



Nota do Autor ¹⁶

TOWARDS ENVIRONMENTS AND CONCEPTS IN A VIRTUAL REALITY: notes for thinking about television fiction in the internet era

Andreza Patricia Almeida dos SANTOS ¹⁷

RESUMO: Este ensaio busca refletir sobre os novos cenários – transformadores e multi-campos – que vêm se formando nos últimos anos com o advento da internet e das recentes mídias digitais. Assim, a partir da discussão de alguns aspectos da filosofia da tecnologia que impactam a pesquisa no campo da Comunicação Digital, traremos à baila autores, conceitos e questões que nos ajudem a pensar o modo como as redes sociais digitais e o ambiente on-line ampliaram o lócus da investigação em ficção televisiva dentro de um contexto em que a multiplicação de telas e de canais fazem com que os usos televisivos já não sejam mais tão distintos do computador.

Palavras-chave: Internet. Novas Tecnologias. Mídias Digitais. Ficção Televisiva. Comunicação Digital.

Abstract: This essay seeks to reflect on the new scenarios - transformers and multi-fields - that have been forming in recent years with the advent of internet and recent digital media. Thus, from the discussion of some aspects of the philosophy of technology that impact the research in the field of Digital Communication, we will bring authors, concepts and questions that help us to reflect how social networks and online environment have expanded the locus of television fiction research within a context in which the multiplication of screens and channels mean that television uses are no longer so distinct from the computer.

¹⁶ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

¹⁷ Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e bacharela em Comunicação Social também pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Atualmente, é doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo. E-mail: andrezapas@usp.br.

Key words: Internet. New Technologies. Digital Media. Television Fiction. Digital Communication.

1. Introdução

O uso aberto da rede mundial de computadores e sua articulação com o cotidiano vêm transformando a realidade das pessoas humanas (MARTINO, 2014). Assim, para além das tecnologias, máquinas ou aplicativos, o advento e consolidação da internet iluminou a importância de se pensar a relação estabelecida entre seres humanos conectados por mídias digitais que, por si só, altera o que se entende por política, economia, arte e cultura. Nesse cenário em que a tecnologia, a globalização e a mudança climática afetam muitos aspectos de nossas sociedades, ambientes de trabalho e geopolíticas (FRIEDMAN, 2017), uma pausa para a reflexão sobre o rumo para o qual caminhamos é um imperativo.

Sabemos que as mídias digitais e o ambiente criado a partir de suas conexões reconfiguraram a maneira como o ser humano entende a si mesmo, seus problemas, limitações e relacionamentos. Presentes nas atividades mais simples aos mais complexos meandros da política internacional, como nos lembra Martino (2014), é quase um exercício de imaginação pensar o cotidiano a presença dessas novas mídias. Não sem causa, a segunda metade do século XX trouxe consigo uma considerável variedade de teorias e conceitos que vão da Filosofia às Neurociências e refletem diferentes aspectos do mesmo problema.

No que se refere ao campo da pesquisa da Comunicação, Corrêa (2008) destaca que, diante do cenário transformador e multi-campos trazido pelas novas tecnologias, o que antevemos é a necessidade de redefinição das tradicionais teorias da comunicação de massa a partir da inclusão de novos (ou outros) modelos epistemológicos. Desta feita, compartilhando com a autora o pressuposto de que a Comunicação Digital opera como uma práxis de conhecimento entranhada na tríade tecnologia-comunicação-sociedade, este ensaio busca, de modo exploratório e aberto, apresentar alguns autores e questões que, de alguma forma, nos ajudem a pensar o modo como as mídias sociais e as tecnologias vêm expandindo o lócus da pesquisa em ficção televisiva

É notório o fato de que, no Brasil, encontramos-nos atualmente diante de alterações estruturais no campo televisivo e audiovisual por onde circula a ficção televisiva, afinal, a crescente penetração da internet e das novas tecnologias vêm afetando as formas de produzir e assistir televisão. Destarte, situando o estudo das novas mídias como sub-campo da Comunicação (CORRÊA, 2008), buscaremos – a partir da elucidação de diferentes autores

que perpassam temas transversais ao cenário da Comunicação Digital, – refletir sobre novos conceitos e ambientes que têm influenciado a pesquisa em ficção televisiva brasileira.

Para tanto, inicialmente traremos à baila uma breve discussão sobre o modo como a globalização e o advento das novas tecnologias afetaram a relação entre homem e a sociedade. A seguir, pincelaremos os conceitos de convergência cultural, cultura participativa e transmidialidade, todos eles fundantes para a emergente pesquisa em ficção televisiva no contexto das redes. Por fim, faremos um balanço sobre o atual cenário em que se encontra a ficção televisiva brasileira, onde novos questionamentos e reflexões apontam para encaixes e ajustes de antigos paradigmas.

É válido destacar que o trabalho é fruto de um esforço ainda embrionário. Longe de respostas ou certezas, apresentamos um estudo inicial e exploratório de um tema em constante transformação.

2. Breve passeio pelo universo digital

No livro “Obrigado pelo atraso: Um guia otimista para sobreviver em um mundo cada vez mais veloz”, Friedman (2017) argumenta que estamos vivendo um dos maiores pontos de inflexão da história, talvez algo sem paralelo desde que o ferreiro e impressor alemão Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg deflagrou a revolução da imprensa na Europa. Desta feita, considerando que as três maiores forças do planeta – a tecnologia, a globalização e a mudança climática – vêm reconfigurando muitos aspectos de nossas sociedades, o jornalista nos ajuda a refletir o modo como o crescimento da tecnologia passa, hoje, por uma “curva exponencial” que afeta, inclusive, nossa relação com o tempo e as pessoas (FRIEDMAN, 2017). Em seu entendimento:

Quando ocorre uma alteração no ritmo de mudança em tantos campos diferentes ao mesmo tempo, como a que estamos vivenciando agora, é fácil nos sentirmos oprimidos. Como me disse certa vez John E. Kelly III, vice-presidente sênior de soluções cognitivas e de pesquisa da IBM: “Na condição de seres humanos, vivemos num mundo linear — no qual distância, tempo e velocidade são lineares”. Porém, o crescimento da tecnologia hoje passa por uma “curva exponencial”. A única coisa assim que alguma vez vivenciamos se dá quando algo está acelerando, como um carro, ou desacelerando de modo realmente brusco, como uma freada. E, quando isso acontece, nós nos sentimos bastante inseguros e desconfortáveis por um breve período de tempo (FRIEDMAN, 2017, p.12).

Memória, efemeridade, transitoriedade. De fato, nas sociedades digitais, somos atravessados pelo espírito de um tempo opressivo, que – como Friedman (2017) bem colocou – cria em nós a sensação de que estamos sempre atrasados em relação ao que deveríamos estar vivendo. Em meio a um turbilhão de demandas, mensagens e fluxos, as próprias redes

sociais digitais – como Facebook, Instagram e WhatsApp¹⁸ – vêm acompanhando esse ritmo crescente de volatilidade a partir utilização de recursos como o Stories¹⁹. Não sem causa, Lemos e Sena (2018) consideram que, mais do que uma forma de congelamento de momentos solenes, a produção e circulação de imagens digitais em redes sociais online se constitui como uma narrativa cotidiana, fluida e efêmera de si.

Tal como Friedman (2018), Appadurai (1996) defende que a modernidade desvelou uma suposta ruptura geral no teor das relações inter-sociais do passado e do presente. Desta forma, ressaltando que a mídia eletrônica transformou o campo dos meios de comunicação tradicionais, na medida em que ofereceu novos recursos para a construção eus imaginados e mundos imaginados, o antropólogo ressalta as novas maneiras como os meios eletrônicos transformaram os mundos pré-existentes de comunicação e conduta, uma vez que forneceram recursos para a auto-imaginação como um projeto da vida cotidiana.

Além disso, tomando a história das migrações em massa como uma nova característica da história humana, Appadurai acredita que, quando justaposto ao rápido fluxo das imagens mediadas pelos meios de comunicação, o que sem tem é uma nova ordem de instabilidade na produção da subjetividade moderna (APPADURAI, 1996). Com o argumento de que juntos, mídia eletrônica e migração em massa, parecem impulsionar – quando não obrigar – o trabalho da imaginação, o intelectual acredita que estes dois fatores definem o núcleo da ligação entre a globalização e a modernidade. Para ele:

É claro que muitos espectadores podem não migrar. E muitos eventos mediados pelos meios de comunicação de massa são altamente locais, como acontece com a televisão a cabo em algumas partes dos Estados Unidos. Mas poucos filmes importantes, noticiários ou espetáculos de televisão não são afetados por eventos de mídia vindos de outros lugares. E poucas pessoas no mundo hoje não têm um amigo, parente ou colega de trabalho que não esteja no caminho para outro lugar ou que já esteja voltando para casa, trazendo histórias e possibilidades. Nesse sentido, tanto as pessoas quanto as imagens costumam se encontrar de forma imprevisível, fora das certezas do lar e do cordon sanitaire dos efeitos locais e nacionais da mídia (APPADURAI, 1996, p.4, tradução nossa²⁰).

¹⁸ Ressaltamos que os três exemplos dados não representam a totalidade das redes sociais digitais.

¹⁹ Função caracterizada pelo compartilhamento de imagens (fotos e vídeos) que se apagam automaticamente em 24 horas

²⁰ Of course, many viewers may not themselves migrate. And many mass-mediated events are highly local in scope, as with cable television in some parts of the United States. But few important films, news broadcasts, or television spectacles are entirely unaffected by other media events that come from further afield. And few persons in the world today do not have a friend, relative, or coworker who is not on the Road to somewhere else or already coming back home, bearing stories and possibilities. In this sense, both persons and images often meet unpredictably, outside the certainties of home and the cordon sanitaire of local and national media effects.

Corroborando o exposto, Castells (2018) é outro pesquisador que nos ajuda a pensar as rupturas e dos novos desafios trazidos pela globalização. O sociólogo argumenta que a comunicação de massa se modelou mediante o que ele denomina autocomunicação de massa. Nesse sentido, ciente de que a internet e as plataformas wi-fi se fazem cada vez mais presentes em nossas práticas cotidianas, o intelectual considera que utilizamos a capacidade de deliberação e codecisão que agora dispomos na Galáxia Internet para colocar em prática o enorme caudal de informação e conhecimento de que dispomos para gerir nossos problemas. Nesses termos, salienta Castells, o ambiente das redes se configurou enquanto espaço público virtual que vem ao encontro com os debates públicos no espaço urbano.

Na atual conjuntura de mudanças que tem caracterizado a globalização e a auto-comunicação de massa (CASTELLS, 2018), a dataficação tem transformado o comportamento social e se tornando em novo paradigma para o entendimento dessa recente forma de viver e estar no mundo que produz e aglomera informações sobre nós (VAN DJICK, 2014). Assim, apontando para o caráter social dessas transformações, autores como Harari (2016), Van Djick (2014) e Hartley (2016) destacam a importância de um olhar que vá além de uma pura interpretação tecnicista, afinal, dados são produzidos e interpretados por seres humanos.

Harari (2016), por exemplo, acredita que a ascensão da internet nos fornece uma degustação do que está por vir. Destacando que o ciberespaço é hoje crucial em nossa vida cotidiana, o autor prevê que nas próximas décadas é provável mais revoluções como as provocadas pela internet, nas quais a tecnologia vai se emancipar à política. Desta forma, considerando que – assim como o capitalismo – o dataísmo também começou como uma teoria neutra, mas que hoje está em processo de se tornar uma nova religião, Harari (2016, p.333), afirma que:

O supremo valor dessa nova religião é o “fluxo de informação”. Se a vida é informação em movimento, e se achamos que a vida é boa, deveríamos estender, aprofundar e disseminar o fluxo de informação no Universo. Segundo o dataísmo, as experiências humanas não são sagradas, e o *Homo sapiens* não é o ápice da criação ou o precursor de algum futuro *Homo deus*. Humanos são apenas instrumentos para a criação da internet de todas as coisas que eventualmente poderá se estender para fora do planeta Terra para cobrir a galáxia e até mesmo o Universo. Esse sistema de processamento de dados cósmico seria como Deus. Estaria em toda parte e controlaria tudo, e os humanos estão destinados a se fundir dentro dele.

Como temos enfatizado até aqui, portanto, as mais recentes evoluções tecnológicas vêm modificando o modo como o ser humano se relaciona em sociedade. Se, por um lado, as

transformações da tecnologia permitem um acesso cada vez maior às redes de computadores, por outro, a expansão do ciberespaço cria condições para que novos saberes sejam desenvolvidos, seja por meio de aplicativos, *sites* ou programas (MARTINO, 2014).

Um bom exemplo disso é o fenômeno das redes sociais digitais²¹ que, articuladas, agora, com as mídias digitais, cobrem um leque de agrupamentos sociais *online* a todo tipo de atividade e se caracterizam pela existência de laços firmados a partir de interesses comuns (MARTINO, 2014). Nesse novo cenário, destaca o intelectual, a possibilidade de formação de todo tipo de agrupamento para troca de ideias, informações e materiais gera não somente uma interação entre os participantes – no sentido de que podem compartilhar conhecimentos – mas também um engajamento em questões políticas, sociais e culturais:

Aliás, a possibilidade de participar das redes *online* a partir de dispositivos portáteis, como celulares e *tablets*, de alguma maneira permite a transposição contínua das barreiras entre “mundo físico” e “mundo *online*”, em grau de complementaridade entre as interações nas redes sociais digitais e àquelas desenvolvidas *offline*. Na medida em que as ações nas redes sociais *online* e na vida cotidiana se articulam de maneira cada vez mais próxima, os fatores políticos, sociais e econômicos podem ganhar em relevância (MARTINO, 2014, p.58).

Em termos estruturais, sabemos que, diferentes dos “meios de comunicação de massa” ou “mídias analógicas” – como a televisão, o cinema e o rádio – as “mídias digitais” ou “novas mídias” se diferenciam pela quase ausência de um suporte físico, bem como pela conversão de dados em sequências numéricas ou dígitos interpretados por um processador capaz de realizar cálculos extremamente complexos em uma fração de segundo, o computador (MARTINO, 2014). Neste sentido, se quisermos pensar como as redes sociais digitais e o ambiente on-line ampliaram o *lócus* da investigação em ficção televisiva no contexto da internet (BACCEGA et al., 2013), mister se faz entender os conceitos-chave que perpassam essas novas tecnologias.

3. Convergência, cultura participativa e transmidiação

Tal como acontece com as Teorias da Comunicação, Martino (2014) destaca que parece não existir um consenso a respeito de quais autores, teorias e conceitos formam as teorias que explicam as mídias digitais. Ainda assim, o pesquisador argumenta ser possível tratar o tema a partir de dois critérios, um que se guia pela importância dos conceitos e outro

²¹ Martino (2014) destaca que o conceito de redes sociais pode, em termos gerais, ser entendido como um tipo de relação entre seres humanos que se pauta pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica de seus participantes. Nesse sentido, argumenta o autor, apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a noção de rede ganhou maior vigor quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas basicamente por sua interação via mídias digitais e por seu caráter horizontal, desprovido de uma hierarquia rígida.

que considera a relevância dos objetos de pesquisa. Uma vez, portanto, que entendemos que o estudo em ficção televisiva é bastante influenciado por assuntos como práticas da audiência e cultura dos fãs, optamos por problematizá-la a partir do esboço dos conceitos de convergência, cultura participativa e transmídiação, todos eles fundantes para a emergente pesquisa em ficção no ambiente das redes.

Fechine et al. (2013) ressaltam que, no atual contexto, a televisão não pode mais ser pensada sem a multiplicação de telas e de canais. Desta feita, apontando que a TV já não possui usos tão claramente distintos do computador, os pesquisadores objetam que o fato pode ser encarado tanto como um declínio como uma ampliação de seu poder, já que agora ela pode ser vista pelo telespectador em ambientes públicos ou privados: “Na rua, a presença da TV é assegurada pela miniaturização e mobilidade das telas móveis; em casa, o aumento das telas fixas, aliada à alta definição, garante ainda seu predomínio sobre outros *displays*” (FECHINE et al., 2013, p.19).

Outra constatação importante feita por esses autores diz respeito à fragmentação e autonomia do público trazida por esse novo cenário. Afinal, se de um lado, contamos com um público mais heterogêneo, que consome os conteúdos televisivos em diferentes situações e com interesses cada vez mais diversos²², por outro, inevitável é a maior tendência à personalização dos conteúdos e à liberdade do espectador no tocante às restrições ditadas pela programação dos canais (FECHINE et al., 2013).

De fato, a digitalização e inserção da televisão num ambiente de convergência de mídias desafiam, sobretudo, seu modelo de comunicação *broadcasting* que, apoiado em um sistema unidirecional de um para muitos, parece agora enfrentar uma “crise de identidade” (FECHINE et al., 2013). Afinal, as novas práticas interacionais desafiam cada vez mais a lógica de uma programação linear e em fluxo e tensionam seus modelos de negócio. Consequência disso são as transformações nos modos como o espectador se relaciona com os conteúdos televisivos, tais como a possibilidade de incorporação de interatividade ao aparelho de TV ou mesmo a oferta de conteúdos por demanda, não apenas no próprio aparelho, mas em outros meios – internet e dispositivos móveis, como tablets e celulares.

Ligada, portanto, à integração entre computadores, meios de comunicação e redes digitais, a convergência acontecena relação estabelecida entre pessoas que não se conhecem, mas que dividem as mesmas referências, recriam as mensagens da mídia e compartilham ideias

²² O que afeta a natureza dos programas difundidos (FECHINE et al., 2013).

espalhadas entre vários meios de comunicação em várias plataformas (JENKINS, 2008). Sendo, portanto, um processo cultural que acontece na mente dos indivíduos (MARTINO, 2014), ela pode estabelecer conexões entre os elementos que circulam na mídia e a realidade cotidiana e não necessariamente se dá por conta das tecnologias. Sobre o assunto, destaca o autor:

Assistir a uma novela ou a um jogo de futebol pela televisão, por exemplo, é estar distante de uma mídia de massa, vendo algo planejado de acordo com os parâmetros da indústria cultural. No entanto, quando o indivíduo compartilha nas redes digitais seus comentários a respeito do que vê, a experiência de ver televisão é alterada – aliás, deixa de ser, em termos mais estritos, um ato de apenas “ver” televisão”, mas trata-se, sobretudo, de discutir e reimaginar a mensagem, que será criada e compartilhada com outras pessoas (MARTINO, 2014, p.36).

No caso específico da telenovela, obra aberta, é notório que ela já oferecia ajustes de acordo com as respostas e questionamentos dos telespectadores. Somado a isso, convém nos atentarmos que a digitalização e a convergência das mídias ampliaram ainda mais os procedimentos de distribuição autorizada e também informal dos conteúdos televisivos, fazendo o universo ficcional facilmente repercutir em redes sociais na web ou fora dela (FECHINE et al., 2013).

Uma das premissas mais importantes da Cultura da Convergência é, deste modo, a possibilidade de cada indivíduo ser potencialmente um produtor de mensagens (MARTINO, 2014). Facilitado pelo fato de as tecnologias digitais estarem presentes no cotidiano, o trabalho de criação ou recriação por pessoas fora do circuito da indústria cultural assume uma enorme quantidade de formas e é geralmente baseado nos códigos que o público viu, ouviu e leu a vida toda, porém temperados com suas próprias ideias e concepções:

Com alguns programas simples de edição de vídeo, uma pessoa pode reconstruir uma cena de novela em seu computador, colocar a trilha sonora que julgar mais adequada e dar significados diferentes do que o autor da novela e a emissora de TV imaginaram. Ao colocar sua produção disponível no ambiente digital, compartilha com outras pessoas essa sua reelaboração, alterando o circuito emissor-receptor (MARTINO, 2014, p.37).

Temos aí o fundamento da cultura participativa, marcada pela potencialidade de qualquer indivíduo se tornar um produtor de cultura, seja criando conteúdos novos, seja recriando conteúdos já existentes (MARTINO, 2014). Jenkins et al. (2013) apontam que o surgimento de novas plataformas cria aberturas para mudanças sociais, culturais, econômicas, políticas e legais, e remodela o campo da mídia, na medida em que, no contexto da cultura participativa, as pessoas não estão apenas consumindo mensagens pré-construídas, como também estão modelando, reestruturando, compartilhando e remixando conteúdos midiáticos de maneiras antes não imaginadas. Segundo os pesquisadores:

E eles estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas dentro de comunidades e redes maiores, o que lhes permite espalhar o conteúdo bem além de sua proximidade geográfica imediata. Henry Jenkins (1992) cunhou o termo “cultura participativa” para descrever a produção cultural e as interações sociais das comunidades de fãs, buscando inicialmente uma maneira de diferenciar as atividades dos fãs de outras formas de espectadores. À medida que o conceito evoluiu, ele agora se refere a uma gama de diferentes grupos que implementam a produção e distribuição de mídia para atender seus interesses coletivos, já que vários acadêmicos associaram as considerações de fandom a um discurso mais amplo sobre participação na mídia e por meio dela²³ (JENKINS et al., 2013, p.2).

Ligada, assim, ao cenário e conjunto variado de possibilidades abertas aos consumidores de mídias de um maior acesso, produção e circulação de conteúdos midiáticos, a partir da digitalização e convergência dos meios, Fachine et al. (2013) enfatizam que a designação de cultura participativa define novos comportamentos no uso das mídias, associados, sobretudo, no que tange à publicação, compartilhamento, remix, comentários, recomendação e reoperação de conteúdos digitais. Não sem causa, a nova relação entre o público e os produtos culturais desvelam a importância de se pensar sobre as mudanças que ocorreram no próprio entendimento que seja uma pessoa em frente à tela da televisão ou dentro do cinema (JENKINS et al., 2013).

Mas como qualificar, por exemplo, as comunidades virtuais blogs, fóruns ou perfis em redes sociais que proliferam na internet²⁴ em torno de programas de TV? O ponto de partida para esta resposta está na ideia de transmídiação que, em termos gerais, pode ser entendido como “uma ação estratégica de comunicação oriunda de um destinador-produtor geralmente identificado – mas não exclusivamente – à indústria midiática” (FACHINE et al., 2013). Fruto de um determinado planejamento estratégico, esse conjunto de expressões articuladas entre mídias configura um projeto de produção de conteúdos que, geralmente partindo de conglomerados midiáticos, possuem interesses cruzados no cinema, na TV aberta e a cabo, em revistas e jornais, no mercado editorial e nos meios digitais.

²³ And they are doing so not as isolated individuals but within larger communities and networks, which allow them to spread content well beyond their immediate geographic proximity. Henry Jenkins (1992) coined the term “participatory culture” to describe the cultural production and social interactions of fan communities, initially seeking a way to differentiate the activities of fans from other forms of spectatorship. As the concept has evolved, it now refers to a range of different groups deploying media production and distribution to serve their collective interests, as various scholars have linked considerations of fandom into a broader discourse about participation in and through media.

²⁴ Além dos esforços produzidos pelas próprias emissoras – o canal Vlog da Juju, por exemplo, foi iniciativa transmídia do SBT no YouTube que expandiu o universo narrativo de *Carinha de Anjo*, e atualmente conta com mais de 1,5 milhão de inscritos – inúmeros são os canais do YouTube, sites da internet e até blogs que expandem o universo narrativo das telenovelas e geram espaços para discussão. Canais de fãs – como *Minhas Novelas*, *Novelas BR* e *Café com Novelas* – e sites especializados em fanfics – como *Fanfics Brasil* e *Spirit Fanfiction* – são exemplos de espaços marcados pelo comportamento participativo das audiências deste tipo de produto específico.

Fechine et al. (2013) apontam que a *transmedia storytelling* inicialmente descrita Jenkins (2003) seguia uma lógica comercial que o próprio autor denominou de “franquia de entretenimento” e que se referia ao modo como – a partir da convergência tecnológica – um mesmo universo narrativo passou a ser explorado por corporações com atuação em diferentes mídias ou por distintas empresas associadas, o que estimulou um fluxo sinérgico e *cross-media* de consumo desses conteúdos (FECHINE et al., 2013). Antes dele, contudo, os pesquisadores sublinham que Kinder (1991) já usava a expressão “sistemas comerciais transmídias” para explicar fenômenos como “Pokemón” e “Tartarugas Ninja”, que exploravam um personagem ou um grupo de personagens em um conjunto de produtos correlacionados, tais como seriados, filmes, quadrinhos e brinquedos. No entendimento dos pesquisadores:

Diante da globalização cultural e econômica, as grandes companhias procuraram controlar todos os aspectos do seu próprio mercado, diversificando-se, quando necessário, em uma gama de empresas interconectadas (Silverstone, 1996, p.154-5). É nesse cenário que proliferam os fenômenos transmídia, o que nos permite pensá-los *a priori* como uma lógica comercial e uma forma cultural que refletem não apenas a convergência de conteúdos, mas também de propriedade (FECHINE et al., 2013, p.26).

Sob outra perspectiva, Martino (2014) destaca que narrativas transmídia são também uma maneira de atrair consumidores de diversos nichos para os produtos oferecidos. Nessa esteira, com o argumento de que o atrativo dos conteúdos transmídia é o fato de proporcionar, a diferentes públicos, maneiras específicas de experimentar as narrativas para além do que é apresentado no cinema ou na televisão, o pesquisador chama atenção para a importância da ação dos fãs e do público interessado para a existência e retroalimentação desses conteúdos. Trata-se de um contexto em que reverbera mais fortemente a voz do receptor que, de massa alienada, passa a ser entendido como um receptor ativo e, posteriormente, uma audiência produtiva que também re-produz e recria os conteúdos da mídia a partir de suas próprias concepções (MARTINO, 2014).

Frente a essa conjuntura onde novos conceitos surgem para explicar realidades que se formam, é possível afirmar que estamos diante de alterações estruturais no campo televisivo e audiovisual por onde também circula a ficção televisiva em meio a pressões mercadológicas, demandas por conteúdo, novos modelos de produção e uma série de possibilidades de distribuição (LOPES et al., 2018). O dinamismo que tem caracterizado o cenário audiovisual brasileiro nos últimos anos desvela um movimento progressivo da simbiose entre telecomunicações, TV e informática (FECHINE & FIGUEIRÔA, 2011), onde a TV aberta

busca no universo digital e nas modalidades de consumo de informação e entretenimento novas experiências de narrativa televisiva (MENDES & AMARAL, 2016). Nesse contexto, pensar os atuais reajustes entre teorias e práticas é um imperativo.

4. Considerações finais

Múltiplas telas, novos formatos, diferentes ritualidades por parte das audiências. A crescente penetração da internet e das novas tecnologias vem ensejando modificações no lazer, em práticas de consumo e nos modos de sociabilidade e, com isso, afetam diretamente as experiências associadas às formas de produzir e assistir televisão. Podendo agora ser facilmente acessada na rua ou em locais que extrapolam os limites do privado em função da miniaturização e mobilidade das telas móveis, a televisão passa por reconfigurações que esbarram, cada vez mais, na questão da fragmentação e autonomia do público (FECHINE et al., 2013). Além do mais, a internet favorece novos modos de interação que possibilitam ao espectador prolongar na rede sua experiência com a programação televisiva (BACCEGA et al., 2013).

No Brasil, a busca por novas experiências de narrativa televisiva (MENDES & AMARAL, 2016) fez com que a TV aberta se abrisse ao diálogo com as novas plataformas de produção, compartilhamento e consumo de vídeos, o que permitiu o surgimento de novos processos de distribuição autorizada de conteúdos televisivos. Nesse cenário de articulação da TV com as redes sociais digitais, as telenovelas da Globo passam a desenvolver estratégias e conteúdos transmídias²⁵ em diferentes ambientes, como Facebook, Twitter, sites e blogs, com vistas a propagar e expandir seu universo ficcional em redes sociais na web ou fora dela²⁶.

Inicialmente vistas como rivais, as novas mídias passaram a ser aliadas da TV aberta e da TV paga, e reconfiguraram o panorama da ficção televisiva no Brasil (LOPES et al., 2018). Na TV aberta, por exemplo, o aumento de ações que incentivam a participação da audiência no universo da web e a multiplicação de telas são fatores que devem ser levados em consideração (MENDES & AMARAL, 2016).

²⁵ Que no entendimento de Fechine et al (2013, p.29) são conteúdos articulados em torno de um texto de referência veiculado pela TV que, por operar como a mídia base, rege seus desdobramentos e complementações, em outros dispositivos.

²⁶ Destarte, o texto de referência tem seu escopo ampliado seja pela disponibilização de conteúdos repropostos ou reempacotados – que acabam adaptando em outra mídia/plataforma conteúdos que já foram ou serão ofertados nos episódios das telenovelas –, como pela oferta de conteúdos complementares em plataformas associadas responsáveis pelo processo de desdobramentos narrativos (FECHINE et al., 2013).

Somado a isso, há também os conteúdos produzidos pelos consumidores que circulam fora desses espaços e, ao escaparem da esfera da produção, se deixam notar pelo protagonismo das audiências nas redes sociais digitais, tanto no que se refere à transmidiação de conteúdo quanto à proposição de debates sobre a ficção televisiva (LOPES et al., 2013). Não sem causa, a crescente importância das redes sociais digitais como novo *locus* demanda novas explorações teóricas e metodológicas no campo da comunicação ou, nos termos de Martín-Barbero (2001), exige a elaboração de cartografias.

É inquestionável, portanto, que novas plataformas audiovisuais complexificaram ainda mais as lógicas de produção e as competências de recepção (MARTÍN-BARBERO, 2001). Isto nos leva a considerar os modos como as redes digitais e o ambiente on-line ampliaram o escopo da investigação em ficção televisiva. No caso específico da telenovela – maior recurso narrativo ficcional latino-americano – presa entre duas lógicas por vezes contraditórias – o *broadcasting* e o paradigma da convergência – notório é o fato de que o formato desvela a emergente importância de se pensar a televisão para além de um modelo unilateral de um para todos.

Partindo do pressuposto de que o estudo das novas mídias se configura enquanto sub-campo da Comunicação (CORRÊA, 2008), este ensaio buscou iluminar algumas questões que perpassam temas transversais ao cenário da Comunicação Digital. Destarte, com o olhar voltado para as mudanças que vêm ocorrendo a partir da crescente importância das tecnologias de mídia digital nos processos políticos, socioculturais e econômicos, tivemos como desafio inicial dialogar com autores que – situados a partir de diferentes aspectos da filosofia da tecnologia – nos ajudassem pensar a pesquisa em ficção televisiva dentro de um cenário em que as novas plataformas audiovisuais complexificam a própria noção do que seja televisivo.

Nesse curto, mas excitante percurso, deixamos aqui registrado nosso esforço inicial em refletir sobre um tema poroso e ainda em construção. Assim, longe de respostas fechadas ou argumentos feitos, consideramos ser necessário um maior distanciamento no tempo para observarmos como essas novas dinâmicas atuarão no plano dos formatos industriais e das matrizes culturais (LOPES et al., 2018). Diante de um cenário em contínua mudança, em que os estudos em ficção televisiva se encontram diante de questionamentos e reflexões que envolvem novos encaixes e ajustes de antigos paradigmas e apontam para um futuro ainda incerto (LOPES et al., 2018), por enquanto, ficamos aqui, entre conceitos e ambientes, aguardando as cenas para capítulos que estão por vir.

REFERÊNCIAS

- APPADURAI, Arjun. Here and Now. In: **Modernity at large**. London: University of Minnesota Press, 1996.
- BACCEGA, Maria Aparecida; TONDATO, Marcia; CASTRO, Gisela; OROFINO, Maria. Reconfigurações da ficção televisiva: perspectivas de transmidiação em Cheias de Charme. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 19-60.
- CASTELLS, Manuel. **Ruptura**. São Paulo: Zahar, 2018.
- CORRÊA, Elizabeth Saad. Reflexões para uma Epistemologia da Comunicação Digital. **Observatorio Journal**, 4, 2008, p.307-320.
- FECHINE, Y. & FIGUEIRÔA, A. Transmidiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.), **Ficção televisiva transmidiática no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p.17-59.
- FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecília; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 19-60.
- FRIEDMAN, Thomas L. **Obrigado pelo atraso: um guia otimista para sobreviver em um mundo cada vez mais veloz**. São Paulo: Objetiva, 2017.
- HARARI, Yuval Noah. **Homo Deus: uma breve história do amanhã**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2016.
- HARTLEY, Scott. **The fuzzy and the techie: why the liberal arts will rule the digital world**. Boston: Houghton Mifflin, 2017.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture**. New York: New York University Press, 2013.
- LEMOS, André; SENA, Cararina de. Mais livre para publicar: efemeridade da imagem nos modos “galeria” e “stories” do Instagram. **Mídia e Cotidiano**, v.12, n.2, 2018, p.6-26.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.