo.

### **Referências**

- Barthes, R. (1970). *Crítica e Verdade*. São Paulo: Perspectiva.
- Borges, G. (2008). Parâmetros de Qualidade para a Análise de Programas Televisivos de Âmbito Cultural: uma proposta teórico-metodológica. *Revista do NP em Comunicação Audiovisual da Intercom*, São Paulo, 1 (1), pp. 173-192, jan./jun.

- Bosi, E. (1977). Opinião e Estereótipo. *Revista Contexto*, 2, mar, pp. 97-104.
- Bourdieu, P. (1983). O campo científico. In: Bourdieu, P. *Sociologia*. São Paulo: Ática.
- Bourdieu, P. (2008). *A Distinção: crítica social do julgamento*. Trad. de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk.
- Bucci, E. & Martins, M. H. (2000). A crítica de televisão. In: Martins, M. H. (ed.). *Rumos da crítica*. São Paulo: Senac e Itaú Cultural.
- Coli, J. (2000). *O que é Arte?* São Paulo: Brasiliense.
- Feuer, J. (2007). HBO and the Concept of Quality T. In: McCabe, J. & Akass, K. (eds.). *Quality TV : Contemporary American television and beyond*. Londres: I. B. Tauris.
- Freire Filho, J. (2005). Memórias do mundo cão: 50 anos de debates sobre o “nível” da TV no Brasil”. In: Lopes, M. I. V. de & Buonanno, M. (ed.). *Comunicação Social e ética*. Colóquios internacionais da Intercom, 8. São Paulo: Intercom.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon. v. II.
- Habermas, J. (2002). Excursos sobre as cartas de Schiller acerca da educação estética do homem. In: Habermas, J. *O discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. 2. ed. Trad. de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Kant, I. [1790] (2010). *Crítica da Faculdade do Juízo*. 2. ed. Trad. de Valério Rohden e Antônio Marques. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Lopes, M. I. V. de (2005). Narrativas televisivas e identidade nacional: o caso da telenovela brasileira. In: Lopes, M. I. V. de & Buonanno, M. (eds.). *Comunicação social e ética: colóquio Brasil- Itália*. São Paulo: Intercom.
- Machado, A. (2005). *A Televisão Levada a Sério*. São Paulo: Senac.
- Martinez, G. L. (1991). Intersubjetividade y gusto en la *Crítica del Juicio*. In: Sobrevilla, D. *Filosofía, política y estética en la Crítica del Juicio de Kant*. Lima: Instituto Goethe de Lima.



- Morin, E. (2005). *Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo* – 1. Neurose. 9. ed. Trad. de Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Mulgan, G. (1990). Television's Holy Grail: seven types of quality. In: Mulgan, G. *The question of quality*. London: British Film Institute.
- Nunes, B. (1989). *Introdução à Filosofia da arte*. São Paulo: Ática.
- Pearson, R. (2010). Observations on Cult television. In: Abbot, S. (ed.). *The Cult TV book: from Star Trek to Dexter, new approaches to TV outside the box*. New York: Soft Skull Press.
- Pujadas, E. C. (2001). *Els discursos sobre la “televisió de qualitat”. Àmbits temàtics de referència i perspectives d'anàlisi*. Tese (Doutorado). Universidade Pompeu Fabra, Barcelona.
- Ribeiro, R. J. (2004). *O afeto autoritário*. Cotia: Ateliê Editorial.
- Stephenson, R. & Debrix, J. R (1969). *O cinema como arte*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Tondato, M. P. (2000). Apontamentos sobre a crítica de TV. *Comunicação & Educação*. São Paulo, 19, pp. 32-38, set./dez.
- Vattimo, G. (1992). *A sociedade transparente*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Wolton, D. (1996). *Elogio do grande público*. São Paulo: Ática.



# **TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA E TV SOCIAL: ARTICULAÇÕES ENTRE TELEVISÃO E INTERNET NAS ESTRATÉGIAS TRANSMÍDIA DA REDE GLOBO**

Yvana Fechine e Gêsa Cavalcanti

yvana.brito@ufpe.br e gesakarla@hotmail.com

## **Introdução: o contexto de transmídiação<sup>1</sup>**

No cenário de convergência de *mídias*, a televisão não cabe mais na TV. A produção de conteúdos televisivos tem buscado uma necessária – e quase inevitável – articulação com a internet em outros meios e plataformas. Mais do que competir com a televisão, a internet, disponível nos diversos aparatos comunicacionais (notebooks, tablets, celulares), tornou-se mais uma forma de enviar e receber conteúdos televisivos. Acabou transformando-se em um dos principais aliados da ficção televisiva graças as mais diversas formas de sinergia e retroalimentação de conteúdos (Miller, 2009; Lacalle, 2010). Entre as diversas formas de articulação entre TV e internet, destacamos uma que tem sido adotada cada vez com mais frequência pelas telenovelas da Rede Globo, principal emissora de televisão do Brasil e uma das mais importantes produtoras ibero-americanas de telenovelas. Referimo-nos à chamada TV Social, uma noção que tem sido usada para descrever um conjunto variado de práticas interacionais que envolvem, de algum modo, conversações sobre conteúdos televisivos por meio das

1. Retomamos aqui postulações já apresentadas em Fechine (2014, 2014a) e Fechine *et. al.* (2013).

e nas redes sociais digitais. Interessa-nos aqui apontar, a partir da análise do seriado jovem *Malhação* como o apelo à TV Social tem sido cada vez mais frequente nas ações transmídia da Rede Globo.

Para chegarmos a esse ponto será necessário, no entanto, discutirmos previamente o que caracteriza a transmídiação como um tipo de fenômeno particular dentro do ambiente de convergência e das reconfigurações da televisão para, depois, inserirmos a TV Social no mesmo contexto. Em trabalhos anteriores (Fechine *et. al.* 2013; Fechine, 2014, 2014a), definimos a *transmídiação* como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelos meios digitais. Na perspectiva que adotamos, as estratégias transmídia são oriundas necessariamente de uma instância produtora que, na maioria dos projetos bem sucedidos, corresponde a uma empresa, corporação, conglomerado de mídia. No caso específico da televisão brasileira, essa instância produtora pode ser identificada com organizações de comunicação que detêm a concessão de emissoras de TV, mas também atuam com rádio, jornais e internet, como é o caso da Globo, que, desde 2010, investe assumidamente em ações transmídia nas suas telenovelas, sobretudo.

Como parte de um projeto temático e coletivo de pesquisa desenvolvido no âmbito do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (Obitel) no Brasil, temos acompanhado esse processo de transmídiação da teledramaturgia da Globo desde o início e, particularmente no biênio 2012-2013, inventariamos a produção de conteúdos frutos da articulação entre os capítulos exibidos na TV, do site oficial da telenovela e de uma fanpage no Facebook (Fechine *et al.*, 2013). Constatamos a partir dessa observação sistemática que, de modo geral, esses conteúdos obedecem a duas grandes estratégias, a propagação e a expansão, que, embora tenham sido identificadas a partir das telenovelas parecem ter um caráter mais geral. Essas

mesmas estratégias já foram validadas, por exemplo, na análise das estratégias transmídia adotadas por telejornais (Pereira, 2014) e um *reality show* da mesma emissora (Sousa, 2015).

A chave da estratégia transmídia que denominamos de propagação é a ressonância, a retroalimentação dos conteúdos. Um conteúdo repercute ou reverbera o outro, colaborando para manter o interesse, o envolvimento e intervenção criativa do consumidor de *mídias* no universo proposto, agendando-o entre outros destinatários ou em outras instâncias, constituindo comunidades de interesses. Trata-se, muito frequentemente, de uma estratégia destinada a repercutir um universo narrativo em redes sociais na *web* ou fora dela, acionando o gosto dos consumidores por saber mais sobre aquilo que consomem nas *mídias*, por compartilhar e por trocar ideias sobre os conteúdos. As estratégias de propagação são orientadas, no caso das telenovelas, por exemplo, pelo objetivo de reiterar e repercutir conteúdos das telenovelas entre plataformas, promovendo um circuito de realimentação do interesse e da atenção entre eles (TV e internet, especialmente, no caso das telenovelas). Forma-se, desse modo, um ciclo sinérgico no qual um conteúdo chama atenção sobre o outro, acionando uma produção de sentido, apoiada, em suma, nessa propagação por distintos meios de um determinado universo narrativo.

Já as estratégias de expansão envolvem procedimentos que complementam e/ou desdobram o universo narrativo para além da televisão. Consistem, assim, em “transbordamentos” do universo narrativo a partir da oferta de elementos dotados, por um lado, de uma função lúdica e, por outro lado, de uma função narrativa propriamente dita. Neste primeiro caso, promove-se, inclusive, a extração de elementos do universo narrativo para o cotidiano da audiência por meio de conteúdos que estimulam o espectador a fabular, a vivenciar, a entrar em um jogo de “faz de conta” a partir do seu envolvimento com os personagens e as situações apresentadas. No último caso, investe-se na proposição de extensões textuais em plataformas associadas, tendo como referência a construção de uma *transmedia storytelling* tal como descrita por Henry Jenkins (2003; 2009). Investe-se na complementarida-

de entre elementos e programas narrativos interdependentes, mas dotados de sentido em si mesmos. Há, portanto, uma organicidade entre os conteúdos postos em circulação e disponíveis para acesso dos agentes criativos (consumidores). Essa interdependência e organicidade entre os eventos distribuídos entre os diferentes meios é o que nos permite enxergar o conjunto como um tipo particular de narrativa que investe na integração entre meios para propor aprofundamentos a partir dessa distribuição articulada de conteúdos. Os distintos modos de expansão do universo podem ser considerados, nas ações mais complexas, como programas narrativos auxiliares ou secundários, contribuindo, a partir da sua articulação com o programa narrativo principal ou de base (texto de referência), para a construção de uma narrativa transmídia *stricto sensu*.

Descrito o quadro explicativo mais geral no qual se insere nossa discussão, assumimos aqui como pressuposto que a TV social pode ser considerada como uma das manifestações recorrentes nas estratégias de propagação na teledramaturgia da Globo. Configura-se, portanto, como uma tendência significativa no cenário de transformações da ficção seriada brasileira. Cabe então, ainda antes de convocarmos nosso objeto empírico, apresentar o que entendemos como TV Social, visto que nos parece haver ainda uma grande imprecisão conceitual no emprego do termo nos estudos de Comunicação. Essa discussão de caráter mais conceitual é, neste caso, tão importante quanto a própria análise de *Malhação*, uma vez que orientou não apenas a observação deste produto, mas poderá colaborar também com as discussões em torno da TV Social em estudos na Comunicação.

### **TV Social: conceituações**

O termo TV Social chega aos estudos de televisão a partir de discussões e publicações oriundas, sobretudo, da área de tecnologia. Nesse campo, TV Social designa, inicialmente, um campo de pesquisas e desenvolvimento de aplicativos para a TV digital interativa (iTV). Adquire logo um significado técnico específico, porém mais amplo, nominando uma variedade de sistemas cujo objetivo é proporcionar experiências remotas de compartilhamento

entre as pessoas em torno dos conteúdos veiculados pela televisão, independentemente de serem ou não incorporados ao televisor (Harboe *et al.*, 2008; Harboe, 2009). Entre essas tecnologias, foram incluídos sistemas de áudio e vídeo que permitiam aos telespectadores em lugares distantes interagirem uns com os outros usando vários meios de comunicação interpessoal (canal de voz, chat, mensagens instantâneas etc.) ou mesmo participarem de uma observação conjunta de TV<sup>2</sup>. O termo ganha mais força ainda quando passa a ser associado à busca de soluções tecnológicas para integrar as redes sociais digitais à televisão ou, em outras palavras, plataformas e aplicações interativas capazes de promover a experiência de assistir juntos à televisão mesmo em diferentes localizações geográficas.

Na medida em que se difunde para outras áreas, e especialmente no Marketing, o termo ganha uma acepção mais ampla e passa a ser empregado, por autores como Proulx & Shepatin (2012:13), para designar indistintamente todas as formas de “convergência entre televisão e mídias sociais”, incluindo tanto a relação com os suportes tecnológicos quanto o comportamento e formas de engajamento dos telespectadores. Utilizada em um sentido ainda mais abrangente, a denominação TV Social passa a descrever a interação entre dois ou mais telespectadores que assistem simultaneamente a um programa e comentam nas redes sociais, em tempo real, o que acabaram de ver (Cesar & Greetz, 2011; Ling & Rickli, 2012; Cruz, 2013). Há quem considere como TV Social inclusive o “ato de se divulgar nas redes sociais aquilo que se está assistindo na televisão” (Machado Filho & Bevilaqua, 2014). Outros estendem ainda mais a noção, associando-a também à conversação sobre programas televisivos antes, durante e depois de sua exibição, realçando que isso já ocorria antes mesmo da popularização dos dispositivos móveis (Silva & Médola, 2014). Nessa perspectiva, o termo ganha caráter ainda mais geral e remete à própria prática conversacional, inerente à experiência televisiva. A diferença é que, agora, as conversações podem ocorrer com mais facilidade de modo remoto (virtualmente) e em tempo real por meio das plataformas digitais interativas.

2. Cf. Pablo, C., David, G. & Konstantinos, C. (2009).

Do significado mais específico ao mais geral, a noção de TV Social passa necessariamente por dois eixos: 1) é associada a *tecnologias interativas* focadas em redes sociais desenvolvidas para a televisão e/ou em articulação com sua programação; 2) é tratada como qualquer *conversa* em rede sobre (ou a partir de) conteúdos televisivos. Se apoiarmos a definição de TV Social somente sobre esses dois eixos, não conseguiremos, no entanto, especificar o fenômeno frente a tantos outros aos quais a cultura participativa deu lugar com a emergência de plataformas digitais interativas. Quem acompanha o Facebook, por exemplo, constata que todo dia seus milhões de usuários compartilham e/ou comentam espontaneamente em seus perfis conteúdos televisivos os mais variados. Provocam, com isso, uma conversa em rede que, não raro, motiva outros compartilhamentos e comentários em torno dos conteúdos postados, obedecendo à própria lógica interacional das redes sociais. Considerar que toda e qualquer conversa, realizada nessas condições, pode ser denominada de TV Social é, no entanto, ampliar demais a descrição do fenômeno ao ponto de não haver mais nenhum sentido em particularizá-lo dentre as manifestações da cultura participativa no ambiente de convergência. Não se justificaria também, por esse caminho, tratá-lo como um conceito individualizado e específico no cenário de convergência, pois sua descrição se confundiria com práticas interacionais mais gerais inerentes a esse ambiente (posicionar-se e fazer comentários sobre os conteúdos, entre elas).

Nosso pressuposto é que a distinção da TV Social frente às inúmeras práticas interacionais propiciadas pela convergência dos meios está associada à adoção de determinadas *estratégias de produção* de empresas de comunicação (produtoras de conteúdos) ou de tecnologia (produtoras de aplicações), geralmente, com fins comerciais e articuladas com a programação da televisão. Em um caso ou noutro, essas estratégias visam produzir entre telespectadores em localizações distintas o efeito de assistir juntos à programação da televisão, de “ver TV” em um “sofá expandido” e virtual que estimula seu engajamento com os conteúdos ofertados (Summa, 2011). Para isso, é necessário que os espectadores estejam, simultaneamente, assistindo ao



programa e interagindo *online*, em torno dos conteúdos exibidos (compartilhamentos, comentários) a partir de aplicativos integrados ao televisor ou disponibilizados em outros meios (smartphones, tablets, notebooks). Nessa perspectiva, a construção de uma temporalidade compartilhada é um fator determinante na configuração do que entendemos como TV Social, pois é nessa duração comum à programação e às interações nas redes sociais que se constrói esse efeito de “ver junto”.

Com a inclusão de mais esses fatores, a definição de TV Social ganha agora contornos mais específicos, passando a designar toda e qualquer estratégia de produção que explora as conversações realizadas nos meios digitais, sobre ou a partir dos programas televisivos, propiciadas por tecnologias interativas voltadas para as redes sociais, com o objetivo de promover entre telespectadores de localizações distintas o efeito de “assistir junto” à televisão de modo remoto (virtual), a partir do acompanhamento da programação e dessa troca de mensagens em tempo real.

Dispostos a colocar à prova a conceituação acima, a qual chegamos a partir tanto da revisão bibliográfica, quanto da observação sistemática da articulação entre televisão e internet realizada pela Globo, recorreremos ainda ao aplicativo Tagul<sup>3</sup>, um serviço *online* que possibilita a análise de textos, a partir da identificação dos termos mais recorrentes na sua construção. O aplicativo mostra os resultados na forma de uma nuvem de palavras na qual o tamanho de cada uma delas indica sua recorrência e, conseqüentemente, sua relevância no objeto analisado. Para essa exploração inicial do conceito reunimos 23 publicações recentes, selecionadas a partir das palavras-chave TV Social e “Social TV”, em repositórios e anais de congressos representativos na área de Comunicação<sup>4</sup>. As palavras de maior destaque, como mostra a Figura 01, foram “conversação”, “internet” e “sistemas audiovisuais”. Os resultados fornecidos pelo aplicativo confirmaram o que a revisão bibliográfica em períodos e livros já indicava: nos estudos de te-

3. <https://tagul.com>

4. Foram coletados artigos de repositórios de congressos nacionais e internacionais como Intercom, Comunicom, Enangrad, AbCiber, International Journal of Human-Computer Interaction, Computers in Entertainment, entre outros.

levisão, a nomenclatura TV Social remetia predominantemente ora a um suporte tecnológico-comunicacional (“sistemas audiovisuais”, “internet”), ora a uma prática social (“conversação”).

Figura 01 – Nuvem de palavras



As recorrências mapeadas pelo aplicativo confirmaram uma tendência à dualidade nas descrições do fenômeno na área da Comunicação. Para ultrapassar a compreensão ora muito restritiva do fenômeno (TV Social como designação tão somente de determinadas tecnologias) ora muito ampliada (TV Social como designação de qualquer conversação em rede cujo tema é a televisão), faltava identificar o que poderia relacionar uma dimensão à outra, especificando mais o fenômeno. Isso foi possível com a incorporação ao conceito da determinação da produção das indústrias de conteúdos e de desenvolvimento tecnológico na constituição do fenômeno, o que, no quadro descritivo aqui proposto, está associado necessariamente às suas estratégias. A necessidade de estabelecer uma relação entre essas três dimensões – tecnologia, prática social (conversação) e produção –, pareceu-nos ainda mais pertinente quando inserimos a discussão da TV Social no contexto da transmidiação, e esse foi um passo importante para apontar sua particularidade no âmbito mais geral das reconfigurações da televisão (televisão digital, televisão interativa, televisão transmídia).

Atrelando o fenômeno a determinadas estratégias, podemos então voltar à proposição inicial de pensar aqui a TV Social a partir da adoção pela televisão de um modelo de produção transmídia. Neste modelo, essa configuração que denominamos como TV Social corresponde a uma nova experiência de consumo dos conteúdos televisivos dependente de certas estratégias acionadas pelas indústrias televisivas e/ou de softwares para estimular os espectadores a conversar em rede sobre os programas de modo concomitante à sua exibição. Não importa se, para isso, lançam mão de redes sociais como Facebook ou Twitter, nas quais não há qualquer segmentação de conteúdos, ou se exploram plataformas desenvolvidas especificamente para fãs de televisão, como TVTag<sup>5</sup>, Beamly<sup>6</sup>, ou ainda aplicações desenvolvidas e integradas diretamente ao televisor, como AmigoTV<sup>7</sup> e 2BeOn<sup>8</sup> (Abreu *et al.*, 2001).

O importante é que, nessa perspectiva, só cabe o emprego da nomenclatura TV Social quando a conversa sobre os conteúdos televisivos nas redes sociais estiver associada a estratégias transmídia da televisão, o que, no caso da Globo, pode ser constatado pelo acompanhamento dos portais e perfis institucionais. A observação do portal de entretenimento da emissora, o Gshow, e do seu perfil oficial no Facebook demonstrou que o apelo à TV Social tem sido cada vez mais frequente na produção transmídia associada à sua ficção seriada. Discutir como isso vem sendo feito, a partir, sobretudo, do acompanhamento das 21<sup>a</sup> e 22<sup>a</sup> temporadas de *Malhação* – um dos produtos da Globo que mais tem explorado a transmídiação – é a nossa próxima etapa.

5. O TVTag (antigo GetGlue) é uma aplicação de Social TV que oferece informações sobre os principais lançamentos televisivos, notícias sobre séries e filmes, e um espaço de conexão para fãs.

6. Beamly é um aplicativo que se propõe aprimorar a experiência televisiva através da conversação entre telespectadores de um mesmo programa, funcionando também como um canal informacional.

7. Aplicação que possibilita a comunicação em tempo real, por meio de vídeo e áudio, sobre um determinado programa televisivo da transmissão broadcasting.

8. Sistema tecnológico que possibilita aos telespectadores uma conexão *online* por meio de ferramentas comunicacionais mediadas pelo aparelho televisor.

## TV Social como estratégia transmídia na ficção seriada da Globo

*Malhação*, que estreou em abril de 1995, é um dos seriados mais duradouros da Rede Globo. Com temporadas anuais durante as quais há episódios diários (exceto no final de semana), o seriado trata de temáticas pertinentes ao universo jovem, como o início da vida sexual, relacionamentos afetivos, preocupações com o futuro<sup>9</sup>. Na primeira temporada, *Malhação* tinha como cenário principal uma academia de preparação física, por isso, o nome do seriado. A partir da 6ª temporada (1999-2000), o cenário principal passou a ser uma escola do ensino médio onde estudavam os jovens cujas histórias davam origem aos vários núcleos narrativos do seriado. Na 21ª temporada (2013-2014), a trama principal envolveu a família de Vera e Ronaldo, um casal que decide morar junto em um casarão no Grajaú, bairro da zona norte carioca, com seus filhos de casamentos anteriores e um filho da relação deles. O principal conflito é o triângulo amoroso formado pelas duas filhas de Vera (Anita e Sofia) com o filho de Ronaldo (Ben). A temporada foi batizada como “Malhação Casa Cheia”.

Na 22ª temporada (2014-2015), depois de duas décadas no ar, o seriado trouxe de volta o ambiente de academia (Academia do Gael) e introduziu uma escola de artes (Ribalta). A temporada explora os contrastes entre os valores e comportamentos dos jovens que frequentam a Academia do Gael e a Ribalta, localizadas no mesmo prédio. Destaca-se, sobretudo, o namoro entre Pedro, um jovem aspirante a cantor, e Karina, filha do dono da academia e praticante de lutas marciais. Nessa temporada, os projetos dos jovens para o futuro também são muito explorados, por isso, o título “Malhação Sonhos”. Nas duas temporadas, no entanto, a grande novidade mesmo foi o convite ao espectador para participar de uma experiência pioneira de TV Social na ficção seriada da Globo:

9. Cf. Memória Globo: <http://memoriaglobo.globo.com/>

Ninguém mais vê novela como antigamente, isso é fato! Que graça tem ver todos aqueles bafões fortes rolando e não poder comentar com seus amigos na hora? (...) E o que pode ser melhor que acompanhar uma história que você se amarra em uma telinha? Acompanhar em duas, óbvio! (Malhação, informação eletrônica, 2013).

Este texto foi publicado no portal de entretenimento da Globo, Gshow, durante o lançamento de um aplicativo chamado “Malhação no Ar”, desenvolvida para a 21ª temporada de *Malhação*, em setembro de 2013. A postagem acima dá bem a medida da disposição da emissora de estimular a conversação nas redes sociais sobre seus seriados e telenovelas. Estratégias de estímulo à conversação sobre tramas e personagens vêm sendo adotadas em praticamente todos os produtos de sua teledramaturgia. Os espectadores são convidados a comentar os programas em seções abertas nos sites oficiais dos seriados e telenovelas abrigados no Gshow e na sua fanpage no Facebook, além dos perfis institucionais no Twitter e Instagram. Os comentários postados por alguns espectadores costumam provocar outros e, entre adesões e reações às opiniões de uns e de outros, estabelece-se a conversação que repercute e alimenta o interesse pretendido pela Globo sobre o programa. Quando a conversação não surge espontaneamente, a própria Globo se encarrega de comentar suas próprias postagens para provocar reações ou direcionar opiniões. Para promover, no entanto, conversações no momento mesmo em que o programa está sendo exibido<sup>10</sup>, a emissora passou a adotar também aplicativos que estimulam e possibilitam essa interação em tempo real.

É este o caso da aplicação “Malhação no Ar”<sup>11</sup>, disponível inicialmente para tablets e celulares e, a partir da 22ª temporada, ofertada também no computador. Por ser destinada a um público mais jovem e, supostamente, mais conectado nas redes sociais, *Malhação* foi a primeira ficção seriada da emissora a contar com esse tipo de plataforma que, hoje, já está dispo-

10. Esse tipo de recurso é importante, antes de mais nada, para estimular os espectadores a acompanhar o fluxo da programação, já que, agora os conteúdos podem ser consumidos por demanda – de modo parcial ou integral (mediante assinatura) – no portal da emissora mediante.

11. Inicialmente, o aplicativo era chamado de “App Malhação” (21ª temporada), mas preferimos aqui usar o nome atual já que a Globo apenas atualizou a plataforma.

nível para outros produtos sempre com a designação “no ar” para indicar a concomitância entre a oferta de conteúdos complementares em outras telas com a exibição da novela ou seriado na grade de programação. No caso de *Malhação*, o aplicativo analisado possuía uma interface simples e apresentava três principais propostas de trabalho para os usuários: 1) Check-in; 2) Comentar; 3) Jogar. Ao escolher fazer *check-in* o usuário postava nas redes sociais cadastradas, Twitter e/ou Facebook, uma atualização padrão que comentava sobre o uso do aplicativo e divulgava a *hashtag* do dia.

A caracterização do aplicativo “Malhação no Ar” como uma iniciativa de TV Social parece evidente, a partir da definição aqui adotada. Trata-se de uma ação que envolve uma tecnologia interativa orientada para as redes sociais (Facebook e Twitter, no caso) e um estímulo à conversação (pela possibilidade de se conectar com os outros e comentar *Malhação* em tempo real), a partir de uma estratégia transmídia da produção. A cada novo capítulo de *Malhação*, a produção propunha aos telespectadores uma *hashtag*, convidando-os a usá-la ao comentar o seriado durante sua exibição. Quando o telespectador fazia seus comentários usando o fluxo do aplicativo suas mensagens eram automaticamente postadas com a *hashtag* na rede social Twitter, retroalimentando a interação. Para divulgar as *hashtags*, são feitas pequenas chamadas na programação, antes da exibição do capítulo, convidando a audiência a comentar nas redes sociais o tema escolhido para o dia através do aplicativo. A proposição dessas *hashtag* é o que permite a construção de um “lugar” de encontro, um espaço de interação que acaba funcionando como o “sofá expandido” almejado pela televisão. A chamada para divulgação das *hashtags* dá também uma boa ideia desse apelo à conversação. Em um vídeo *self made* em grande plano, reproduzido em um tablet, um dos personagens da 21ª temporada de *Malhação* (2013-2014) faz o seguinte convite:

Doze! Doze pessoas habitam o casarão neste momento. Não, sério. Minha mãe e o Ronaldo piraram, né? Só pode! Eu não estou aguentando mais essa quantidade de gente dividindo um banheiro. Eu só espero que não apareça mais nenhum parente distante. Será que tem mais gente? (...) *Diz aí!* (grifo nosso). (Malhação, informação eletrônica, 2013)

A expressão “Diz aí” é a palavra de ordem para deflagrar a conversação entre os telespectadores. Nas chamadas da 21ª temporada, quando o aplicativo foi lançado, o texto ficava fixo no vídeo e, na seguinte, havia variações do tipo “Diz pra mim”, “Conta pra gente” etc. Durante a exibição dos episódios na televisão, alguns dos comentários dos usuários via aplicativo, Twitter ou site oficial de *Malhação* também eram exibidos na tela da TV, dando visibilidade ao processo conversacional e estimulando outros telespectadores a interagir. O aplicativo de TV Social “Malhação no Ar”, como já mencionado, também estimulava a participação por meio de jogos, nos quais podiam testar seus conhecimentos sobre a trama, e de enquetes nas quais tinham a possibilidade de opinar sobre os rumos da história e dos personagens. A participação em atividades de check-in, enquete e quiz valiam pontos que eram computados no ranking de usuários e, este, era revertido em medalhas. Com exceção do procedimento de check-in, todas as demais propriedades de “Malhação no Ar” foram mantidas na temporada de 2014-2015.

O apelo à configuração de TV Social em *Malhação* está intrinsecamente ligado às estratégias transmídia de propagação. A conversação por meio de plataformas como Facebook e Twitter, muito populares no Brasil, é estimulada a partir também da proposição de *hashtags* diárias, como #Malhação, #PerinaIsBack<sup>12</sup>, #PerinaComoSeFosseAPrimeiraVez ou #ObrigadaMSonhos, que, frequentemente, incluem links redirecionando os usuários para o “Malhação no Ar”. Embora existam pesquisas sobre a TV Social que indicam o Facebook como a principal escolha dos usuários

12. “Perina” é o *shipper* do casal Pedro e Karina, casal protagonista da trama. Os são misturados para que os espectadores possam *shippar* o casal. A expressão “shippar”, nascida inteiramente na web, significa torcer pelo casal e demonstrar isso criando um nome único, que reúne parte do nome de cada um deles, para designá-lo. A Rede Globo tem percebido esse movimento dos fãs de suas novelas e incorporado os nomes dos casais às publicações oficiais sobre as tramas.

para comentar sobre produtos televisivos<sup>13</sup>, no caso de *Malhação*, o Twitter é uma das plataformas largamente empregadas nas ações transmídia e na dinâmica interacional de “Malhação no Ar”. No Twitter, a Globo não apenas divulga suas *hashtags* diárias, mas também acaba incorporando outras que são criadas pelos internautas, reforçando e retroalimentando a prática conversacional nas plataformas digitais interativas.

Nos perfis de *Malhação* no Facebook e Twitter, a produção também costuma disponibilizar vídeos nos quais os atores convidam os espectadores não apenas a assistir ao capítulo do dia, mas a conversarem sobre a trama com apelos do tipo: “(...) eu também quero saber o que é que vocês estão achando, então, entrem no site e comentem. *Malhação* começa daqui a pouco!”<sup>14</sup>. Na tela, enquanto os atores fazem seu convite, aparece a mensagem “Malhação no Ar” seguida do link de acesso e do reforço “Comentem o capítulo”. Esse tipo de chamada merece destaque porque dá testemunho do esforço dos produtores para construir a temporalidade compartilhada que caracteriza a experiência de “ver TV” junto ainda que de modo remoto. O “lugar” da interação corresponde justamente a uma duração vai desde os momentos que antecedem à exibição do capítulo àqueles logo após o fim do episódio. É também nesse intervalo temporal que “Malhação no Ar” atualiza conteúdos e registra maior atividade, ou seja, a operação propriamente dita da plataforma ocorre nessa determinada “janela” temporal.

13. De acordo com o instituto de pesquisas eGlobal, 93% das pessoas entrevistadas em sua pesquisa preferem usar o Facebook para comentar sobre TV, enquanto apenas 28% usam o Twitter e 8% o WhatsApp.

14. Chamada gravada pelo ator Felipe Simas veiculada no Facebook e na TV antes de *Malhação* no dia 15 de abril de 2015.



O sucesso de “Malhação no Ar”, tanto na área de desenvolvimento quanto na audiência<sup>15</sup>, estimulou a Globo a expandir esse tipo de aplicativo para novelas em outras faixas de horário, como *Império*<sup>16</sup> e *O Rebu*<sup>17</sup>, que estrearam em 2014, e *Babilônia*<sup>18</sup> e *I love Paraisópolis*<sup>19</sup>, em 2015. Em *Império*, telenovela exibida às 21 horas, a plataforma “No Ar” oferecia a possibilidade de comentar e jogar. O fluxo conversacional proposto por “Império no Ar” era, no entanto, extremamente controlado pelo site da telenovela: apenas postagens selecionadas pelos editores ficavam visíveis e podiam ser avaliadas e comentadas por outros usuários. Assim como em “Malhação no Ar”, havia um ranking e liberação de medalhas para a participação nos jogos e enquetes sobre a trama. Não havia, no entanto, recompensas para atividades conversacionais, como no aplicativo de *Malhação*. Na novela *O Rebu*, exibida às 23 horas, a plataforma “No Ar” estimulava os espectadores a assumirem o papel de detetives e a entrarem no jogo especulativo proposto pela produção, já que a trama girava em torno da investigação de um assassinato ocorrido durante uma festa na mansão de uma rica empresária. Por meio de “O Rebu no Ar”, eles podiam procurar pistas, trocar ideias e dar seus palpites sobre

15. A 20ª temporada de *Malhação* amargou baixos índices de audiência. A 21ª temporada também começou com índices baixos, mas após o lançamento do aplicativo houve um aumento do *share* e da audiência, que passou a marcar entre 15-19 pontos, ao invés dos 10-14 iniciais. “Malhação Sonhos” tem alcançado uma média de 17,6 pontos, com pico de 21,2 e um *share* de 32,4% % (Fonte: [www.telemaniacos.com.br](http://www.telemaniacos.com.br)). A primeira versão do “Malhação no Ar” (App Malhação) foi indicada ao prêmio Emmy Internacional Digital na categoria “programa de conteúdo infanto-juvenil”, como aplicativo de segunda tela.

16. *Império* é uma telenovela brasileira exibida pela Rede Globo, no horário das 21 horas, entre julho de 2014 e março de 2015. Escrita por Aguinaldo Silva a telenovela foi centrada da história do Comendador José Alfredo, um homem humilde, que após uma desilusão amorosa, muda-se para o norte do Brasil, trabalha como garimpeiro e termina montando a empresa “Império” dedicada à comercialização de diamantes. No decorrer da trama, o foco recai sobre os jogos de interesse da família do Comendador na tentativa de sucedê-lo na presidência da empresa.

17. Novela das 23 horas da Rede Globo, escrita por George Moura e Sérgio Goldenberg. A trama de *O Rebu* investiga a morte de um homem encontrado na piscina durante uma festa. A história é contada em 24 horas e é narrada em três tempos: o dia da festa, o dia seguinte e flashbacks, que dão pistas sobre os possíveis assassinos.

18. Telenovela escrita por Gilberto Braga, com direção de Denis Carvalho, cuja estreia ocorreu em março de 2015. A novela tem como trama principal a vingança de Beatriz (Adriana Esteves) contra a amiga de infância Beatriz (Glória Pires), que seduziu o seu pai e acabou provocando sua morte. Também tem destaque na trama o relacionamento de Estela (Nathalia Timberg) e Tereza (Fernanda Montenegro), um casal de lésbicas que levou para a TV o tema do amor homossexual na terceira idade.

19. Escrita por Alcides Nogueira e Mário Teixeira, a novela conta a história de Marizete, jovem moradora da comunidade pobre de Paraisópolis, e Benjamin, um rico e jovem arquiteto que mora no luxuoso bairro do Morumbi, separados apenas por uma rua. O arquiteto tem um projeto para reurbanizar a comunidade, enquanto sua mãe (Soraya) e seu padrasto (Gabo) vêm a área de Paraisópolis como uma lucrativa oportunidade de negócios. A trama é ambientada em São Paulo.

seus eventuais suspeitos. Como em *Malhação*, também era possível fazer check-in, comentar os episódios, participar de enquetes e ainda ter acesso ao material investigativo dos policiais da trama.

Em *Babilônia*, assim como em *I love Paraisópolis*, a plataforma “No Ar” faculta basicamente a possibilidade de fazer comentários às novelas e estabelecer uma conversa com outros espectadores. *Babilônia*, no entanto, merece um destaque particular pela importância que as redes sociais ganharam no projeto em função das polêmicas provocadas pela exploração na novela de temáticas como sexo, religião, prostituição, aborto e traição, mas, sobretudo, por ter entre seus protagonistas um casal homossexual da terceira idade. A novela foi acusada de ser contra “a tradicional família brasileira” e de tentar impor uma “ditadura gay” aos telespectadores. A Frente Parlamentar Evangélica na Câmara dos Deputados chegou a publicar uma nota de repúdio à novela. Não satisfeito, o pastor e deputado Marco Feliciano, assumidamente homofóbico, pediu para que seus dois milhões de seguidores no Facebook boicotassem a novela e os produtos da marca de cosméticos Natura, patrocinadora do programa.

Em meio aos riscos de repercussão negativa de proporções tão grandes, a Globo reagiu intensificando sua atuação nas redes sociais, difundindo *hashtags* diárias que propunham abordagens positivas da trama e a partir das quais tentava influenciar as conversas em torno da novela. Esse processo interacional foi muito estimulado pelo uso da plataforma “Babilônia no Ar” em articulação com Facebook e Twitter. Para se ter uma ideia de sua repercussão, basta dizer que durante as três primeiras semanas de exibição de *Babilônia* (entre 16 de março e 04 de abril de 2015), 71 *hashtags* relacionadas à novela estiveram nos *TrenTopics* nacionais, sendo a 67% delas propostas pela produção. Dentre elas, 58% versavam sobre atores da novela, 22% sobre personagens e 20% sobre aspectos gerais da novela, sendo apenas uma delas negativa<sup>20</sup>.

20. A hashtag #DámaisqueBabilônia ironiza a baixa audiência da novela, comparando-a com os índices obtidos por outros programas que comumente marcam menos pontos que as prestigiadas “novelas das nove da noite”.

Além das plataformas “No Ar”, merece menção ainda, entre as iniciativas da Globo, o aplicativo “Filma-e” desenvolvido para a telenovela *Geração Brasil*<sup>21</sup>, exibida em 2014. O “Filma-e” não pode ser considerado, a rigor, como um aplicativo de TV Social, nos termos em que a caracterizamos aqui. Mas, o destaque se justifica pelo modo como a Globo estabeleceu uma conexão direta do aplicativo com o Twitter, incorporando ao Filma-e uma funcionalidade que redirecionava seus usuários diretamente para esta plataforma, permitindo que se integrassem no processo conversacional em torno da novela nessa rede social. Os tweets postados incorporavam automaticamente as *hashtags* #GeraçãoBrasil e #Filmae.

O aplicativo Filma-e permitia que os espectadores postassem determinados tipos vídeos e sempre que faziam isso na vida real, usando o aplicativo disponibilizado, ajudavam o casal de protagonistas da trama, Davi e Manu. Os dois eram finalistas de um concurso cujos vencedores iriam substituir o empresário Jonas Marra, uma espécie de Steve Jobs brasileiro, na direção de uma poderosa empresa de desenvolvimento tecnológico, a Marra Brasil, cuja inspiração também era claramente a Apple. Na trama, Davi e Manu participam de um *reality show* e seu desafio para saírem vitoriosos era transformar o aplicativo que desenvolveram (o Filma-e) em um sucesso junto ao público do programa. No capítulo que foi ao ar no dia 10 de junho de 2014, Jonas Marra propõe o desafio ao casal de desenvolvedores e, em seguida, o aplicativo é disponibilizado aos telespectadores pelo site do programa. O apelo à participação feito por Davi e Manu na trama funcionava também como um convite aos telespectadores reais que puderam, desse modo, “entrar” também da trama, já que alguns dos vídeos enviados foram selecionados e exibidos, de fato, na novela como parte do *reality show* fictício.

21. Telenovela exibida pela Rede Globo, no horário das 19 horas, entre maio e outubro de 2014. Escrita por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, com sua equipe de colaboradores, *Geração Brasil* contou a história de um empresário brasileiro, Jonas Marra, que, depois de fazer fortuna com uma empresa de tecnologia da informação nos Estados Unidos, decide trazer seus negócios para o Brasil. Os *hackers* Davi e Manu acabam se conhecendo e se apaixonando durante um concurso realizado por Jonas Marra para eleger seu sucessor no comando da empresa. Os dois acabam metidos em um triângulo amoroso que envolve ainda a filha de Jonas Marras, uma jovem mimada que também se apaixona por Davi, rapaz pobre, criado pelos tios, que vê a tecnologia como meio para inclusão social.

Iniciativas como o aplicativo Filma-e são um bom exemplo de como as fronteiras entre configurações como a TV Social e outras estratégias transmídia podem se imbricar quando os processos interacionais estão ancorados nas redes sociais. A articulação das plataformas do tipo “No Ar” com o Facebook e o Twitter em estratégias complementares de estímulo à conversação de modo não concomitante à exibição dos programas também dão prova disso. O que distingue aplicativos de TV Social, como o “No Ar”, de outros procedimentos conversacionais transmídia é a centralidade do fluxo televisual na experiência que se quer produzir. Neste tipo de plataforma, há uma concentração de atividades durante a inserção dos programas na grade e nos momentos imediatamente antes ou depois de sua exibição. Com aplicativos que possibilitam a troca de mensagens em tempo real e de modo sincronizado com a exibição dos programas na TV, as emissoras também exploram cada vez mais o que Proulx e Shepatin (2012) chamam de *backchannel*, incorporando comentários do público ao programa no momento mesmo em que os produtos estão no ar, como observamos em *Malhação* com a exibição de tweets enviados pelos fãs na tela da TV.

### **Consideração final**

Na teledramaturgia da Globo, a operação da plataforma “No Ar”, no momento de exibição das telenovelas é, por ora, a principal iniciativa do que se tem convencido chamar de TV Social dentro das estratégias transmídia de propagação adotadas pela emissora. Frente às inúmeras práticas interacionais que caracterizam a emergência de uma cultura participativa, a TV Social designa, além de uma estratégia de produção, um tipo de experiência espectral: assistir juntos à programação da televisão, a partir da construção de uma instância ou de um “lugar” de interação no qual se pode conversar remotamente sobre os conteúdos no momento mesmo em que se assiste aos programas da TV, graças ao uso das redes sociais digitais e em aplicativos a elas articulados.

Essa mudança no modelo de produção televisivo acaba contribuindo para a revalorização de propriedades associadas tradicionalmente à televisão como a transmissão direta da programação: todos assistindo a mesma coisa ao mesmo tempo, ou seja, inseridos no fluxo televisual. O serviço de check-in incorporado em diversos aplicativos de TV Social dá testemunho da importância dessa temporalidade compartilhada (“assistir ao mesmo tempo que todo mundo”). No momento em que a televisão vive uma crise de sua programação (Fechine & Carlón, 2014), em função, sobretudo, do consumo de conteúdos por demanda, a integração das redes sociais à experiência de “assistir à TV” pode estimular os espectadores a acompanharem novamente a programação para terem a possibilidade de comentar *em ato* seus programas preferidos com amigos e parentes distantes ou mesmo em comunidades de fãs. Em uma época em que as próprias interações entre as pessoas se dão cada vez mais em espaços virtuais, a TV Social nos lembra que tão ou mais prazeroso do que assistir às novelas – ou qualquer outro programa – são as formas de convívio social que se dão em torno delas. Lembram ainda que, mais que um concorrente, a Internet pode se tornar, em determinadas configurações, um importante aliado da programação e uma ferramenta fundamental de engajamento. Emissoras como a Rede Globo estão apostando nisso.

## Referências

- Abreu, J., Almeida P., & Branco, V. (2001). 2BeOn: Interactive Television Supporting Interpersonal Communication. In: *Proceedings of Eurographics Multimedia Workshop*. Manchester.
- Cesar, P. & Greetz, D. (2011). *Understanding Social TV: a survey*. Proceedings of the Networked and Electronic Media Summit. Torino: Itália. Setembro, pp. 27-29.
- Cruz, B. (2013). Classe C e o Fenômeno Social TV no Brasil. *Anais do XXIV Enangrad*. Rio de Janeiro: Angrand.
- Fechine, Y. (2014). Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. *Revista Contracampo*. 31(1), pp.5-22.

- Fechine, Y. (2014a). Interações discursivas em manifestações transmídia. In: Fechine, Y. et al. (ed.). *Semiótica nas práticas sociais: Comunicação, Artes, Educação*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Fechine, Y. et al. (2013). Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: Lopes, M. I. V. de (org.). *Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira*. Porto Alegre: Sulina.
- Fechine, Y. & Carlón, M. (2014). *Fim da televisão*. Rio de Janeiro: Confraria dos Ventos/Editora da UFPE.
- Harboe, G. (2009). In search of social television. In: Pablo, C., David, G. & Konstantinos, C. *Social interactive television: immersive experiences and perspectives*. Hershey: New York.
- Harboe, G., Metcalf, C. J., Bentley, F., Tullio, J., Massey, N. & Romano, G. (2008). Ambient Social TV: Drawing People into a Shared Experience. *Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI 2008*. Florence: Italy.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H. (2009) Transmedia Storytelling. *Technology Review*: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/page3/> [02 de fevereiro de 2009].
- Lacalle, C. (2010). As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet. *Matrizes – Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo*. 2, pp.79-102.
- Ling, D. & Rickli, A. (2012). TV Social: Conceituação, aplicação e adaptação no Brasil. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *Anais Intercom*. Fortaleza (CE).
- Machado Filho, F. & Bevilaqua, L. (2014). Pré-requisitos para produção de conteúdo em segunda tela para televisão aberta. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *Anais Intercom*. Foz do Iguaçu (RS).
- Malhação 2014. <http://gshow.globo.com/novelas/malhacao/2014/index.html> [30 de março de 2015].

- Malhação 2013. <http://gshow.globo.com/novelas/malhacao/2013/index.html>  
[30 de março de 2015].
- Memória Globo. <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/seriados/malhacao/1-temporada.html>. [20 de maio de 2015].
- Miller, T. (2009). A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In: Freire Filho, J. (ed.). *A televisão em transição: tendências da programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina.
- Pablo, C., David, G. & Konstantinos, C. (2009). *Social interactive television: immersive experiences and perspectives*. Hershey: New York.
- Pereira, L. C. A. (2014). *Repensando o jornalismo a partir da digitalização da TV: em busca de formatos interativos*. Tese (Doutoramento), Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco.
- Proulx, M. & Shepatin, S. (2012). *Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media and mobile*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Silva, E. & Médola, A. S. (2014). Segunda Tela e a Reconfiguração das Práticas Comunicacionais no Processo de Fruição de Televisão. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *Anais Intercom 2014*. Foz do Iguaçu (RS).
- Sousa, R. B. F. (2015). *As estratégias transmídias em Big Brother Brasil*. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco.
- Summa, G. (2011). *Social TV: the future of television in the Internet Age*. DSpace@MIT: Massachusetts Institute of Technology.





# Resumos e Biografias



## I. ENQUADRAMENTOS E CONCEITOS

### **Título: (Des)continuidades: o sistema mediático lusófono**

Autora: Isabel Ferin Cunha (dfci@fl.uc.pt)

#### **Resumo:**

Esta comunicação faz uma primeira abordagem aos sistemas mediáticos no Espaço Lusófono, dentro de uma perspetiva histórica comparada (Alexandre,2005). Assumimos que os sistemas mediáticos (Hallin & Mancini, 2004; 2010; 2011) decorrem das interrelação com os sistemas políticos e culturais. Primeiramente traçamos um quadro histórico analisando o papel do Estado, as características do sistema político, o profissionalismo e o desenvolvimento dos mercados dos *media*. Em seguida, descrevemos as transformações operadas aquando das independências dos países que pertenceram ao império colonial português, salientando e contextualizando as particularidades que os sistemas mediáticos adquiriram em cada território nacional. Por último, e já no contexto da primeira década do milénio, tendo como referente teórico os contributos de Esser e Pfetsch (2004; 2010, pp. 31-40), num contexto de globalização (ções), enunciam-se os fatores de mudança e os indicadores que nos permitirão falar de um sistema mediático no Espaço Lusófono.

**Palavras-Chave:** sistemas mediáticos; Espaço Lusófono; estudos comparativos dos *media*; sistemas mediáticos.

## **Title: (Dis)continuance: Lusophone media system**

### **Abstract:**

This paper is a first approach to media systems in Lusophone Space within a comparative historical perspective (Alexander, 2005). We assume that the media systems (Hallin & Mancini, 2004, 2010, 2011) derive from the interrelation with political systems. With this assumption we intend to explore the similarities and differences of the various media systems inside the Lusophone Space. First we draw a historical context by analyzing the role of the state, the characteristics of the political system, the professionalism and the development of media markets. Then we describe the changes undertaken upon the independence of the countries that belonged to the Portuguese colonial empire, contextualizing and stressing the particularities which acquired in each country the media systems. Finally, since in the context of the first decade of the millennium, taking as reference the theoretical contributions of Pfetsch and Esser (2004) and Pfetsch (2010, pp. 31-40) on the contemporary challenges to the analysis of media systems arising from globalization, we enunciated the factors of change and the indicators that allow us to speak of a media system in the Lusophone Space.

**Keywords:** media systems; Lusophone Space; comparative studies of media; media systems.

## **Título: O contributo dos Estudos Narrativos para a compreensão da ficção narrativa do século XXI**

Autora: Ana Teresa Peixinho (subdir.anapeixinho@fl.uc.pt)

### **Resumo:**

Este artigo pretende fazer um ponto da situação sobre os Estudos Narrativos, com vista a tentar captar as linhas de investigação mais pertinentes e importantes para o estudo das narrativas ficcionais da contemporaneidade. Hoje é possível encontrar narrativas ficcionais nos formatos tradicionais – em livros ou no ecrã da televisão – mas também no YouTube, em bandas desenhadas digitais, em videojogos. Novas dinâmicas de construção e de receção se impõem, carreadas por avanços tecnológicos que têm vindo, de modo acelerado, a alterar as formas de produção e de consumo das narrativas. Independentemente do avanço tecnológico e das consequentes alterações nos formatos e linguagens, parece indiscutível que, no domínio da ficção, a narrativa se mantém como o modo privilegiado de entretenimento e conhecimento. Contudo, para estudar estas narrativas, escopo fundamental de quem queira entender a idiosincrasia das sociedades ocidentais contemporâneas, precisa-se de novas ferramentas e metodologias. Estarão os estudos narrativos mediáticos a acompanhar a velocidade de evolução destas narrativas?

**Palavras-chave:** narrativa; estudos narrativos; *media*; narratividade.

## **Title: The contribution of the Narrative Studies to the understanding of narrative fiction of the XXI century**

### **Abstract:**

This article aims to make a progress report on the Narrative Studies in order to try to capture the most relevant lines of research for the study of fictional narratives of contemporaneity. Today one can find fictional narratives in traditional formats - in books or on the TV screen - but also on YouTube, in digital comics, in video games. New dynamics of construction and reception are imposed, carried as by technological advances that have been, in an accelerated fashion, changing forms of production and consumption of narratives. Regardless of technological advancement and the consequent changes in formats and languages, it seems indisputable that in the field of fiction, the narrative remains the privileged mode of entertainment and knowledge. However, to study these narratives, the most important scope of who wants to understand the idiosyncrasies of contemporary Western societies, one needs new tools and methodologies. Are the media narrative studies prepared to the developments of these narratives?

**Keywords:** narrative; narrative studies; media; narrativity.

## **Título: Da Caça aos Conceitos: uma Viagem de Certeau à Jenkins no entendimento das Novas Relações entre Texto e Leitor**

Autora: Fernanda Castilho (Fernanda.castilho7@usp.br)

### **Resumo:**

O estudo dos fãs tem ganhado protagonismo na área da comunicação, sobretudo no que diz respeito à análise dos comportamentos dos ávidos leitores das narrativas transmediáticas. O estabelecimento de redes de pesquisa internacionais sobre fãs corrobora a ideia de ampliação de um campo dedicado à análise não apenas da produção de sentido destes leitores, mas das atividades criativas realizadas pelas comunidades de fãs que ganham cada vez mais visibilidade nos *media* digitais. A proposta central deste trabalho é discutir teoricamente os fundamentos do conceito de “textual poacher”, cunhado por Jenkins para classificar os fãs. Para tanto, inicialmente, destacamos os principais autores e momentos dos estudos sobre os fãs, sobretudo para justificar a complexidade deste importante campo de ação social.

**Palavras-chave:** estudos de fã; *fandom*; narrativas *transmedia*; Henry Jenkins; Michel de Certeau.

## **Title: Hunting concepts: travelling between De Certeau and Jenkins on understanding the relation text and reader**

### **Abstract:**

The *fan studies* has won earned a leadership in the communication field, especially with regard the analysis of the *transmedia* narrative avid readers behavior. The establishment of an international network research on fans supports the idea of an enlargement of a field which analyses not only the production of meaning of these readers, but also the creative activities carried on by fan communities who earn a increasingly high visibility in digital *media*. The main proposal of this work is to discuss theoretically the conceptual fundamentals of “textual poacher”, created by Jenkins to classify the fans. Therefore, initially we point out the main authors and moments of the *fan studies*, mainly to justify the complexity of this important social work field.

**Keywords:** fan studies; fandom; transmedia storytelling; Henry Jenkins; Michel de Certeau.



## **Título: Explorações conceituais acerca de narrativa transmídia e ficção seriada televisiva**

Autor: Rodrigo Lessa (lessaro@gmail.com)

### **Resumo:**

Este texto explora noções conceituais acerca da narrativa transmídia, associando-a com características da ficção seriada televisiva. O objetivo é demarcar o que compreendemos por narrativa transmídia e, por consequência, seus termos correlatos, através de revisão de literatura em torno de quatro eixos principais: localizar a narrativa transmídia em um contexto mais amplo de transmidiação de conteúdos; a relação da transmídia com o termo correlato *crossmedia*; as funções exercidas pelas extensões transmídia; e a noção de *transmedia television* ou televisão transmídia, conceito que busca compreender a forma específica como programas televisivos utilizam de estratégias de transmidiação. Ao final da exposição, esboçamos alguns apontamentos sobre como telenovelas brasileiras, em especial as produzidas e exibidas pela Rede Globo, utilizam de extensões transmídia.

**Palavras-chave:** narrativa transmídia; ficção seriada televisiva; extensões transmídia; televisão transmídia; telenovela brasileira.

## **Title: Conceptual explorations about transmedia storytelling and television serial fiction**

### **Abstract:**

This article explores conceptual notions about transmedia storytelling, associating it to characteristics of TV serial fictions. The goal is to define what we understand by transmedia storytelling and its correlated topics through the literature review of four main themes: locating transmedia storytelling in the broader context of transmedialisation; the relations between transmedia and crossmedia; the functions of transmedia extensions; and the notion of transmedia television, concept that encompasses the specific ways in which television programmes use transmedialisation strategies. In the end of the exposition, we point some directions in which Brazilian telenovelas, especially the ones produced and aired by Rede Globo, use transmedia extensions.

**Keywords:** transmedia storytelling; TV serial fiction; transmedia extensions; transmedia television; Brazilian telenovela.

## II. TRÂNSITOS NO ESPAÇO LUSÓFONO

### **Título: A ficção televisiva no Espaço Lusófono: rotinas produtivas, parcerias e coproduções**

Autora: Catarina D. Burnay (cburnaych.lisboa.ucp.pt)

#### **Resumo:**

A ficção televisiva é o segmento-rei nas grelhas de programação da maioria dos países. Este seu aspecto *funcional* (Hobson, 2003) aliado à sua capacidade de criar envolvimento com as audiências e constituir comunidades de públicos efetivas, torna-se um terreno fértil para potenciar o estabelecimento de relações entre mercados ao nível local e transnacional. Olhar o mercado português e, simultaneamente, o mercado lusófono – próximos linguística e, de alguma forma, culturalmente – e para a rede de fluxos mediáticos, tendo como unidade de análise a ficção, é o desafio a que este texto procura responder.

**Palavras-chave:** ficção televisiva; rotinas produtivas; co-produções; mercados geolinguísticos; Espaço Lusófono.

## **Title: The television fiction in the Lusophone Space: production routines, partnerships and co-productions**

### **Abstract:**

Television fiction is the “king segment” in the programming schedules of most countries. This functional aspect (Hobson, 2003) together with its ability to create engagement with audiences and provide effective public communities, it becomes a breeding ground to foster, market relations, on a local and transnational levels. Look at the Portuguese market and simultaneously to the Portuguese-speaking market – closer in a linguistic and cultural way – and for the media flows network, taking fiction as analysis unit, is the challenge that this paper seeks to answer.

**Keywords:** television fiction; production routines; coproduction; geolinguistic markets; Lusophone Space.

## **Título: Autoria na minissérie *Os Maias* e a recriação da lusofonia: o caso de Maria Adelaide Amaral**

Autoras: Maria Carmen Jacob de Souza (mcjacob@ufba.br) e Kылdes Batista Vicente (kылdes.bv@unitins.br)

### **Resumo:**

As experiências identitárias no espaço da diáspora lusófona têm na ficção seriada televisiva um meio de expressão poderoso quando se dedica às adaptações de obras artísticas e culturais consagradas em Portugal. Apresentamos ao longo do artigo os pontos de vista da autora da minissérie *Os Maias* (TV Globo, 2001), Maria Adelaide Amaral, portuguesa radicada no Brasil, que se dedicou à adaptação do universo queiroziano, em especial, o emblemático romance *Os Maias*. Examinamos o lugar autoral da roteirista por meio da perspectiva metodológica de Bourdieu para mostrar como a posição autoral do criador das séries pode tanto cristalizar as perspectivas canônicas das narrativas portuguesas como pode reinventá-las, seja para romper com o paradigma canônico, seja para tensioná-lo. Percebemos que as posições de Amaral nos campos literário, teatral e teledramatúrgico se alinharam com os que acreditam na força das poéticas sentimentais e melodramáticas, na autonomia criativa, na liberdade de expressão e na crítica contra a opressão. Os traços estilísticos encarnados em suas obras tornam-se, assim, um caminho frutífero para problematizarmos os imaginários que servem de substrato para as identidades culturais em mutação no Espaço Lusófono.

**Palavras-chave:** autoria; minissérie; Maria Adelaide Amaral; diáspora; Espaço Lusófono.

## **Title: Authorship in *Os Maias* serie and the recreation of the Lusophony: the case of Maria Adelaide Amaral**

### **Abstract:**

Identity experiences in Lusophony diaspora space has in fictional TV series a powerful mean of expressing itself, when dedicated to adapt artistic and cultural books recognized in Portugal. In the course of this paper, we present points of view of the author of the series *Os Maias* (TV Globo, 2001), Maria Adelaide Amaral, a Portuguese citizen who lives in Brazil, who dedicated herself to produce adaptations of Queiroz' universe, particularly, the novel *Os Maias*. We explore the authorship spot of the screenwriter through Bourdieu methodological perspective, in order to show how the authorial position of the writer of the TV series can crystallize the canonic perspectives of Portuguese narratives or reinvent them, either to break canonic paradigm, or to tension it. We notice that the position taken by Amaral in literary, theater and television drama fields align with the ones who believe in the strength of sentimental and melodramatic poetry, in creative autonomy, in freedom of speech and in the criticism against oppression. Stylistic traces in her production become, in this sense, a fruitful path to treat the imaginary which servers as a substrate to cultural identities in constant change in Portuguese-speaking countries.

**Keywords:** authorship; series; Maria Adelaide Amaral; diaspora; Lusophone Space.

## **Título: Era uma vez *Windeck*: apropriação do modelo brasileiro de narrativa de telenovela na teleficção angolana**

Autora: Ana Paula Guedes (uc2013115898@student.uc.pt)

### **Resumo:**

A proposta deste artigo é analisar de que modo os roteiristas (guionistas) da telenovela angolana *Windeck* utilizaram as estratégias narrativas criadas pelos dramaturgos brasileiros como modelo estrutural (Pallottini, 1998) para contar uma história que acontece num contexto diferente do latino-americano. Essa incorporação do padrão narrativo brasileiro justifica-se pela própria dinâmica de intercâmbio de produtos televisivos e pelo fluxo de profissionais do audiovisual, nomeadamente o trânsito triangular e intercontinental entre Brasil, Portugal e Angola. Para realizar a análise interna à obra, assistiu-se a todos os capítulos, selecionando os que possuíam *merchandising* social (Lopes, 2002) e cenas sobre a realidade angolana. Foram criadas tabelas para identificar e separar os diferentes enredos de modo que fosse possível perceber a estrutura da narrativa em pequenas células com os perfis das personagens e suas respectivas relações familiares/afetivas e o tema social. O resultado da análise comprova que *Windeck* segue o esquema narrativo das telenovelas brasileiras, com múltiplos enredos (Negrão, 2004) desenvolvidos em paralelo à trama principal, de forma independente e interdependente; também utiliza o *merchandising* social e resoluções comuns às produções brasileiras.

**Palavras-chave:** telenovela; estrutura narrativa; Brasil; Angola; Espaço Lusófono.

## **Title: Once upon a time *Windeck*: the telenovela Brazilian model appropriation in Angolan telefiction**

### **Abstract:**

The purpose of this study is to analyze how the writers of the angolan Telenovela *Windeck* used the narrative strategies (Pallottini, 1998) created by Brazilian playwrights as structural model to tell a story that takes place in a context of Latin American. This incorporation of the Brazilian model is justified by the dynamics of exchange of television products and by audiovisual professionals flow, and in particular triangular and intercontinental traffic between Brazil, Portugal and Angola. To perform the analysis the work, there has been all chapters, selecting those that had social merchandising (Lopes, 2002) and scenes on the angolan reality. Tables were created to identify and separate the different scenarios so that it was possible to see the structure of the narrative in small cells with the profiles of the characters and their family relationships \ affective and social theme. *Windeck* follows the narrative scheme of Brazilian soap operas, with multiple plots (Negrão, 2004) developed in parallel to the main plot, independently and interdependently; also uses the social merchandising and common resolutions to Brazilian productions.

**Keywords:** telenovela; narrative; screenplay; Brazil; Angola; Lusophone Space.



### III. QUALIDADE E MÚLTIPLAS PLATAFORMAS

#### **Título: A qualidade na ficção seriada lusófona: Análise de *Beat Girl* e *Latitudes***

Autoras: Gabriela Borges (Gabriela.borges@ufjf.edu.br) e Daiana Sigiliano (daianasigiliano@gmail.com)

#### **Resumo:**

Este artigo aborda a questão da qualidade discutida em relação à ficção seriada, procurando atualizar os debates anglo-saxão e lusófono que têm sido empreendidos desde os anos 1980. São analisadas as produções *Beat Girl* (2013) da produtora portuguesa beActive, e *Latitudes* (2013), do canal TNT no Brasil. As duas produções lusófonas estudadas exploram os universos ficcionais em multiplataformas, a hibridização de linguagens e procuram aprofundar o desenvolvimento do enredo apostando em camadas imersivas que permitem o interesse e o engajamento do público, que tem várias portas de acesso às obras. A qualidade, assim, passa a ser discutida a partir das características intrínsecas às produções, que as diferenciam no mercado lusófono pelos seus modos de produção e distribuição, além da própria narrativa, e promovem a reflexão sobre os novos contornos que os produtos culturais têm adquirido num cenário de convergência de *mídias*.

**Palavras-chave:** qualidade na televisão; ficção seriada; *Latitudes*, *Beat Girl*.

## **Title: The quality in Lusophone serial fiction: *Beat Girl* and *Latitudes* analysis**

### **Abstract:**

This article discusses the issue of quality in relation to serial fiction, seeking to update Anglo-Saxon and Lusophone debates that have been undertaken since the early 1980's. This article analyzes *Beat Girl* (2013) by Portuguese producer beActive, and *Latitudes* (2013), produced by TNT channel in Brazil. Both productions explore fictional universes in multiplatform, hybridization of languages and seek to deepen plot development in immersive layers fostering public interest and engagement through several different accesses to the works. Quality is thus discussed based on the intrinsic characteristics of these productions, differentiating them in the Lusophone market through their modes of production, distribution and narrative, as well as promoting reflection on the new forms that cultural products have acquired in a media convergence environment.

**Keywords:** television quality; serial fiction; *Latitudes*; *Beat Girl*.

## **Título: Crítica especializada e crítica popular: autoridade e gosto no debate sobre qualidade na TV**

Autora: Clarice Greco (claricegreco@usp.br)

### **Resumo:**

O artigo traz uma discussão teórica sobre a importância das críticas especializadas e popular para a avaliação da qualidade dos programas de televisão. Por um lado, a crítica especializada carrega argumento de autoridade e reconhecimento histórico. Por outro, a participação pública e a manifestação do gosto popular podem ser parâmetros úteis para a avaliação dos programas e promoção de um fórum público de debates, também associado ao conceito de qualidade. O artigo dialoga com noções de qualidade, participação pública e gosto, passando pela crítica do juízo de Kant. Por fim, comenta o cenário da crítica televisiva no Brasil.

**Palavras-chave:** crítica televisiva; qualidade; crítica popular; telenovela.

**Title: Expert critique and popular critique: authority and test on debate about TV quality**

**Abstract:**

This paper brings a theoretical discussion around the importance of specialized and popular critique for the debate over the quality of television programs. On one hand, critics have authority and historical recognition. On the other, public participation and the expression of popular taste can be useful parameters for evaluating programs and promoting a public forum, also associated with the concept of quality TV. The paper discusses the notions of quality, public participation and taste, through Kant's Critique of Judgment. Finally, it shows the scenario of television critique in Brazil.

**Keywords:** television critique; quality TV popular critique; telenovela.

## **Título: Teledramaturgia brasileira e TV Social: articulações entre Televisão e Internet nas estratégias transmídia da Rede Globo**

Autoras: Yvana Fechine (yvana.brito@ufpe) e Gêsa Cavalcanti (gesakarla@hotmail.com)

### **Resumo:**

Entre as diversas formas de articulação entre TV e internet no ambiente de convergência e no cenário da cultura participativa, interessa-nos aqui apresentar uma configuração que tem sido adotada cada vez com mais frequência pela Rede Globo, principal emissora de televisão do Brasil e uma das mais importantes produtoras ibero-americanas de telenovelas. Trata-se da chamada TV Social, uma noção que tem sido usada para descrever um conjunto variado de práticas interacionais que envolvem, de algum modo, conversações sobre conteúdos televisivos por meio das redes sociais digitais. O objetivo é, por um lado, apontar como o apelo à TV Social tem sido cada vez mais frequente entre as ações transmídia da Globo e, por outro, problematizar a própria ideia de TV social diante da imprecisão conceitual que há no emprego dessa expressão na Comunicação.

**Palavras-chave:** TV Social; práticas interacionais; estratégias de produção transmídia; teledramaturgia brasileira; Rede Globo.

## **Title: Brazilian television fiction and Social TV: connections between television and Internet in Globo TV transmídia strategies**

### **Abstract:**

From the various forms of articulation between TV and internet in the media convergence environment and in the participatory-culture scene, this article focuses on a specific configuration that has been adopted with increasing frequency by the Globo Network, which is the main television station in Brazil and one of most important Latin American producers of soap operas. This configuration is called Social TV, a notion that has been used to describe a wide range of interactional practices, involving – in some way or another – talks about television content through the digital social networks. The objective, on one hand, is to point out how the appeal to Social TV has been increasingly common among transmedia activities of the Globo Network; and secondly, to question the very idea of social TV, with respect to the conceptual vagueness that exists in the use of this expression in the general area of Communication.

**Keywords:** Social TV; interactional practices; transmedia production strategies; Brazilian television fiction; Globo TV Network.

## Biografias

**Ana Paula Guedes** é doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade de Coimbra, Portugal (FLUC) e bolseira da Capes-Brasil. Mestre em teleficção brasileira Pela Universidade Federal da Bahia (PPGAC). Tem leccionado em instituições do ensino superior na Bahia e realizado cursos sobre roteiro de teledramaturgia brasileira no Brasil e em Portugal. Em paralelo às actividades académicas atua como roteirista freelancer em emissoras de televisão e produtoras de vídeo.

**Ana Teresa Peixinho** é professora auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, onde leciona nos cursos de Jornalismo e Comunicação. Tem desenvolvido a sua investigação no âmbito do CEIS20 (Centro de Estudos Interdisciplinares da Universidade de Coimbra), dentro do Grupo Comunicação, Jornalismo e Espaço Público, onde participa em projetos sobre Jornalismo, Análise do Discurso Jornalístico e História da Imprensa. É também colaboradora do CLP (Centro de Literatura Portuguesa), onde integra o projeto “Figuras da Ficção”, coordenado pelo Prof. Doutor Carlos Reis. Integra também a equipa da Edição Crítica das Obras de Eça de Queirós, tendo já coeditado o volume de *Textos de Imprensa I*, com o Professor Doutor Carlos Reis (2004), e editado o volume de *Cartas Públicas* (2009).

**Catarina Duff Burnay** é professora auxiliar convidada da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa. Pós-Doutorada em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Doutorada em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa. Professora-Secretária da Faculdade de Ciências Humanas da

Universidade Católica Portuguesa e coordenadora da licenciatura em Comunicação Social e Cultural na mesma instituição. Coordenadora da equipa portuguesa para o OBITEL-Observatório Iberoamericano da ficção televisiva desde 2013.

**Clarice Greco** Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP). Pós-doutoranda na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), doutora e mestre pela mesma Instituição. Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela da ECA-USP (CETVN) e do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva OBITEL. Vice-coordenadora do grupo Obitel Brasil- USP.

**Daiana Sigiliano** é mestranda do PPGCOM da Universidade Federal de Juiz de Fora. Membro do Grupo de Pesquisa Redes, Ambientes Imersivos e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora e do Grupo de Pesquisa de Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva da Universidade Metodista de São Paulo.

**Fernanda Castilho** é pós-doutoranda na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) (bolsista CNPq) e Professora da Fatec (Barueri). Doutora em Ciências da Comunicação e Mestre em Comunicação e Jornalismo, ambos pela Universidade de Coimbra. Pesquisadora do projeto OBITEL (Observatório Iberoamericano de Ficção Televisiva) e do CETVN (Centro de Estudos de Telenovela). Membro do CIC.DIGITAL - Center for Research in Communication, Information and Digital Culture (Portugal).

**Gabriela Borges** é professora permanente da PPGCOM da Universidade Federal de Juiz de Fora e colaboradora do CIAC/UALG, Portugal. Líder do Grupo de Pesquisa Redes, Ambientes imersivos e Linguagens da UFJF. Publicou recentemente o livro *Qualidade na TV pública portuguesa: análise dos programas do canal 2*.



**Gêsa Cavalcanti** é publicitária e mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. É pesquisadora associada ao Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (OBITEL Brasil).

**Isabel Ferin Cunha** é professora associada, com agregação, da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. É Investigadora Principal do Centro de Investigação Media e Jornalismo. Coordenou de 2006 a 2012 a secção portuguesa do projeto internacional *Observatório de Ficção Ibero-Americano* (OBITEL). É Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, Brasil, e Pós-Doutorado CNRS, em França. Publicou entre outras obras o livro (2011, Lisboa, Livros Horizonte) *Memórias da telenovela: da produção à recepção*.

**Kyldes Batista Vicente** é professora da Fundação Universidade do Tocantins e da Faculdade ITOP, em Palmas-Tocantins. É graduada em Letras pela Universidade Federal de Goiás, mestrado em Letras e Linguística pela Universidade Federal de Goiás e Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Membro do Grupo de Pesquisa Análise da teleficção A-tevê.

**Maria Carmen Jacob de Sousa** é docente associada IV da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Docente do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Líder do Grupo de pesquisa Análise da teleficção A-tevê. Pesquisadora associada à Rede OBITEL.

**Rodrigo Lessa** é doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. É integrante do grupo de pesquisa A-Tevê – Laboratório de Análise de Teleficção (UFBA) e vice-coordenador do segmento baiano do Obitel

Brasil (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva). Atualmente é Pesquisador Visitante na University of Hertfordshire (Reino Unido) através do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior, Capes.

**Yvana Fchine** é jornalista e professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Publicou, entre outros, *Televisão e Presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta* (2008). É editora e coautora de *Fim da Televisão* (Confraria dos Ventos, 2014). É pesquisadora associada ao Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (OBITEL Brasil).











No livro *FICÇÃO TELEVISIVA NO ESPAÇO LUSÓFONO* a diversidade dos capítulos acentua a originalidade da abordagem. Ao longo do livro traçam-se análises históricas sobre o Espaço Lusófono, fazem-se referências ao universo pré e pós-colonial, desenha-se a complexidade do mundo digital, da convergência e da transmediação. As coproduções e a qualidade da ficção são igualmente temas tratados de forma inovadora. Do ponto de vista teórico, a obra apresenta uma pesquisa bibliográfica significativa com a menção explícita a grandes autores do século XX e XXI, fornecendo ao leitor uma farta e importante orientação. Os conceitos são trabalhados de forma clara e concisa, enriquecendo o aprendizado das ciências da comunicação. Relevantes são também os exemplos analisados que, por si só, atualizam o repertório do leitor interessado em ficção televisiva. *FICÇÃO TELEVISIVA NO ESPAÇO LUSÓFONO* tem ainda o mérito de tecer um cenário do mercado mundial, apesar de se dedicar explicitamente ao Espaço Lusófono que, desse modo, não é visto de forma isolada, mas em relação ao que ocorre no resto do mundo ocidental. A publicação tem por isso significativa relevância para os estudiosos da ficção seriada televisiva, da produção televisiva brasileira, latino-americana e europeia e, de um modo geral, para as ciências da comunicação.