

SONHOS NA CIBERCULTURA: A TRANSMIDIALIDADE A FAVOR DAS NARRATIVAS SERIADAS

Jéssica de Oliveira da S. Silveira^a

RESUMO

Em 2003, Janet Murray já apontava a junção entre TV e Internet como o futuro das narrativas na cibercultura. Hoje, o que a autora chamou de formato *hiper seriado* é uma realidade, com o desenvolvimento de narrativas que se desdobram da TV para a *web*. Esse trabalho pretende observar, com base no seriado *Malhação*, da Rede Globo, e sob o prisma da teoria Semiótica, como se dá essa expansão da narrativa de uma mídia a outra.

PALAVRAS-CHAVE: práticas semióticas; narrativas transmídia; Rede Globo.

Recebido em: 11 out. 2016

Aprovado em: 25 mar. 2017

Se a cibercultura expressa, como postulou Pierre Levy (1999), uma mudança fundamental na própria essência da cultura, por seu caráter universal enquanto “presença virtual da humanidade para si mesma” (LEVY, 1999, p. 247), foi a cultura da convergência¹ que possibilitou, por exemplo, que, hoje, o telespectador assista a “seus programas favoritos da

^a Mestre em Estudos de Linguagem pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem da Universidade Federal Fluminense.

¹ A convergência foi definida pelo teórico de mídias Henry Jenkins (2009), como o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que buscam as experiências de entretenimento que desejam em quase qualquer parte.

Globo onde e quando quiser” através do aplicativo para smartphones GloboPlay. Em *Compreender a Televisão*, François Jost (2007) explica que, com a era da convergência de meios, as fronteiras que delimitavam as definições de televisão, computador e telefone tornaram-se fluidas e os usos dessas tecnologias não são mais tão claramente distintos, já que “se, até agora, a televisão mobilizava o telespectador [...], ela o acompanhará amanhã por todos os lugares em que ele for” (JOST, 2007, p.56). Da mesma maneira, o autor explica que, se os jovens veem menos televisão do que os mais velhos, é porque eles passam mais tempo em frente à tela do computador, o que não significa, por outro lado, que eles se afastem da televisão. “Bem ao contrário, isso significa, acima de tudo, que, em vez de esperar que uma emissora programe a sequência das séries de que eles gostam, eles vão procurar na internet as sequências seguintes” (JOST, 2007, p.57). Esses conceitos, de cibercultura e convergência, nos permitem começar a entender a questão central deste trabalho: o uso de narrativas transmidiáticas como forma de expandir a experiência narrativa. Buscaremos, através da teoria semiótica francesa, mapear as ações transmídia promovidas pela Rede Globo no seriado *Malhação – Sonhos*, temporada 2014, a fim de observar como essas ações expandem a narrativa de maneira a gerar novos conteúdos ficcionais.

A Rede Globo e as Narrativas Transmídia

Ao definir a convergência como o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, Henry Jenkins (2009) explica que essa transformação cultural estimulou a transmídiação, um modelo de produção orientado pela distribuição de conteúdos associados entre si em distintas mídias e plataformas tecnológicas (FECHINE *et al.*, 2013, p. 26), propiciando o surgimento das chamadas narrativas transmídia, em que cada texto contribui de maneira distinta e valiosa para o todo (JENKINS, 2009, p. 138):

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve

ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game ou vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo.

Jenkins explica, assim, que a distribuição em diversas mídias promove, ao unir todas as narrativas, uma experiência profunda que estimula ainda mais o consumo de modo que a redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia. Dessa maneira, a chave para o sucesso das narrativas transmídia é a oferta de novos níveis de experiência e revelação sobre a franquia, “alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia” (JENKINS, 2009, p.139) para atrair múltiplas clientelas.

No Brasil, esse tipo de produção ganhou corpo na TV aberta em 2010, com a novela *Cheias de Charme*, produzida pela Rede Globo de Televisão, que hoje já conta com um núcleo de produção de transmídia fortemente consolidado. De acordo com Fechine *et al.* (2013), a Globo foi uma das primeiras emissoras de TV brasileiras a explorar e assumir estrategicamente a produção de conteúdos transmídia. Segundo a autora, “a emissora passou a explorar, de modo sistemático, a partir de 2010, estratégias transmídias na teledramaturgia, de tal modo que, hoje, produtores transmídias são incorporados à equipe de cada telenovela produzida” (FECHINE *et al.*, 2013, p. 24). Nesse sentido, a temporada de 2014 de *Malhação-Sonhos* apresentou um desenvolvimento significativo de conteúdos transmídia, ousando bastante com propostas que apostavam no engajamento do público do seriado.

Uma Perspectiva Semiótica

Se partirmos da noção de texto, dada pela Semiótica como um todo organizado de sentido e significação, poderemos tomar as narrativas transmídia, enquanto expansões narrativas de uma mídia a outra, em que cada texto contribui de maneira valiosa para o todo (JENKINS, 2009, p. 138), como textos que estão a serviço de um mesmo projeto enunciativo. Nesse sentido, a teoria Semiótica apresenta a metodologia de análise necessária para emprendermos a investigação aqui proposta. Para tratar das estratégias de transmidiação adotadas pelos enunciadores do GShow para o projeto de *Malhação*

- *Sonhos*, partiremos da noção do nível de pertinência do texto-enunciado, pela qual entendemos que a narrativa do seriado na TV é representada. De acordo com a proposição do Percurso Gerativo do Plano da Expressão feita por Fontanille (2005), no nível do texto-enunciado, “tenta-se apreender uma totalidade que se dá a conhecer por inteiro, sob a forma material de dados textuais (verbais e não-verbais), os quais se faz esforço por interpretar” (FONTANILLE, 2005, p. 17), atribuindo-lhe uma direção significante, uma intencionalidade. Trata-se do nível de pertinência com base no qual se desenvolveram inicialmente os estudos semióticos, que analisa a dimensão textual por meio do Percurso Gerativo de Sentido e que permite reconhecer as formas do conteúdo, as axiologias e detectar os papéis actanciais dados no texto-enunciado. A análise desse nível de pertinência permitirá o estabelecimento de parâmetros para observar se o que se propõe nas outras mídias é, realmente, uma ação de transmidiação, que desdobra a narrativa do texto-base, ou se trata-se de uma outra narrativa ficcional que não tem nenhum ponto de relação com o texto televisivo.

Dado que o texto-enunciado se manifesta sobre um suporte ou veículo, passaremos, então, à análise do nível de pertinência do objeto, definido por Fontanille (2005, p. 19) como uma estrutura material “dotada de uma morfologia, de uma funcionalidade e de uma forma exterior identificável, cujo conjunto é *destinado* a um uso ou a uma prática mais ou menos especializada”. Desse modo, o texto-enunciado de *Malhação – Sonhos* está inscrito no objeto-suporte televisão, que admite um uso ou uma prática específica. Ao desdobrar este texto-enunciado para um outro suporte, como o Portal GShow e/ou o aplicativo Globo Play, esses novos suportes apresentarão suas próprias regras de funcionamento de acordo com suas funções, exigindo, assim, outras práticas, outros usos e podendo criar tipos de textos específicos de seu gênero. Logo, os objetos-suporte viabilizam a experiência de interação com o texto ou com o objeto por meio de uma prática.

O nível de pertinência das práticas converte, portanto, um ou muitos processos, um ou muitos predicados em “atos de enunciação que implicam papéis actanciais representados, entre outros, pelo texto ou pela própria imagem, pelo seu suporte, por elementos do entorno, pelo passante, o usuário ou o observador, por tudo aquilo que constitui uma *cena* típica de uma prática”

(FONTANILLE, 2005, p. 26, grifo do autor). Sendo assim, o objeto, configurado por um uso determinado, desempenha um papel actancial no interior de uma prática: um *blog* de um dos personagens nosuporte do Portal GShow desempenha um papel actancial dentro de uma prática, o papel de expandir a narrativa da TV criando um novo conteúdo ficcional. Essa prática consiste em uma ação sobre o mundo natural, e o instrumento e o usuário, no caso, o Portal GShow e o espectador usuário da Internet, estão associados no interior dessa prática predicativa, em que o sentido é dado pela temática da própria prática: expandir a experiência narrativa, prolongando o contato com aquele universo ficcional.

O percurso de análise aqui proposto se encerra com o nível de pertinência da estratégia, que trata da experiência de conjuntura de cenas práticas predicativas, ajustadas no tempo e no espaço a outras práticas concomitantes ou não concomitantes (FONTANILLE, 2005, p. 26). Nesse sentido, a experiência estratégica reúne práticas para fazer delas conjuntos significantes novos, através da programação de percursos e de ajustamentos em tempo real (FONTANILLE, 2005, p. 27). Partindo dessa noção, entendemos que a experiência de transmidiação é tomada pela Rede Globo de Televisão como ação estratégica que visa a ajustar as novas práticas de produção de conteúdos que se desdobram através de diferentes plataformas de mídia, oriundas da era da convergência de meios, às práticas adotadas pelos espectadores, de buscar na Internet ou de produzirem eles mesmos conteúdos relacionados com as narrativas de que gostam, e com a prática de assistir telenovelas, sempre muito arraigada no Brasil, mas que foi perdendo força com o desenvolvimento de novas mídias e tecnologias.

Dessa forma, como a Rede Globo de Televisão apresenta um segmento muito forte na produção de telenovelas e conteúdos ficcionais, sendo a principal empresa do Brasil nesse setor e a líder de audiência, como corpo empresarial estratégico que sente e é sentido enquanto presença viva, procurou ajustar suas práticas de produção de conteúdos ficcionais às novas práticas decorrentes da era da convergência, unindo as experiências de propagação e expansão das narrativas que produz em um espaço institucional, o Portal GShow e, mais recentemente, o aplicativo Globo Play.

Malhação – Sonhos: estratégias de transmidiação a favor da ficção adolescente

O seriado *Malhação* é veiculado há muitos anos pela Rede Globo de Televisão, apresentando-se em temporadas que contam histórias diferentes, mas que sempre giram em torno do mundo adolescente, se passando em algum tipo de escola. A temporada de 2014 de *Malhação*, intitulada *Malhação – Sonhos*, apresentou, em 280 capítulos, a história de jovens que tinham sonhos de ser lutadores de *muay thai*, atores, atrizes, bailarinos, cantores, músicos, etc. A história girava em torno da *Escola de Artes Ribalta* e da *Academia de Artes Marciais do Mestre Gael*. A estrutura narrativa que perpassa toda a narrativa da temporada obedece ao cânone da narrativa ficcional televisiva brasileira: apresenta o percurso de sujeitos que, destinados pelo próprio /querer/ serem felizes e bem-sucedidos, buscam a conjunção com o objeto-valor, nesse caso, tematizado e figurativizado pelos sonhos de cada personagem. Nesse sentido, instaura-se a categoria polêmica da narrativa, que se desdobra ao longo da temporada até chegar ao desfecho final, com a sanção positiva para os mocinhos, que finalmente conseguem entrar em conjunção com o objeto-valor visado, e a sanção negativa, que pune de alguma maneira o vilão ou antagonista.

Desse modo, pensando no nível do texto-enunciado, o projeto enunciativo de *Malhação – Sonhos* apresenta, no nível narrativo do Percurso Gerativo de Sentido, a seguinte estrutura narrativa geral:

Destinador
/Querer ser/
Feliz

Antissujeito

Sujeito

Objeto-Valor
Sonho

Adjuvante

O destinador geral da narrativa é, portanto, o desejo de ser feliz que move o sujeito (representado no nível discursivo por diversas figuras que constituem os personagens da trama de *Malhação – Sonhos*, de acordo com o percurso de quem se queira analisar) em direção à busca de seu objeto-valor visado: seu sonho (que também poderá ser figurativizado no nível discursivo de acordo com o percurso de cada sujeito). Nesse percurso de busca, o sujeito poderá ser ajudado por um adjuvante e será atrapalhado pelo antissujeito, que estará no seu próprio percurso em busca do objeto-valor por ele visado.

O nível discursivo concretiza, por meio dos temas e das figuras, as estruturas narrativas, de modo que os temas são mais abstratos e as figuras possuem um referente no mundo natural. Desse modo, para concretizar a estrutura narrativa de *Malhação*, o esquema narrativo apresentado será revestido no nível do discurso pelas figuras, que representam os personagens da história. Nesse sentido, a trama começa contando o percurso do sujeito Solange, a Sol, que busca entrar em conjunção com seu sonho de ser uma cantora famosa. Obviamente, a trama apresenta complexificações que atuam no sentido de atrapalhar o sujeito a conseguir a conjunção com o objeto. Nesse sentido, o programa de base de Sol, que é entrar em conjunção com o sonho de ser *pops-tar*, é seguido de diversos programas de uso, que atuam no sentido de ajudar o sujeito, por etapas, a alcançar seu objeto-valor. Solange, para conseguir se tornar cantora, decide fazer um teste para uma escola de talentos, a Ribalta, mas o ônibus que toma para chegar à escola quebra no meio do caminho e ela enfrenta uma série de dificuldades, chegando atrasada ao teste. Quando, finalmente, ela consegue ser aprovada para estudar na Ribalta, descobre que se trata de uma escola particular e que não oferece bolsa de estudos. Logo, ela precisa *conseguir* dinheiro para estudar e alcançar seu sonho. E, assim, uma série de empecilhos vai se colocando no percurso do sujeito até que ele consiga, ao final da narrativa e da temporada, alcançar seu objeto-valor, tornando-se uma cantora famosa e lançando um clipe.

Outros sujeitos que se apresentam na narrativa são Duca e Bianca. Duca é aluno da Academia do Mestre Gael, uma academia de *muay thai*, e sonha em ser um grande lutador um dia. Bianca é a filha mais velha do mestre Gael e sonha em seguir os passos da falecida mãe, como uma grande atriz de teatro. No percurso de Bianca, o próprio pai, Gael, atua como an-

tissujeito, já que não aceita que a filha seja atriz, por achar que sua mulher o traiu com o ator que era seu par no teatro. Duca e Bianca têm ainda um relacionamento amoroso e, por causa dele, o rapaz arruma alguns problemas no começo da trama. Ele se mete em briga com Cobra, um rapaz que chega à cidade para treinar na academia de Gael e importuna Bianca. Assim, Cobra passa a atuar como antissujeito do percurso de Duca, tanto em seu relacionamento com Bianca quanto no que se refere ao *muay thai*. Outras complicações se colocarão entre o relacionamento de Duca e Bianca, que se separarão e arrumarão outros namorados, João e Naty, até que finalmente consigam entrar em conjunção com o objeto-valor deles, o sonho de ser atriz e de ser um mestre de *muay thai*, e com o amor. E assim se vai apresentando e desenrolando a trama de cada personagem da temporada de *Malhação – Sonhos*, até que os mocinhos sejam recompensados com a conjunção e os vilões sejam sancionados negativamente.

Com base no texto-enunciado manifestado no suporte televisivo, os enunciadores, compreendidos aqui como a imagem dos autores e produtores de *Malhação* sincretizados na figura da Globo, promoveram como estratégia algumas ações de transmidiação, desdobrando o conteúdo da TV para o Portal GShow. Do ponto de vista do nível de pertinência da estratégia semiótica, que promove a experiência de conjuntura entre práticas concomitantes ou não concomitantes, ajustando-as no tempo e no espaço para a criação de novos modos de significar, a transmídia se apresenta como uma ação estratégica promovida pela Globo para unir, dentro de um ambiente institucional controlado exclusivamente por ela, o Portal GShow, diferentes práticas que se instauraram com o desenvolvimento tecnológico na era da convergência de meios, como as práticas de fãs de procurarem na Internet ou de criarem eles próprios *fanfictions* e diferentes tipos de conteúdos relacionados com os programas de que gostam. Sendo assim, a Globo, enquanto corpo empresarial estratégico, se ajusta aos movimentos e às práticas definidos pela era da convergência de meios, promovendo, em seu espaço institucional, ações de transmidiação que desdobram os conteúdos ficcionais por ela produzidos em múltiplas plataformas de mídia, ao mesmo tempo em que promove o comportamento migratório do público diante dos suportes midiáticos que domina, ofertando diferentes experiências de entretenimento.

Nesse sentido, o Portal GShow surge como um objeto-suporte que viabiliza, dadas suas regras de funcionamento, essas novas práticas previstas pelas estratégias de transmidiação. Seu caráter de site na Internet permite que se concentre, num só lugar, desde conteúdos que retomem a narrativa dada na mídia de base, a televisão, até conteúdos que desdobrem essa narrativa, gerando novos conteúdos ficcionais. Sendo assim, o site da série *Malhação* no Portal GShow permite encontrar as diferentes ações categorizadas sob diferentes títulos (*2PONTO0*, *FANFIC*, *ZUEIRA*, *VOCÊ EM MALHAÇÃO*), entre as quais se podem distinguir conteúdos de propagação e conteúdos de expansão, de acordo com a proposta de Fechine (2013, p. 37; 2014, p. 3).

De acordo com o proposto pela autora, as estratégias de propagação têm como objetivo promover “a ressonância, a retroalimentação de conteúdos” (FECHINE, 2014, p.3), a fim de manter o interesse e o envolvimento do público e constituindo, assim, uma comunidade de interesse. Essa estratégia se destina a repercutir um universo narrativo ficcional na *web* ou fora dela, fazendo com que os consumidores saibam mais sobre o que estão consumindo nas mídias, conforme explica:

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. (FECHINE, 2014, p. 3).

Com relação às estratégias de expansão, Fechine (2014) classifica-as como “procedimentos que complementam e/ou desdobram o universo narrativo para além da televisão” (FECHINE, 2014, p. 3), como transbordamentos do universo narrativo com uma função lúdica e uma função narrativa. São nas estratégias de expansão que se enquadram as narrativas transmídia, que “correspondem a programas narrativos complementares ou auxiliares que se

desdobram e desenvolvem em outros meios a partir do programa principal exibido na TV” (FECHINE *et al.*, 2013, p. 45).

Além de permitir, enquanto objeto, que se concentrem num mesmo lugar as estratégias de propagação e de expansão, o Portal GShow permite ainda, no nível das práticas, o ajuste da Globo aos usos que os enunciatários fazem da Internet para buscar e criar conteúdos que promovam a discussão sobre as narrativas e experiências de entretenimento de que gostam, e acentua, conforme tratado por Sousa (2016), o caráter transversal da transmidialidade em que um conteúdo pode ser “materializado, retomado, replicado, e mesmo expandido em diferentes plataformas” (SOUSA, 2016, p. 251). Mas, para além disso, exigem do enunciatário um saber manusear um site da Internet, saber acessar as diferentes abas no menu que se encontra no canto superior esquerdo, a rolagem da página, a reprodução dos vídeos e funcionam também de maneira a promover a venda da marca Globo, pois só quem é assinante pode ter acesso ilimitado aos episódios que foram ao ar na TV aberta, podendo assisti-lo quantas vezes quiser, onde e como quiser.

O site de *Malhação – Sonhos* no Portal GShow apresentou alguns conteúdos transmídia. Seu caráter de site na *web* permitiu a criação de um espaço chamado 2PONTO0, que reunia o blog de cada personagem da trama e através do qual os espectadores e fãs podiam interagir com seus personagens favoritos. Esse tipo de estratégia permite, além de expandir a narrativa da TV para a *web*, diluir as fronteiras entre o real e o fictício, já que qualquer pessoa do mundo real podia, além de assistir, por exemplo, os vídeos das confusões da Ribalta que a personagem Jade filmava e postava em seu *blog* com a *hashtag* #sincerijade, assistir, comentar e desafiar o personagem Wallace em seu blog a cumprir os desafios que o público mandava para ele através da página 2PONTO0.

Através do blog, o personagem recebia desafios dos internautas e gravava vídeos cumprindo os desafios em resposta aos fãs. No último vídeo do blog, houve a participação de outro personagem, Jeff, que era o melhor amigo de Wallace na trama. Tal estratégia implica o ajustamento à cena figurativa, espacial e temporal que constituem a novela, de modo que, ainda que não seja o ator que encarna o personagem Wallace a atualizar o blog no site, a escrita seja semelhante ao palavreado utilizado por ele na novela e, na gravação dos vídeos, seja a mesma figurativização do personagem que apareça. Implica ain-

da, enquanto prática, um saber, por parte dos espectadores, acessar o Portal GShow, acessar a página de Malhação, acessar o menu à esquerda, selecionar a opção 2PONTO0, rolagem da página, selecionar o blog do Wallace, assistir ao vídeo postado pelo personagem, ler a postagem, comentar e enviar algum desafio para o personagem fazer no próximo vídeo. Essa estratégia implica também o agenciamento de fãs, que interagem diretamente com o personagem através do blog. Nesse sentido, a estratégia adotada pelos produtores de lançar mão deste tipo de conteúdo transmídia foi bem-sucedida, visto que houve o engajamento dos fãs da novela que interagiram com os personagens visualizando os posts e deixando seus comentários.

Quinta-feira, 13/08/2015, às 12:23, por Wallace Battista

Vem Ni Mim - ULTIMATE DESAFIOS!

Fala, rapelze!!! É claro que eu não me esqueci de vocês! Chegou a hora de fazer os últimos desafios enviados! Vocês me sacanearam mesmo, esse é o espirito ;) E nesse vídeo eu tive a companhia do meu amigo, moleke solto Jeffinho!

Último vídeo, aproveitem pq agora eu vou cuidar das minhas paradas, treinar muito e cuidar da minha pretinha! Suave na nave!! Peita o bloco e solta o play, DJ!!!

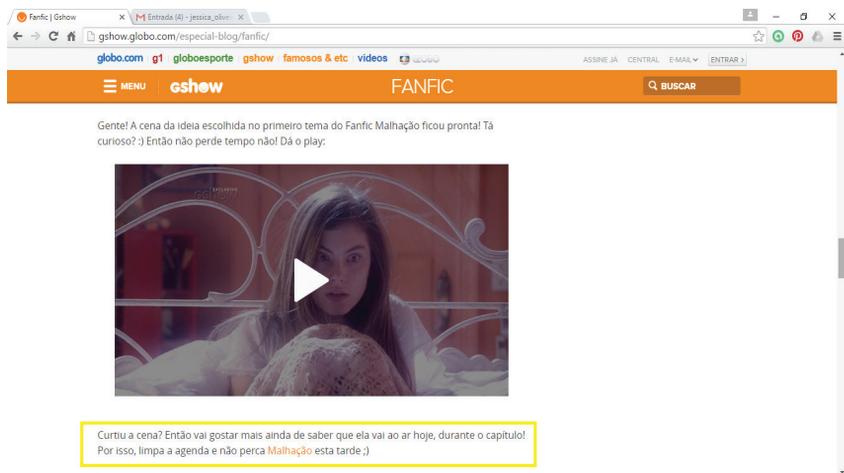
Fonte: GShow (2015).

Outro exemplo dessa estratégia, muito bem-sucedido, foi o lançamento do clipe da personagem Solange. A estratégia dos criadores da novela foi liberar o clipe da personagem na *web*, que só poderia ser visualizado com o uso de uma senha, falada no capítulo da novela. Ao final do capítulo, os telespectadores puderam acessar o site e assistir ao clipe da música *Rockstar*, cantada por Solange. Depois de alguns dias, o clipe foi liberado para visualização no blog da personagem sem o uso de senha.

Entretanto, o caso mais interessante de transmidiação utilizado no site de *Malhação – Sonhos* foi uma página criada exclusivamente para a produção de *fanfictions* por parte da audiência. As chamadas *fanfic* são desdobramentos da narrativa feitos, geralmente, por fãs e devem seguir os mesmos princípios estratégicos de implantação do universo figurativo, temporal e espacial adotado pelos produtores responsáveis pela criação de conteúdos transmidiáticos. Ao disponibilizar um espaço institucional para que os fãs possam escrever suas histórias sobre os personagens, os produtores do site de *Malhação – Sonhos* lançam mão de algumas estratégias de transmidiação, sendo a primeira delas a manipulação.

Para que ocorra uma tentativa de manipulação, é necessário, antes de tudo que o enunciador atribua ao enunciatário um estatuto semiótico igual ao seu próprio, o de sujeito, com a competência modal do /querer/. Reconhecendo-o como o sujeito de um /querer/, é necessário fazer com que ele queira engajar-se e escrever uma *fanfiction*. Para tanto, os produtores se valem de uma tentação: o autor da melhor *fanfic* terá direito a passar um dia no PROJAC e assistir, nos bastidores de *Malhação*, à gravação da cena escrita por ele. Reconhecendo o valor inserido na proposta, o enunciatário resolve se vai aceitar ou não a manipulação. Nesse sentido, a estratégia de transmidiação foi muito bem-sucedida e teve grande adesão do público, que escreveu diversas *fanfictions* criativas.

Como há um risco na manipulação, já que não se sabe se o outro sujeito irá aceitá-la, e, caso a aceite, como irá proceder, visto que se trata de um sujeito do querer, a estratégia adotada pelos produtores visa também a ter algum controle sobre a criação dos conteúdos por parte dos fãs, para que se possa encaixar a *fanfic* vencedora na trama de modo coerente: eram dados temas e regras com base nos quais o público deveria criar uma história. Foram dois os temas dados, um de cada vez: sonho de romance e sonho de terror. O fã deveria seguir os princípios de implantação do universo figurativo, não acrescentando nenhuma personagem novo à história, e não poderia mandar sua *fanfic* dividida em partes. O concurso foi realizado, as duas vencedoras foram escolhidas e foram ao PROJAC acompanhar a gravação das cenas escritas por elas.



Fonte: GShow (2015).

Observa-se, então, que, para que a narrativa transmídia seja caracterizada como tal, do ponto de vista da Semiótica, faz-se necessária a implantação de um mesmo universo figurativo, com temas e figuras dados no texto-enunciado, para que sejam possíveis o reconhecimento e a identificação do universo narrativo que ela desdobra. Essa identificação é dada também na identidade da expressão, no caso dos vídeos gravados pelos personagens e postados no *blog* 2PONTO0, no sentido de que para além da figurativização dos personagens, do espaço narrativo como um todo, elementos do plano da expressão, como o jogo de luz característico do seriado, o enquadramento, a perspectiva, a saturação de cores, os contornos, enfim, tudo que seja característico da identidade fotográfica do seriado seja reconhecível também nos seus desdobramentos virtuais, garantindo, assim, nos dois planos da linguagem, o desdobramento da narrativa e, portanto, o desenvolvimento de um novo conteúdo ficcional.

Observa-se ainda que a estratégia de transmidiação utilizada pelos enunciadorees de criação de *fanfics* é possibilitada pelo Portal GShow, enquanto objeto-suporte: trata-se de uma página na *web*, no do site do seriado no Portal, que permite aos espectadores e fãs a prática de escrita de novas tramas e desfechos para os personagens da história. Essa estratégia exige, enquanto prática, que o enunciatário saiba manusear um site da Internet para chegar até a página disponibilizada para a criação de *fanfics* no portal institucional da Globo, saiba

mover o cursor para poder, então, escrever a história e alternar entre título e corpo do texto, rolar a página quando necessário, clicar para enviar a história, etc. Envolve, ainda, um ajustamento às práticas dos fãs, de maneira geral, os mais engajados, de criarem esse tipo de conteúdo e divulgarem em sites, blogs e comunidades destinadas a esse fim. A criação deste espaço para o fã da série no espaço institucional do Portal GShow é, então, uma forma de controlar os usos dos produtos produzidos pela Globo e envolve a manipulação e o engajamento do enunciatário, que pode ou não aderir à proposta de criação de um novo desfecho para a série, reconhecendo, ou não, os valores investidos pela Globo nesta proposta.

Todas essas estratégias de transmidiação possibilitadas pelo suporte do Portal GShow, que permite, enquanto página da *web*, um espaço para que o usuário escreva, comente, leia, assista, etc., envolvem, portanto, o conceito de cultura participativa, enquanto um fenômeno de “criação e compartilhamento de conteúdos entre os consumidores de mídia, motivados pela crença de que suas contribuições importam para os outros” (JENKINS, 2006 *apud* FECHINE, 2014, p. 5) e, por fim, o agenciamento de fãs. De acordo com Sousa (2016, p. 253-254):

A cultura participativa pode ser vista como uma espécie de ‘destinador transcendente’ (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 255) que regula a práxis e manipula em favor do dever e do desejo de participação, já que ‘é por seu intermédio, pela força transitiva de sua atuação, que as narrativas não param’ (TATIT, 2010, p. 20).

Desse modo, reforça-se que a criação de *fanfictions*, enquanto estratégia de transmidiação, só será uma estratégia bem-sucedida se firmado o contrato fiduciário entre enunciador e enunciatário: apenas se os espectadores reconhecerem como verdadeiros o /dever/ e o /querer/ participar é que serão impelidos a atuar, de modo a escrever novas histórias para a trama.

Assim, é possível observar que a Rede Globo se utiliza das estratégias de transmidiação para ajustar diferentes tipos de práticas concorrentes na era da convergência, desde o ajustamento das práticas de fãs de buscarem e criarem

por si mesmos conteúdos relacionados com as experiências de entretenimento de que gostam até ajustar as próprias práticas de produção de conteúdos de entretenimento. As estratégias de transmidiação utilizadas desempenham o papel de promover a expansão da narrativa do texto-base televisivo, o seriado *Malhação – Sonhos*, oferecendo ao enunciatório o valor de duratividade dado pelo sentido da própria prática de desenvolvimento de narrativas transmídia: pela expansão da narrativa prolonga-se o contato com aquele universo ficcional e, logo, com a marca Globo. Através da transmidiação, diluem-se as fronteiras entre o real e o ficcional, fazendo com que, para além de ter o valor de duratividade da narrativa, o espectador possa vivenciá-la, trazê-la para o seu universo e entrar no Universo GShow.

Referências

- BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria semiótica do texto*. – 5.ed. – São Paulo: Ática, 2011.
- CLÜVER, Claus. Intermedialidade. *Pós*: Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes. Belo Horizonte: Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, v. 1, 2:823, nov. 2011.
- FECHINE, Yvana. *Transmidiação e Cultura Participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras*. Pará: XXIII Encontro Anual da Compós/UFP, 2014. Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14_PRATICAS_INTERACIONAIS_E_LINGUAGENS_NA_COMUNICACAO/yvanafechine_compos2014_revisado_2268.pdf> Acesso em 17/09/2016.
- FECHINE, Yvana et al. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013, 367p.
- FIGUEIREDO, C. A. P. *Em busca da experiência expandida: revisitando a adaptação por meio da franquia transmidiática*. 2016. 238 f. Tese (Doutorado em Estudos Literários) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.
- FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. 15.ed. – São Paulo: Contexto, 2011.

FONTANILLE, Jacques. Práticas semióticas: imanência e pertinência, eficiência e otimização. In: DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva; PORTELA, Jean Cristtus (Orgs.). *Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias*. Bauru: UNESP/FAAC, 2008.

FONTANILLE, Jacques. *Significação e visualidade – exercícios práticos*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

FONTANILLE, Jacques. Textes, objets, situations et formes de vie. Les niveaux de pertinence du plan de l'expression dans une sémiotique des cultures. In: BERTRAND, Denis; COSTANTINI, Michel (dir.). *Transversalité du Sens*. Paris, P.U.V., 2007. Disponível em : <https://www.unilim.fr/pages_perso/jacques.fontanille/articles_pdf/semiotique%20generale/Niveauxdepertinencesemiotiques.pdf> Acesso em 17/09/2016.

GREIMAS, A.J.; COURTÉS, J. *Dicionário de semiótica*. – 2.ed., 2ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2013.

GRUPO GLOBO. <http://grupoglobo.globo.com/>

GSHOW. “Malhação”. 2015. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/programas/malhacao/>> Último acesso em 18/09/2016.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2.ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. *Compreender a televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. Das virtudes heurísticas da intermidialidade. In: *Cerrados*, 22:33-41 ano 15, 2006.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

_____. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2015. Coleção Teledramaturgia, v. 4.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (Coord.). *Estratégias de produção transmídia na ficção televisiva: anuário Obitel 2014*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

MURRAY, Janet. *Hamlet no Holodeck: o Futuro da Narrativa no Ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural: UNESP. 2003.

PORTELA, Jean Cristtus. Semiótica midiática e níveis de pertinência. In: DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva; PORTELA, Jean Cristtus (Orgs.). *Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias*. Bauru: UNESP/FAAC, 2008, p. 93-115.

RAJEWSKY, I. O. Intermedialidade, intertextualidade e “remediação”: uma perspectiva literária sobre a intermedialidade. In. DINIZ, T. F. N. (Org.). *Intermedialidades e estudos interartes*. Belo Horizonte: UFMG, 2012. p. 15-43.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SOUSA, Silvia Maria de. A transmedialidade como estratégia discursiva. *CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada*, São Paulo, v. 14, 1:241-263, julho, 2016. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/casa>>. Acesso em 05/08/2016. <http://dx.doi.org/10.21709/casa.v14i1.8015>.

DREAMS IN CYBERCULTURE: TRANSMEDIAILITY IN FAVOUR OF SERIAL NARRATIVES

ABSTRACT

In 2003, Janet Murray already pointed the junction between TV and the Internet as the future of narratives in cyberculture. Today, what the autor called *hiperseriado* forma tis a reality with the development of narratives that unfold from the TV to the web. This work aims to observe, from *Malhação* show at Globo, and in the light of semiotics theory, how is this narrative expansion to another media.

KEYWORDS: semiotic practices; transmídia storytelling; Rede Globo.