

GEMINIS

GEMINIS

[DOSSIÊ - TELEVISÃO E CONVERGÊNCIAS]

GEMINIS

BLOG DE PERSONAGEM: O CASO DA MINISSÉRIE AFINAL, O QUE QUEREM AS MULHERES?

ISSAAF KARHAWI

Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e mestre pela mesma instituição (bolsista do CNPq).

Entre 2011 e 2013, desenvolveu a pesquisa Blog de personagem: discurso e dialogia na produção de sentidos entre internautas e personagem da minissérie “Afinal, o que querem as mulheres?”, sob orientação da profa. Dra. Maria Cristina Palma Mungioli.

Durante o período de pesquisa, foi integrante do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN-ECA-USP) e do Observatório ibero-americano da ficção televisiva (OBITEL).

E-mail: issaaf@gmail.com

RESUMO

Trata-se de uma discussão teórica acerca do uso de blogs de personagem na construção de narrativas televisivas transmidiáticas. O uso de blogs já faz parte das experimentações empreendidas pela TV Globo, desde 2006, para buscar diferentes possibilidades de interação com os telespectadores e apresentar a ficção televisiva em múltiplas plataformas. Este artigo resulta da pesquisa de mestrado da autora que buscou compreender como são produzidos sentidos entre os polos da produção e da recepção da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* (Globo, 2010). Para isso, analisou os discursos do blog de André Newmann, protagonista da trama.

Palavras-chave: minissérie brasileira, transmidiação, blog de personagem.

ABSTRACT

This is a theoretical discussion about the use of character *weblog* in the process of *transmedia storytelling* in television fiction. The *weblog* as a genre is part of experiments undertaken by Globo since 2006 with fictional products in order to insert them into a universe marked by transmedia. This article is the result of the author's master research that aimed to understand how was the process of meaning construction between production and reception of the miniseries *Afinal, o que querem as mulheres?* (Globo, 2010). With this purpose, it analyzed the discourses from André Newmann *weblog* - protagonist of the plot.

Keywords: Brazilian miniseries, transmedia, character *weblog*.

INTRODUÇÃO

O Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (OBITEL) vem apontando, desde 2010, que o ato de assistir ficção televisiva tem sido marcado fortemente pela presença da Internet e, especialmente, das redes sociais. É em resposta a essa nova conjectura nacional (e mundial) que a televisão brasileira tem desenvolvido estratégias – que chamaremos de estratégicas transmidiáticas (JENKINS, 2009) – a fim de acompanhar a mudança de hábito dos telespectadores.

Desde 2006, e mais fortemente em 2008, a TV Globo desenvolve projetos transmidiáticos preocupada não apenas com o conteúdo e design dos *sites* das ficções, mas com a narrativa construída fora da televisão. Para isso, a emissora tem investido em novos formatos de *sites*, aplicativos para celular, páginas em redes sociais e blogs de personagens. Essa última prática ainda é pouco definida – em (constante) processo de consolidação como gênero discursivo – mas está presente, hoje, na maioria dos *sites* de ficções da TV Globo, de telenovelas a séries. O presente artigo é resultado de nossa dissertação de mestrado que pretendia compreender como são construídos os discursos em um blog de personagem, ou mais especificamente, no blog do personagem André Newmann da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?*¹. O objetivo principal da pesquisa era entender como os telespectadores-internautas se colocam nesse espaço discursivo e como participam da narrativa transmidiática - e conseqüentemente televisiva - a partir do blog do protagonista da trama.

No presente artigo, no entanto, concentramos esforços em uma discussão teórica acerca do processo de transmidiação da ficção televisiva brasileira sob o ponto de vista dos blogs de personagem. Assim, ao longo do artigo, buscamos apontar as contribuições que esse elemento transmidiático oferece às narrativas ficcionais televisivas.

1 Minissérie exibida pela TV Globo entre 11/11 e 16/12/2010 (seis capítulos semanais). A ideia original da trama é do diretor Luiz Fernando Carvalho, escrita por João Paulo Cuenca com coautoria de Michel Melamed e Cecília Giannetti. A minissérie narra a história do psicanalista André Newmann (interpretado por Michel Melamed) que está finalizando sua tese de doutorado em psicologia na qual tenta responder à pergunta deixada por Freud: “o que querem as mulheres?”.

1 HIPERTELEVISÃO: INTERAÇÃO E COLABORAÇÃO

Scolari (2008) afirma que a televisão é o marco comunicacional mais importante do século XX. Não é preciso ir longe, no entanto, para perceber e afirmar que a televisão faz parte da vida diária dos brasileiros. O período áureo da TV foi classificado por Eco (1983 *apud* Scolari 2008) como período da *paleotelevisão*. Nos anos 1980, no entanto, a televisão aberta teve que dividir seu espaço com os canais pagos, período da *neotelevisão*. Uma década depois, a atenção da televisão seria dividida com os computadores e as redes digitais e a periodização proposta por Eco passa a ser quase antiquada. Assim, outros conceitos são necessários para tratar do novo. Scolari, seguindo a linha proposta por Eco, nomeia esse momento da evolução midiática como *hipertelevisão* (outros autores propõem o termo *postelevisão*). É um erro pensar, no entanto, que essas etapas da televisão são sucessões fixas. A paleotelevisão segue viva na neotelevisão e na hipertelevisão. No mesmo sentido, marcas da hipertelevisão poderiam ser encontradas muito antes na neotelevisão.

Para Scolari (2008), as características principais dessa nova fase da televisão, hipertelevisão, são: *a multiplicidade de programas narrativos*, em que as histórias se multiplicam e se cruzam e não há mais personagens secundários e sim um denso e complexo tecido narrativo (podemos pensar na trama das telenovelas brasileiras); *a fragmentação da tela*, como em uma adaptação da interface da web para a TV (canais de notícia são bons exemplos da “partição” da tela com o desenrolar de narrativas simultâneas); *o ritmo acelerado* com a sucessão rápida de planos, histórias e movimentos; *a intertextualidade desenfreada* exposta na citação, homenagem ou adaptação de textos; *a ruptura da sequencialidade*, com o uso de *flashbacks* e *flashforwards* e, por fim, *a extensão narrativa*, talvez característica essencial da hipertelevisão. As histórias televisivas passam a se transformar em um macro relato, em universos narrativos que já não cabem mais em si, não se esgotam ao final de uma temporada ou no final do capítulo, mas se estendem.

Cada uma das características da hipertelevisão pode ser analisada segundo perspectivas diferentes, a nós cabe atenção especial à última distinção colocada por Scolari, a da extensão da narrativa, para a qual nos apropriamos de Jenkins (2009) e seus conceitos de *transmedia storytelling*.

2 NARRATIVA TRANSMÍDIA: O CAMINHO DA FICÇÃO TELEVISIVA NA INTERNET

O conceito de transmídia é fundamental na compreensão do processo de consumo dos telespectadores de ficção nacional na atualidade. A partir da perspectiva

transmidiática, colocamo-nos diante da questão de De Certeau - “[...] o que é que o consumidor *fabrica* com essas imagens e durante essas horas?” (DE CERTEAU, 2007, p. 93) – a fim de desvelar os discursos ensejados pela minissérie não apenas assistida, mas lida no espaço virtual. De tal modo, o blog do personagem André Newmann, além de estratégia transmidiática do produtor serve também como espaço para essa *fabricação* que pontua De Certeau.

É nesse espaço virtual que concepções como a de telespectador passivo, que “[...] perde seus direitos de autor, para se tornar, ao que parece, um puro receptor, o espelho de um ator multiforme e narcísico. [...] imagem de aparelhos que não mais precisam dele para se produzir” (DE CERTEAU, 2007, p.94), parecem distantes e bastante obsoletas.

O que De Certeau chama de fabricação pode ser aqui transposto como produção de sentidos, fenômeno intrínseco à enunciação, como apresenta Hall:

[...] É sob a forma discursiva que a circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências. Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido – transformado de novo – em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. Se nenhum ‘sentido’ é apreendido, não pode haver ‘consumo’. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito (HALL, 2006, p. 366, grifos do autor).

De acordo com Orlandi (1990), o homem está “condenado a significar”. Assim, no que tange a produção de sentidos, a contemporaneidade fortalece o rompimento dessa noção de um telespectador passivo no processo de consumo. Isso não significa que apenas agora o telespectador produza sentidos a partir da assistência, mas que o ciberespaço possibilita que essa produção seja compartilhada exponencialmente.

A infindável produção de sentidos leva-nos a pensar o ser humano com base em sua condição dialógica (BAKHTIN, 2010) que se constitui por meio de enunciados concretos a partir dos quais ganham vida os discursos. Para Bakhtin, o enunciado é a unidade real da comunicação discursiva e, por isso, não é produzido no vazio, mas na existência social. Dessa forma, os discursos, apesar de individuais, são construídos entre o eu e o outro, e a partir de um contexto histórico-social específico. São as situações sociais que determinam os discursos, assim, o ambiente da blogosfera se configura enquanto espaço discursivo.

Ademais, o blog aqui proposto como objeto de análise por circunscrever-se no ciberespaço já implica um espaço de trocas. O ciberespaço se configura enquanto espaço simbólico (LÉVY, 2001), não representável, sem forma, mas com dimensões oceânicas; espaço que serve como locus para trocas, também, simbólicas, principalmente no que diz respeito às práticas sociais de agrupamento, possibilitando novos ambientes de so-

ciabilidade, enunciação e autoria.

Ao adentrarmos o ciberespaço podemos trabalhar com diversos objetos dentre comunidades virtuais, redes sociais, fóruns e, por fim, os blogs. As autoras Balogh e Munglioli consideram os blogs de ficções televisivas como paratextos e dizem: “Na atualidade, poderiam ser incluídos entre os paratextos *sites*, *blogs*, *redes sociais* e *plataformas* para difusão de criações/recriações elaboradas com base nas telenovelas e minisséries” (BALOGH; MUNGIOLI, 2009, p.324). Trata-se não de cópias do produto televisivo, mas de um texto independente e complementar ao original. Esse processo é o que Jenkins (2009) caracteriza como *transmídiação*: uma colaboração de diversas mídias com um sistema narrativo específico, o que desencadeia a produção de narrativas transmidiáticas. A transmídiação é facilitada pela mobilidade, portabilidade e interatividade das novas mídias que com essa ação propagativa potencializa a produção de sentidos.

Especificamente, a narrativa transmídia ou *transmedia storytelling* – desdobramento da transmídiação – é “uma história transmídia [que] desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor” (JENKINS, 2009, p.138). Uma obra já pode ser idealizada com a intenção de se espalhar por diversas mídias, tal qual ocorreu com a minissérie objeto desta pesquisa cujo blog de André Newmann mesmo antes da minissérie começar a ser exibida já estava ativo no ciberespaço.

Jenkins (2009) finaliza afirmando que cada meio faz o seu melhor. Assim, cada relato – seja em que meio for – é dono de um conteúdo autônomo o suficiente para ser consumido sem, necessariamente, estar atrelado de maneira dependente ao produto original. Trazendo este conceito para a minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?*, Jenkins analisaria o blog de André Newmann como parte de uma *transmedia storytelling* por apresentar um conteúdo que pode ser acompanhado tanto por telespectadores da minissérie quanto por internautas interessados nos textos publicados no blog.

Não lidamos na contemporaneidade com adaptações simples de uma mídia para outra, mas com um processo de interatividade infinito entre as mídias. As histórias contadas não são as mesmas, mas contribuem umas com as outras na “[...] construção de uma narrativa transmídia global [...] dispersão textual [que] é uma das fontes mais importantes da complexidade da cultura popular contemporânea” (SCOLARI, 2009, p.587).

Por isso mesmo, pensar a atualidade exige mais que uma ciência determinada e fechada em si, mas uma ciência da complexidade. Essa exigência se coloca tendo em vista a sociedade atual – e em rede – e suas marcas dicotômicas definidas por equilíbrio

e desequilíbrio, ordem e caos, hierarquias e processos descentralizados, dicotomias múltiplas em transformação quase contínua. Dennis aponta que enxergar o mundo sob o ponto de vista da complexidade é compreendê-lo não como um amontoado de sequências, relações lineares entre as coisas, mas “[...] sobretudo como uma rede pluralista de relações amparadas em comportamentos dinâmicos, criativos e complexos que combinam um conjunto simples de regras ainda não-determinadas” (DENNIS, 2007, p. 140)².

Talvez não estejamos falando em leis ou regras quando nos referimos, especificamente, aos blogs, mas, claramente, em comportamentos dinâmicos, criativos e complexos. Dinâmicos no sentido de um blog ter como pressuposto a informalidade, a naturalidade, a escrita pessoal e, em resposta, comentários e interlocuções igualmente dinâmicos. Comportamentos criativos, em nosso contexto em especial, se referem à relação essencial do blog de um personagem fictício com sua trama matriz, no caso, a telenovela, um produto de criação autoral. Por fim, quando Dennis refere-se a comportamentos complexos, além de pensarmos nas interações estabelecidas no ciberespaço, atentamo-nos à interação da audiência com um personagem fictício.

Dennis, com base nas teorias de Urry³, avança sobre as questões da complexidade afirmando que presenciamos um “*smooth world*; desterritorializado, descentralizado, sem um centro de poder e sem fronteiras de separação” (DENNIS, 2007, p.141). Mais adiante, o autor segue com as colocações de Urry que afirma que tudo, na era da complexidade, é movimento, fluxos de informação, de pessoas, de bens, de capital todos passíveis de análise sob a perspectiva das ciências complexas. Ainda, poderíamos acrescentar à lista de fluxos as narrativas, aceitando-as como parte desse *smooth world*. Para tal, recorreremos à teoria de Jenkins (2009) sobre a transmídiação, e mais especificamente a narrativa transmidiática.

Jenkins afirma que não vivemos apenas uma mudança tecnológica. Mais que isso, uma mudança cultural, industrial, mercadológica. Mudança de hábitos de consumo e de materiais de consumo. Vivemos na era da convergência midiática sintetizada por Jenkins (2009) logo na introdução de *Cultura da Convergência*:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p.29).

2 As citações de Dennis (2007) são de tradução da autora.

3 Urry, J. (2005) ‘The Complexities of the Global’, *Theory, Culture & Society* 22(5): 235-54.

Pensar no fluxo de conteúdos por diferentes mídias não caracteriza, por si só, a cultura da convergência. A migração por diferentes plataformas não é um fenômeno completamente novo visto que a televisão brasileira trabalha com esse tipo de migração desde seus primórdios, no entanto, o ciberespaço é capaz de potencializar e acelerar esses processos antes restritos às mídias tradicionais. A minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?*, por exemplo, caminhou para o DVD, para o CD de trilha sonora, para os livros com os roteiros. Se tivesse sido adaptada para o cinema, teríamos a inserção de outra mídia, ou se ao invés da publicação dos roteiros na íntegra a edição impressa da minissérie fosse um livro apenas baseado na trama televisiva, novamente, estaríamos inscritos em outra mídia, em outro tipo de migração. Todas essas adaptações não são de exclusividade, ou inauguradas por *Afinal, o que querem as mulheres?*, mas têm acompanhado a televisão brasileira há décadas.

Motter (2004) pontua exemplos de usos que a telenovela fez, durante a sua história, de diferentes mídias. Haja vista as adaptações das histórias folhetinescas para as radionovelas; as doações, quando personagens da teledramaturgia serviam à publicidade; os empréstimos, quando personagens reapareciam em outra novela; as adaptações de obras literárias para a televisão; ou, ainda, o diálogo da teledramaturgia com o cinema.

Ao analisar a história da ficção nacional sob essa perspectiva é possível perceber a complexidade dos fluxos de conteúdos, e a fluidez do caminhar dessas narrativas por diferentes meios e caminhos. O que ocorre na atualidade é uma potencialização dos processos, antes restritos às mídias tradicionais, pela Internet. E mais que isso, hoje não lidamos com meras adaptações, traduções de um sistema de signos para outro, mas com a expansão de um relato. É como se as narrativas transmidiáticas fossem um processo centrífugo, explica Scolari, “[...] a partir de um texto inicial se produz uma espécie de *big bang* narrativo de onde vão se gerando novos textos até chegar aos conteúdos produzidos pelos usuários” (SCOLARI, 2011, p.130).

Enquanto alguns acreditavam que a convergência chegaria para aniquilar velhos meios ou que um único aparelho fosse capaz de convergir todos os aparatos dos quais dependemos, Jenkins defende que a cultura da convergência é muito mais do que isso: “Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2009, p.33).

Não apenas a relação que estabelecemos com as novas e antigas mídias mudou com o advento das tecnologias de comunicação e da Internet, mas as noções de tempo e espaço. Vivenciamos novas capacidades de movimento e de deslocamento. Nesse

sentido, as noções de mobilidade são eixo para pensar o caráter fluido da narrativa e o acompanhamento dessa narrativa, que, em outros momentos, não seria possível. Para Lemos,

a mobilidade, em sua dimensão física (transporte de pessoas, objetos, commodities) e informacional (sistemas de comunicação), cria uma dinâmica tensa entre o espaço privado (a fixação) e o público (a passagem, a efemeridade), entre o próximo e o distante, entre curiosidade e apatia (SIMMEL, 1988). É nesse movimento que se produz a política, a cultura, a sociabilidade, a subjetividade (LEMOS, 2009, p.28).

O trecho exposto reitera aquilo que Dennis (2007) lista como as dicotomias de nosso tempo complexo: o público e o privado, o próximo e o distante, a curiosidade e a apatia que resultam em relações complexas e compõem isso que nomeamos de *smooth world*. A particularidade dessas antíteses sustenta o fluxo da narrativa transmidiática que não depende somente do polo de emissão de mensagens, mas do processo posterior. Assim, os usuários, e não apenas a produção, são essenciais no processo de transmidiação. É para os usuários que as ações de transmidiação são idealizadas e, mais do que isso, são os usuários que sustentam a vitalidade da narrativa. O sucesso da *transmedia storytelling* está baseado na capacidade dessa narrativa de se desdobrar, se espalhar. Esse transbordamento pode ser facilitado pela socialização da narrativa feita pelos próprios usuários.

As reconfigurações de tempo também estão na gênese dos produtos transmidiáticos de ficções televisivas. O tempo da ficção televisiva no Brasil é marcado como um espaço de socialização entre os pares mais próximos, como a família, representando um momento de encontro no dia. Com o espraiamento da narrativa televisiva pelo ciberespaço o tempo se relativiza. Não há apenas um único horário dedicado à assistência da telenovela, mas múltiplos horários, determinados pelo próprio usuário. É o que a rede NBC chamou de *entretenimento 360º* e a ABC, de *TV expandida*⁴; a mudança da televisão com hora marcada para a televisão do envolvimento, aquela que o espectador pode acompanhar pelos caminhos que percorrer.

Sobre essa constatação, na linha do que defende Dennis, temos que “a mudança tecnológica está alterando fundamentalmente como uma pessoa se localiza no tempo, espaço e meio ambiente. [...] Os avanços na computação tiraram as relações sociais de um lugar fixo” (DENNIS, 2007, p.146). E essas relações distantes de um local fixo são as relações dadas, em nosso caso, no blog de André Newmann entre três interlocutores: o telespectador-internauta, a narrativa transmidiática da minissérie e o personagem André.

4 C.f. p.169. JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009.

3 A EMPREITADA VIRTUAL DA TV GLOBO

Como resposta a um processo que já havia tomado forma em países como os EUA, no Brasil, a TV Globo passou a oferecer aos seus espectadores novos tipos de narrativas que tivessem a transmídiação como eixo. O primeiro projeto da TV Globo nesse sentido foi colocado em prática em 2008 com a *soap opera Malhação* e se chamou, na época, “projeto de Internet”. A ideia era reunir em uma única página diferentes formatos audiovisuais. A boa acolhida ao projeto-piloto resultou na criação de um setor, dentro da Central Globo de Comunicações que se dedicasse exclusivamente aos projetos transmídia do canal⁵.

Ao se pensar em produzir extensões transmidiáticas para determinada ficção televisiva, é essencial preservar a narrativa principal, ou seja, mesmo que haja várias plataformas contando diferentes partes de uma mesma história, o sentido não deve se perder. Isso quer dizer que, apesar de sua extensão, a narrativa matriz deve ser preservada. Jenkins afirma: “cada vez que deslocam um espectador, digamos, da televisão para a Internet, há o risco de ele não voltar mais” (JENKINS, 2009, p.47). Que grande risco correr: perder a audiência televisiva? Angariar fãs no espaço virtual? Jesse Alexander, produtor executivo da franquia da série norte-americana *Heroes*, diria que “temos que atender a audiência da TV primeiro e nos certificar de que eles estão entendendo o que se passa, de que podem sintonizar o programa e entendê-lo. Mas queremos agregar valor aos fãs mais dedicados, que desejam se aprofundar no seriado” (JENKINS, 2009, p.170).

A possibilidade de agregar valor aos seus produtos televisivos levou a TV Globo a pensar em diversas estratégias diferentes para cada um de seus formatos de ficção. Em 2008, o primeiro projeto transmídia era pensado, mas já em 2006 a emissora “[...] destaca[va]-se pelo uso da Internet disponibilizando conteúdos de suas obras de ficção em seu portal na web. Cada produto televisivo possui[a] uma página própria na Internet” (MÉDOLA; REDONDO, 2009, p.155).

Historicamente, o panorama virtual do canal não sofreu grandes alterações. Em acompanhamento anual feito pelo OBITEL (Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva), em 2009, “a TV Globo foi a principal emissora a criar produtos ficcionais envolvendo a transmídiação” (LOPES et al., 2010, p.169) e todas as ficções da emissora possuíam sua própria página oficial na Internet.

Passou-se a observar certa padronização nos *sites* das ficções com o uso de

⁵ Dados obtidos em palestra de Alex Medeiros, gerente de desenvolvimento de formatos da Central Globo de Produções, no III Encontro OBITEL nacional de pesquisadores de ficção televisiva no Brasil realizado em São Paulo em novembro de 2011.

um menu básico de opções para navegação que inclui, entre outros links; acesso para episódios, perfil dos personagens, créditos, galeria de fotos e notícias da trama. Com o passar dos anos e o aprimoramento da prática do pensamento transmídia, alguns padrões foram sendo criados: as páginas das telenovelas são mais complexas e apresentam jogos, vídeos exclusivos para a Internet, enquetes, bolões, seções como a *Fique por dentro*⁶ etc.

O conteúdo oferecido ao espectador na Internet, no entanto, não interfere diretamente na trama exibida na televisão. A assistência de vídeos exclusivos ou a leitura das dicas de moda das personagens não comprometem a experiência narrativa televisiva, “[...] o ponto essencial é que um envolvimento mais profundo continua sendo opcional – algo que os leitores decidem fazer ou não –, e não o único modo de extrair prazer das franquias midiáticas” (JENKINS, 2009, p. 186). O conteúdo oferecido pela TV ainda é o mais essencial nesse processo, o desenrolar das narrativas é resultado do interesse dos telespectadores e não definem as tramas televisivas.

3.1 O SITE DE AFINAL, O QUE QUEREM AS MULHERES?

Desde 2006, de acordo com Médola e Redondo (2009), a TV Globo disponibiliza um site para cada uma de suas ficções em seu portal. As páginas das telenovelas costumam seguir um padrão proposto pela telenovela anterior, enquanto os *sites* das séries e minisséries, geralmente, são mais diversificados em questões de estrutura e mesmo de oferta de links. Diferente de outras emissoras estudadas pelos autores,

a Rede Globo destaca-se na confecção desses *sites*. Todas as suas narrativas ficcionais veiculadas na TV têm uma página própria e com conteúdo específico, não apenas para diferenciar um produto do outro, mas principalmente para atender às demandas da segmentação dos diferentes públicos (MÉDOLA; REDONDO, 2009, p.160).

Frente a essa colocação, a passagem de Scolari, abaixo, apoia esse processo na aceitação de que “[...] se cada texto gera seu leitor [...], por extensão, cada interface constrói seu usuário” (SCOLARI, 2008, p.225). Isto posto, a apresentação do site de *Afinal, o que querem as mulheres?*⁷ permite pensar como se dão os processos de interação nesse espaço.

Não apenas as ficções dirigidas por Luiz Fernando Carvalho possuem elementos inovadores, mas também os *sites* dessas produções. Há por parte do diretor

6 Dicas de moda das personagens da trama, download de papel de parede, trilha sonora etc.

7 Disponível em <http://especial.afinaloquequeremasmulheres.globo.com/>

uma atenção especial ao prolongamento das narrativas na Internet. Um bom exemplo é o da minissérie *Capitu* (2008)⁸ para a qual a TV Globo, em parceria com a agência LiveAD, idealizou o projeto “Mil Casmurros”⁹. Em 2009, o projeto foi premiado com o Leão Relações Públicas, na categoria Novas Mídias, no Festival Internacional de Publicidade de Cannes.

A criação do blog de André Newmann também sinaliza a preocupação de Luiz Fernando Carvalho e da emissora em cortejar esse novo telespectador-internauta e lhe oferecer novas possibilidades de interação com a trama, além de um mero site com informações técnicas. Assim como os outros *sites* das ficções da TV Globo, a página oficial de *Afinal, o que querem as mulheres?* é hospedada pelo portal da Rede Globo.

Na página principal, o layout apresenta as ilustrações da abertura da minissérie (do artista Olaf Hajek), além de outras imagens e símbolos que, novamente, remetem ao feminino. Assim como na abertura da minissérie, no site as ilustrações não são estáticas: os ramos das flores se iluminam e emitem sons semelhantes a correntes elétricas como se fossem terminações nervosas – ou, mais especificamente, sinapses – do próprio Freud; as pernas femininas se balançam; a borboleta no canto esquerdo bate as asas e a pedra preciosa, na parte superior, parece sangrar (Figura 1). Essa reunião de movimentos e imagens ainda é acompanhada por um ruído de várias vozes, como em um burburinho que pode ser silenciado quando o internauta clica na imagem de toca-discos e dá início à execução da música “Nome à pessoa”, tema da trama. Também é interessante a possibilidade do internauta de “arrastar” o site, como se as ilustrações não tivessem fim.

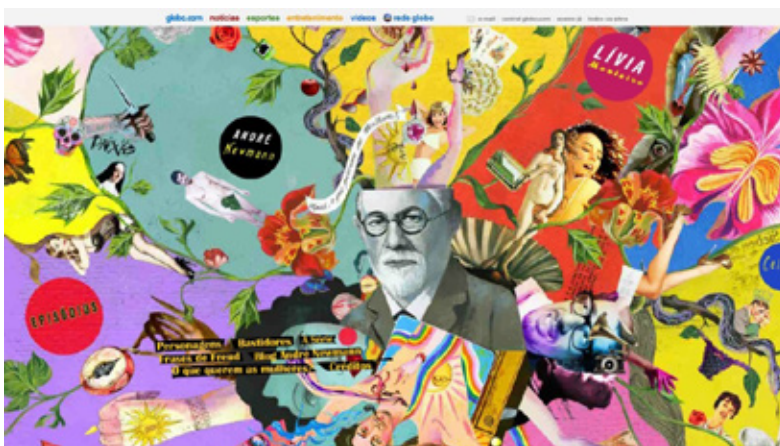


Figura 1. Página inicial do site da minissérie

8 O site da minissérie *Capitu* ainda está no ar (<http://capitu.globo.com/Capitu/0,16142,00.html>), mas não é mais possível acessar a página do projeto “Mil Casmurros”.

9 Leitura coletiva de Machado de Assis; o livro *Dom Casmurro* foi dividido em mil trechos e os internautas podiam selecionar um deles para fazer uma gravação de sua leitura e disponibilizar no site. A intenção era que ao final do projeto o livro completo estivesse disponível em vídeo e áudio na página.

Em questões de interatividade, Lopes et al (2009) definem três diferentes formas interativas possíveis:

- 1) interatividade passiva: quando o usuário consome o conteúdo sem apresentar um feedback. Ele clica nos links, navega pelas páginas de forma silenciosa, sem fazer notar sua presença;
- 2) interatividade ativa: o usuário dá uma resposta a um estímulo, dado apenas dentro das próprias condições oferecidas pelo emissor. [...];
- 3) interatividade criativa: o receptor, no caso, o usuário/internauta, passa a emitir conteúdo, criando algo novo a partir daquilo que lhe foi dado. Estimulado pelo produtor de conteúdo a emitir uma resposta, o internauta produz, transpondo a condição de receptor e alcançando a de emissor (LOPES et al, 2009, p. 415).

No site de *Afinal, o que querem as mulheres?* – assim como nos de outras ficções da TV Globo – há predomínio da interatividade passiva, ou seja, quando a única ação possível para o internauta é navegar pelos links. Ao acessar as páginas *Bastidores* ou *A série*, por exemplo, o internauta pode ler notícias sobre a minissérie ou ver fotos da gravação. Não há possibilidade de comentar algo ou participar de alguma ação mais efetivamente.

A seção *O que querem as mulheres?* que abriga duas enquetes, por sua vez, poderia ser classificada como um espaço de interatividade ativa. Nessa página, o internauta responde, mesmo que restritamente, ao estímulo da enquete assinalando alternativas propostas. Já o nível mais pleno de interatividade na rede representado pela interatividade criativa pode ser encontrado nos blogs de personagens que, como o de André Newmann, disponibilizam espaço para comentários. Assim, os internautas não navegam de forma silenciosa, mas são convidados a participar da construção de narrativas virtuais.

4 BLOG: DELINEANDO UM OBJETO EM MUTAÇÃO

Afinal, o que é um blog? Há muitos autores, estudiosos da Cibercultura, que se detêm a compreender as mudanças que os blogs implicam na experiência virtual dos internautas. Igarza (2008) acredita que a ação de “blogar”, ou o que o autor chama de *blog-ging*, sugere novas maneiras de os internautas lidarem com a rede. Nas palavras do autor,

[...] o *blog-ging* é um fenômeno de época. Nesta era digital - que se evidencia pela interatividade dos objetos, materiais e virtualidades - se ajusta a perspectiva de uma crescente quantidade de usuários que parecem preferir [...] expressar os seus pontos de vista, criar seu

próprio conteúdo e compartilhá-lo na rede, em vez de manter um perfil tradicional de leitores passivos (IGARZA, 2008, p.211).

O autor defende a aceitação dos blogs como uma resposta ao nosso tempo. Quase como em um pensamento geracional, a Internet começa a vivenciar um período em que o verbo *participar* é imperativo. Passado o momento de “desconfiança” frente aos adventos da Internet, os novos internautas valorizam e fazem uso constante de ferramentas da web que facilitem a participação ativa. Ainda de acordo com esse autor,

o passado da Internet, com a explosão da bolha e as decepções que se seguiram, condenaram a rede a certos usos limitados. As estratégias apontavam que os usuários rejeitavam a dimensão participativa que potencializava a interatividade. Os blogs sugerem que a fase da era digital em que nos encontramos é compatível à evolução das novas gerações de internautas que, conscientes da contribuição da interatividade, esclarecem dúvidas acerca das formas mais eficientes de adotar a participação na rede (IGARZA, 2008, p.211).

Esses internautas “conscientes da contribuição da interatividade” foram parte responsável pelo surgimento e amadurecimento de novas e diversificadas práticas na web. Os blogs, apesar de estrear na rede em 1997, fazem parte desse caráter geracional e mutável da era digital.

Os blogs, inicialmente, eram listas ou filtros da Internet; os usuários apenas reuniam em seus *weblogs* o endereço de páginas que visitavam. Jorn Barger foi o primeiro a pensar no termo ao construir um site que reunia links e comentários sobre suas navegações na rede em 1997 (TRASEL, 2009). Essa atividade foi descrita por Barger como “*logging the web*”, que poderia ser entendida como “arquivar a Internet”, ou ainda,

a partícula ‘log’ remete aos diários de navegação, em que os capitães informam as latitudes e longitudes [...]. O objetivo principal dos autores pioneiros era guardar um arquivo de referências interessantes numa época em que as ferramentas de busca ainda eram muito pouco desenvolvidas (TRASEL, 2009, p.94).

A atividade de “*logging the web*” realizada pelos internautas no final da década de 1990 nada mais era que uma catalogação, um diário de bordo, do que havia naquele mar de *sites* desconectados entre si.

Até então, os blogs – assim como os *websites* - eram de exclusividade daqueles que conheciam a linguagem *hypertext markup language* (HTML). A utilização ainda limitada da linguagem restringia estruturalmente a construção dos *sites* que em nada se diferenciavam dos *weblogs* da época. “Talvez por conta dessa semelhança”, apontam

Amaral, Recuero e Montardo, “[...] autores como David Winer considerem como o primeiro *weblog* o primeiro site da web, mantido por Tim BernersLee. O site tinha como função apontar todos os novos *sites* que eram colocados no ar” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.28).

Em 1999, a *Pyra Labs* lança o *Blogger*, uma das primeiras ferramentas para criação e publicação de blogs. A vantagem dessa ferramenta foi

[...] permitir a veiculação de conteúdo por meio da automação do processo de edição em linguagem HTML e transferência dos arquivos para servidores da web. Isso significou maior simplicidade e rapidez na publicação e eventual edição do conteúdo do blog (TRASEL, 2009, p.100).

É a partir da quebra da barreira técnica antes imposta pelo conhecimento do HTML que os blogs se popularizam entre os usuários da rede. O *Blogger* ofereceu ao internauta não apenas facilidade para a criação de um blog, mas para sua manutenção e atualização. A difusão da ferramenta deu origem a diferentes práticas, entre elas a do blog como diário virtual (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009 e LEMOS, 2002).

Na definição de Lemos, os blogs – também chamados pelo autor de ciberdiários ou webdiários - “[...] são práticas contemporâneas de escrita on-line, onde usuários comuns escrevem sobre suas vidas privadas, sobre suas áreas de interesse pessoais ou sobre outros aspectos da cultura contemporânea” (LEMOS, 2002, p.3).

Quinze anos após a criação dos blogs, o desenvolvimento das ferramentas para publicação tem facilitado a criação de páginas com diferentes formatos o que, por consequência, permite diferentes usos dos blogs. Hoje, autores como Primo (2008), Trasel (2009), Amaral, Recuero e Montardo (2009) questionam a restrita definição que se dá aos blogs. Nas palavras de um dos autores:

[...] o uso da interface de blogs para a escrita íntima e sigilosa é apenas um entre tantos processos interativos possíveis na blogosfera. Logo, definir-se blogs como diário íntimo online ou mesmo como página pessoal (o que excluiria as produções grupais e organizacionais) é capciosa e reducionista (PRIMO, 2008, p.122)

No Brasil, por anos a ideia de blog estava atrelada aos diários virtuais de adolescentes, escritos em tom confessional com textos tidos como frívolos. As utilizações de um blog, no entanto, estão além de somente como diário virtual. Apenas quando grandes portais, em especial os jornais on-line, começaram a criar blogs para seus jornalistas é que a interface conseguiu ocupar um local de prestígio na Internet (TRASEL, 2009, p.96).

A aceitação dos blogs como uma ferramenta da web disponível para múltiplos usos caracteriza o que Trasel (2009) chama de a “era de ouro dos blogs”. Como resultado da aceitação, instaura-se uma crise na definição dos blogs: se blogs não são (apenas) diários online, o que são eles? Um diário on-line continua sendo um blog? Como identificar um blog?

Para amenizar a fragilidade do blog como objeto de estudo científico – por conta da imprecisão na definição do objeto – os teóricos que versam sobre o assunto dividem-se em três correntes classificatórias. O primeiro grupo de autores identifica os blogs *estruturalmente*. Para esses teóricos a questão “como identificar um blog?” teria como resposta uma identificação feita pela estrutura do website. O layout de um blog é fixo, os textos são datados e organizados em ordem cronológica reversa (ou ordem cronológica decrescente), com o mais atual no topo da página e as atualizações, se não diárias, frequentes. Por anos, o espaço para comentários dos leitores foi também característica exclusiva dos blogs (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2009; LEMOS, 2002; PRIMO, 2008; TRASEL, 2009). Portanto, para os autores “estruturalistas” dos estudos de blogs, identificar os aspectos visuais de um site é o suficiente para categorizá-lo como um blog.

O segundo grupo de teóricos defende o conceito *funcional* dos blogs. Sob essa perspectiva, os blogs são vistos “[...] a partir de sua função primária como meio de comunicação [...]. [O grupo de autores] considera *weblogs* uma mídia, [...] pelo seu caráter social, expresso através do seu caráter conversacional” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.30). Nesse grupo, as questões de gênero estão fortemente presentes nas discussões. Mas, por ora, o espaço para comentários dos internautas seria aquilo que encaixaria um site na categoria de blogs.

Por último, outro grupo de autores trabalha com o conceito de blog como *artefato cultural*, definindo-o como um depósito capaz de criar repertórios de significados compartilhados, ou seja, como um “repositório das marcações culturais de determinados grupos e populações no ciberespaço, nos quais é possível, também, recuperar seus traçados culturais” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.32).

As definições de blog segundo sua estrutura ou seu funcionamento complementam-se na medida em que versam sobre o blog como ferramenta. Para Amaral, Recuero e Montardo, “a percepção do blog como ferramenta é, no entanto, propositalmente genérica, pois objetiva abranger todos os usos que alguém pode fazer do sistema, que são classificados como gêneros por diversos autores” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.31).

Marcuschi (2005) é um dos autores que trabalha com a noção do blog como um

gênero digital. Essa afirmação é resultante da aceitação do blog como dono de sua própria história, estrutura e função específica. Marcuschi se ampara nas teorias que conceituam os gêneros como fenômenos sociais e históricos, como formas sociais de organização e expressão da vida cultural. Mesmo sob o ponto de vista bakhtiniano, os blogs poderiam ser pensados de acordo com os gêneros discursivos uma vez que apresentam “[...] *tipos relativamente estáveis de enunciados*” (BAKHTIN, 2010, p.262), do ponto de vista estilístico e composicional, além de estarem situados histórica e socialmente.

Ainda, se tomarmos Bakhtin como ponto de referência para a afirmação de Marcuschi, os blogs são campos de utilização da língua, esferas da atividade humana que organizam de forma distinta seus enunciados, e, por consequência, exigem a utilização de um gênero, conhecido ou não dos falantes.

A nossa perspectiva de análise frente aos blogs de personagens será estrutural. Isso porque as páginas desenvolvidas para os personagens de ficção televisiva são, a partir de sua estrutura, inegavelmente blogs: os textos são organizados de maneira cronológica reversa, com o mais atual no topo da página; há espaço para comentários; o layout é simples e fixo etc. Por isso nos amparamos na definição estrutural: reconhecemos o formato, mas o uso feito dele é completamente novo. É esse ponto de vista que defendem Amaral, Recuero e Montardo ao enfatizar que o “conceito estrutural, [...], permite apreenderse o blog enquanto formato, abrindo-se para múltiplos usos e apropriações” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.33). São essas apropriações e usos que nos interessam e configuram o novo fazer televisivo no Brasil, um fazer televisivo que não está mais estritamente relacionado à televisão.

As perspectivas estrutural, funcional e de artefato cultural dedicam-se aos estudos de blogs por caminhos diferentes. O viés que norteia nossa pesquisa – conceito estrutural – se faz coerente na medida em que possibilita enxergar os blogs de personagens livremente de acordo com o uso que se faz da ferramenta. Portanto, autores que buscam conceituações mais específicas sobre as categorias, gêneros e formatos dos blogs são necessários. Para versar sobre, Primo nos aponta que os conceitos sobre gêneros dos blogs não contemplam “[...] a heterogeneidade das práticas na blogosfera” (PRIMO, 2010, p.130). Não cabe mais classificar os blogs apenas como diários pessoais na Internet, com uma escrita autobiográfica remetida ao público jovem. Hoje, o gênero dos blogs é variado abarcando diversos estilos de escrita e de objetivos de publicação o que, não aleatoriamente, conversa com a teoria de Bakhtin sobre os gêneros do discurso: dada à atividade intensa e recente do homem no ciberespaço, múltiplos tipos de blogs são observados.

É preciso que fique claro que blogs são meios de comunicação. [...] Logo, definições que caracterizem blogs, por exemplo, por produção

individual, de tom confessional, por uma determinada faixa etária, não passam de postulados generalistas. São, portanto, visões essencialistas que, no fundo, servem apenas a intenções normativas (que visam impor como blogs deveriam ser) ou a críticas fáceis (como blogs nunca têm credibilidade). (PRIMO, 2010, p.135).

Para evitar esse equívoco classificatório, Primo (2010) apresenta dezesseis diferentes tipologias para os blogs. Quatro são as principais: blog profissional, pessoal, grupal e organizacional. Cada um desses tipos de blogs são, ainda, classificados de acordo com os gêneros: autorreflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo.

A partir dessa classificação, a noção de blog como um diário pessoal revela suas limitações. Os que viam os blogs apenas como produção individual passam a aceitar sua estrutura dinâmica que permite a construção do espaço por um grupo de pessoas ou uma empresa. Ainda, a atualização do conteúdo não é restrita à intimidade, mas os blogs podem tratar de temas diversos desde confessionais até institucionais.

Nos termos de Primo, os dezesseis gêneros de blogs listados em sua pesquisa foram identificados a partir das condições de produção, impacto de condicionamento profissional e estilo dos textos. O primeiro deles é o blog *profissional*, que segundo o autor, “[...] é escrito por uma pessoa com especialização em determinada área, na qual atua profissionalmente, cujos *posts* enfocam justamente essa atividade” (PRIMO, 2010, p.131). Nesses casos, o blog é a voz de um especialista. Os blogs profissionais se dividem em outros quatro gêneros: profissional autorreflexivo, profissional informativo interno, profissional informativo e profissional reflexivo.

Há também o blog *grupal*, aquele produzido por duas ou mais pessoas com interesses comuns. As atualizações, os textos publicados, são geralmente individuais e creditadas a um autor específico do grupo visto que, apesar do tema comum, as opiniões dos blogueiros¹⁰ não são sempre consensuais. O mais importante, de acordo com Primo, em um blog grupal “[...] é o convívio dos participantes e a troca de informações” (PRIMO, 2010, p.138). Assim como os blogs profissionais, os grupais dividem-se igualmente nos outros quatro gêneros citados.

Os blogs *organizacionais*, por sua vez, apesar de grupais são identificados pelas restrições de publicações e interações. Enquanto nos blogs grupais há espaço para a opinião dos autores, nos organizacionais tudo o que é exposto deve ser entendido como a voz da empresa e não a de sujeitos particulares. Assim como os anteriores, os blogs organizacionais também se subdividem nos quatro gêneros autorreflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo.

10 Tradução para o termo blogger que se refere ao autor/criador de weblogs.

O gênero de blogs pessoais, proposto por Primo, é o que mais nos interessa na presente pesquisa visto ser aquele que, por ora, caracteriza os blogs de personagens de ficção televisiva. Nas palavras do autor,

[...] blogs pessoais serão aqui compreendidos como um, e apenas um, dos possíveis tipos de blogs. [...] As principais motivações que movem o blogueiro são o prazer de expressar-se e interagir com os outros. De toda forma, não se pode aceitar a proposta de que estes blogs se caracterizam necessariamente pela espontaneidade e sinceridade. [...] Um blog pessoal pode ser assinado pela identidade fictícia de um blogueiro (o chamado fake), constar de histórias ficcionais, rumores, piadas ou até mesmo funcionar como um repositório de informações encontradas em outros *sites* (PRIMO, 2010, p.135).

Assim como os outros gêneros, os blogs pessoais também são classificados em autorreflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo. Um blog *pessoal autorreflexivo* é aquele “[...] voltado para a manifestação de opiniões e reflexões pessoais sobre si, sobre os outros e sobre sua vida cotidiana” (PRIMO, 2010, p.136). Possivelmente, de acordo com Primo, esse gênero é o mais comum na blogosfera.

Por sua vez, o gênero do blog *pessoal informativo interno* é aquele em que os *posts* “[...] dedicam-se principalmente ao simples relato das atividades do blogueiro (projetos pessoais, passeios, eventos sociais etc.)” (PRIMO, 2010, p.137). Nesse gênero, o autor do blog não escreve sobre seus anseios, opiniões ou críticas como no autorreflexivo, mas narra aquilo que viu ou fez, como nos blogs de viagens, ou de brasileiros que residem no exterior.

Blogs *pessoais informativos* são aqueles em que o autor do blog cria um espaço de armazenamento, como uma coleção de imagens, textos e vídeos. Primo afirma que esse estilo de blog “[...] pode servir como repositório de informações para uso futuro ou simplesmente para compartilhar os interesses atuais do autor” (PRIMO, 2010, p.137). Atualmente, a ferramenta *Tumblr*¹¹ tem sido usada com essa função: reunir (e compartilhar) conteúdos que o autor do blog encontra por suas navegações na rede.

Por fim, o gênero *pessoal reflexivo* caracteriza blogs temáticos, nos quais o autor opina sobre notícias da mídia ou analisa criticamente produtos culturais. Nesse gênero, a reflexão do autor não está voltada para si, como no pessoal autorreflexivo, mas para fora.

Os gêneros propostos por Primo, por um lado evidenciam uma dificuldade – tanto para os internautas quanto para os pesquisadores – em categorizar os blogs

11 O Tumblr, assim como o Blogger, é uma ferramenta virtual que possibilita a criação e atualização de blogs na Internet. O Tumblr foi criado em 2007 por David Karp e hoje já soma mais de 60 milhões de usuários.

por conta das apropriações feitas da ferramenta. Por outro, enfatizam a mutação dos blogs, que idealizados como diários de navegação, hoje, são apropriados de múltiplas formas. É aquilo que Amaral, Recuero e Montardo defendem ao explicar que “[...] o blog é uma personalização de seu autor que é expressa a partir de suas escolhas de publicação” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.33), não há regras para a apropriação desse espaço, há sim a disponibilização de uma ferramenta democrática e acessível. Exatamente aquilo que Tim Berners-Lee vislumbrava ao idealizar os princípios igualitários da Internet: “qualquer pessoa poderia compartilhar informações com qualquer um, em qualquer lugar” (BERNERS-LEE, 2010).

5 BLOGS DE PERSONAGENS

Os estudos de blogs, hoje, mesmo 15 anos após sua inserção na web ainda se concentram em discussões de definições e categorias. Enquanto a discussão primária caminha cada vez mais para a generalização como aponta Trasel (2009) para quem devemos “[...] iniciar um debate que leve a um conceito o mais atemporal e independente da tecnologia possível” (TRASEL, 2009, p.93), uma nova questão se coloca desde 2006: e os blogs de personagens, o que são? Como categorizá-los?

A inserção dos blogs de personagens nos projetos das ficções televisivas nacionais gera uma nova discussão no que diz respeito aos formatos e, sobretudo, gêneros dos blogs. Essa questão será levantada em nosso trabalho, como um índice daquilo que acontece nos últimos anos na televisão brasileira e, ainda, daquilo que os estudos de Comunicação precisam acompanhar e compreender.

Os blogs de personagens, especificamente na TV Globo, começam a fazer parte de uma estratégia transmidiática da emissora em 2006 com o blog das protagonistas, Piti e Belinha, da série *Sob Nova Direção*. O espaço, intitulado *Blog das Meninas*, funciona como “[...] um diário onde são expandidas as histórias dos episódios e criadas novas situações” (MÉDOLA; REDONDO, 2009, p.159). Os blogs ocupam a função de espaço para conversa entre o personagem e o telespectador. A essência do que o blog representa na web “[...] consiste em suportes para a comunicação mediada por computador, ou seja, permite a socialização online de acordo com os mais variados interesses” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.35-36). É nesse sentido que os blogs de personagens se colocam como novas interrogações dentro da problemática dos estudos de blogs ou mais especificamente da transmediação da ficção televisiva: quais os interesses e como funcionam os blogs de personagens? Como o personagem lida com essa conversa? E como o telespectador, por sua vez, responde?

Em 2009, tem-se o registro do uso de blog também em uma telenovela, *Caminho das Índias*¹², em que o blog do personagem Indra foi “[...] um bom exemplo de criatividade que, para além da relação entre as duas mídias, permite também o trânsito entre a ficção e o cotidiano do telespectador-usuário” (LOPES et al. 2009, p.415).

No mesmo ano, de acordo com Lopes et al. (2009), outras ficções como *Ger@l.com*, *Malhação*, *Três Irmãs* e *Aline* também lançaram mão dos blogs. O destaque do ano coube ao blog *Sonhos de Luciana*, da personagem homônima da telenovela *Viver a Vida*¹³. O blog foi a primeira experiência da TV Globo com espaço aberto para comentários¹⁴. Na trama, Luciana, após um grave acidente, fica paraplégica e passa a viver em uma cadeira de rodas. O blog servia como um espaço para relatos do seu dia a dia, confidências em relação aos capítulos da telenovela e mesmo para disponibilizar entrevistas com os médicos da trama. Durante as cenas da telenovela, Luciana aparecia escrevendo para o seu blog ou ainda produzindo conteúdo para o mesmo.

No total foram 85 *posts* no blog *Sonhos de Luciana* que chegavam a ter até 500 comentários cada um. De acordo com Alex Medeiros, gerente de desenvolvimento de formatos da Central Globo de Produção, havia moderação dos comentários no blog para evitar que palavras de baixo calão e mesmo comentários ideologicamente divergentes dos da TV Globo fossem publicados.

A construção de um blog de personagem e mesmo de um site de telenovela exige coerência: não deve haver conflito ou contraste entre aquilo que está no mundo virtual e o que está no ficcional. Todos os produtos direcionados para a web devem estar subordinados ao autor da telenovela. Além disso, não são todos os personagens que podem manter um blog: a ideia central é o desenrolar da narrativa, o aprofundamento e mesmo o transbordamento das histórias. Portanto, o personagem deve ter algo novo para contar ou assuntos para aprofundar. Caso contrário, o blog seria uma versão escrita dos capítulos da telenovela e em nada acrescentariam à trama, deixando de lado sua função de componente de uma narrativa transmídia.

Obviamente, não é toda a parcela da audiência que chega até os blogs, até essa extensão da narrativa televisiva. Poderíamos levantar as problemáticas da faixa etária, da falta de acesso à Internet e mesmo da falta de interesse. Assim, sabendo que “nem todo mundo está globalizado: as redes conectam e desconectam ao mesmo tempo” (CASTELLS, 2008, p.81)¹⁵. Talvez a grande vantagem da *transmedia storytelling* nesse

12 *Caminho das Índias* foi exibida de 19/01 a 11/09 de 2009 às 21h. Telenovela escrita por Gloria Perez e dirigida por Marcos Schechtman e Marcelo Travesso.

13 *Viver a Vida* foi ao ar entre 14/09/2009 e 14/05/2010, às 21h. Telenovela escrita por Manoel Carlos e dirigida por Jayme Monjardim e Fabrício Mamberti.

14 Dados obtidos em palestra de Alex Medeiros, gerente de desenvolvimento de formatos da Central Globo de Produção no III Encontro OBITEL nacional dos pesquisadores de ficção televisiva no Brasil (21 e 22/11/2011).

15 Tradução da autora.

sentido seja o balanço que há nessa desconexão: a parcela da audiência que não está conectada, não perde a narrativa. A discussão não se restringe ao ciberespaço, mas transborda para ele, encontra no ciberespaço um apoio para a proliferação de seu relato. Portanto, a despeito de outros produtos, ou espaços de discussão, pensados exclusivamente para o ciberespaço, a *transmedia storytelling* permite que a narrativa principal não se perca e seja o original sustento de todas as outras.

Após a experiência com *Sonhos de Luciana*, a telenovela *Ti-Ti-Ti* não apenas aderiu aos blogs de personagens, mas também traçou o desenrolar da trama com base em eventos ocorridos no espaço virtual. No site oficial de *Ti-Ti-Ti*: “a web foi uma grande aliada de *Ti-Ti-Ti*, quase como se fosse mais um personagem. Foi através de Internet que muitos barracos começaram e muitos segredos foram revelados”¹⁶. A telenovela, que narrava os bastidores do mundo da moda, além de concentrar em sua página oficial o site das revistas de moda da trama também hospedou o blog dos estilistas Jacques Leclair e Victor e da jovem Mabi Spina (que assinava os *posts* do blog sob o pseudônimo de Beatrice M.).

Desde então, o uso de blogs tem sido recorrente entre as ficções da TV Globo. Vê-se, no entanto, que não há uma regra sobre a abertura de comentários: alguns blogs mantêm o espaço disponível para o telespectador deixar sua mensagem enquanto em outros há apenas os textos do personagem, sem espaço para comentários. De acordo com Alex Medeiros¹⁷, a liberação dos comentários é pontual. Cada ficção é analisada quanto à necessidade de deixar o espaço de comentários aberto ou não para os internautas.

Por fim, apesar do caráter ainda experimental dos blogs de personagens (não no sentido estético ou estrutural, mas no que tange ao diálogo com os espectadores) esse novo tipo de relação com o produto televisivo salienta a atenção especial dada pela TV Globo à expansão da narrativa para o ciberespaço. Essas novas estratégias configuram fenômenos que findam na “criação de novos espaços de comunicação e socialização” (LOPES et al. 2009, p.405).

Quando a produção de uma ficção televisiva disponibiliza um espaço como o do blog, tem a intenção de reunir o público telespectador em um lugar comum. Em outras palavras, “com o ciberespaço, as pessoas podem formar coletivos mesmo vivendo em cidades e culturas bem diferentes. Criam-se assim territorialidades simbólicas” (LEMOS, 2008, p.139). No entanto, é necessário um local propício para a reunião de internautas. Os blogs surgem como o espaço ideal para a formação dessas territoriali-

16 Disponível em < <http://tv.globo.com/novelas/ti-ti-ti/Fique-por-dentro/noticia/2011/03/web-foi-uma-das-grandes-aliadas-de-ti-ti-ti.html> > Acesso em 15/06/2012.

17 Dados obtidos em palestra de Alex Medeiros, gerente de desenvolvimento de formatos da Central Globo de Produção no III Encontro OBITEL nacional dos pesquisadores de ficção televisiva no Brasil (21 e 22/11/2011).

dades simbólicas, uma vez que desconstruem a noção de *sites* rígidos em que não há possibilidade de participação.

Diferente do site da emissora, ou dos *sites* das ficções televisivas, os blogs configuram-se como ferramentas capazes de imprimir proximidade, maleabilidade e permissividade. De acordo com Igarza (2008), os blogs se diferenciam de um site corporativo tradicional – e em nosso caso de um site de emissora – por seu caráter fluido: “à diferença do caráter institucional e distante dos *sites* corporativos tradicionais, estas modalidades de participação [oferecidas pelos blogs] são permeáveis e o ingresso de novos participantes pode ser feito a qualquer momento” (IGARZA, 2008, p.214)¹⁸.

Dessa forma, os blogs de personagens traduzem o objetivo da TV Globo de reunir os telespectadores, fisicamente dispersos pelo território nacional, em espaços virtuais de troca. Há ciência de que haverá um agrupamento natural por afinidade e, dessa forma, são criados espaços legítimos e oficiais para esse encontro. Além disso, esse processo permite que o internauta se materialize ao adentrar um espaço virtual. A audiência passa a ser olhada e, mesmo que imprecisamente, quantificada.

5.1 ALGUNS APONTAMENTOS: BLOG DE ANDRÉ NEWMANN

Cada blog, assim como cada personagem, tem sua própria história. Alguns não disponibilizam espaço para comentários, como os blogs de *Ti-Ti-Ti*. Outros são idealizados durante a exibição da trama, como em *Sonhos de Luciana*. Alguns são escritos sob pseudônimos, como o blog de Beatrice M. e outros são assinados e encarados como diários, como o *Blog das Meninas*. O blog do personagem André Newmann não é diferente e também reúne suas particularidades, ou seja, não há apenas especificidades de produção, mas de processos enunciativos.

A escolha pelo estudo do blog de André Newmann especificamente apoiou-se em três particularidades do diário virtual do personagem:

1. Abertura do espaço para comentários: a TV Globo disponibiliza conteúdo na Internet para os espectadores das ficções da emissora, no entanto, não há espaço onde seja possível produzir conteúdo, deixar seu comentário. No blog de André Newmann, apesar de os comentários serem moderados – não irem ao ar assim que postados pelo internauta – havia a possibilidade de conversa com o personagem da minissérie.

2. Autogestão do projeto transmídia da minissérie: enquanto os projetos transmídia das ficções da TV Globo são coordenados pela equipe de Desenvolvi-

18 Tradução da autora.

to de Formatos da Central Globo de Produção¹⁹ - nisso incluem-se o site das tramas, perfis no *microblog* Twitter e blogs de personagens – as ações transmidiáticas de *Afinal, o que querem as mulheres?* foram idealizadas e coordenadas pela própria equipe da minissérie. O abastecimento do blog do personagem era feito pelo próprio ator Michel Melamed que interpretava o psicanalista André Newmann na minissérie. Nos blogs de personagens de outras ficções, os responsáveis pela postagem no blog dos personagens são os redatores da Equipe Transmídia da TV Globo.

3. Ausência de alusão ao blog na trama televisiva: o blog de André Newmann não era citado na trama de *Afinal, o que querem as mulheres?*. Na verdade, não havia referência alguma mesmo ao uso da Internet na minissérie que mostrava o protagonista datilografando sua tese de doutorado.

O blog de André Newmann em nada se diferencia de um blog de um usuário comum (Figura 2). Cada página apresenta um total de 10 *posts*, que são os textos publicados pelo autor do blog. Alguns textos se limitam a reproduzir textos/falas da minissérie, outros são relatos do dia a dia de André, de seus anseios e dúvidas.



Figura 2. Blog de André Newmann

Em entrevista à autora²⁰, Michel Melamed comentou o processo de produção dos textos para o blog de André.

Os *posts* não eram planejados, mas sentidos... Quer dizer, estávamos todos muito envolvidos e emocionados com a história e o trabalho intenso que já completava quase um ano, então o desejo era continuar respirando com esses sentimentos ali no blog... Não havia periodicidade nem tema pré-definidos. Quando muito, creio que apenas a atenção

19 Dados obtidos em palestra de Alex Medeiros, gerente de desenvolvimento de formatos da Central Globo de Produção no III Encontro OBITEL nacional dos pesquisadores de ficção televisiva no Brasil (21 e 22/11/2011).

20 O ator Michel Melamed respondeu a entrevista com oito perguntas enviadas pela autora por e-mail em 03/03/2013.

com o spoiler e a idéia de sempre postar algo imediatamente após os episódios, espécie de gancho... O Luiz [diretor], bem como a CGCOM [Central Globo de Comunicação] e a equipe de transmídia da Globo sempre me deram toda a liberdade...

Nessa resposta, Melamed mostra que a grande particularidade da minissérie é ao mesmo tempo oferecer um produto audiovisual com uma temática diferente da discutida usualmente na televisão, portanto mais ousado e até inesperado, e ainda apresentar um produto igualmente especial na Internet. A liberdade do ator para escrever os textos do blog reflete esse movimento. O ator ainda completa dizendo que

A moderação era mínima - excluíamos apenas os comentários eventualmente muito agressivos... [...] Talvez seja interessante comentar que, em alguns momentos, participando da sonorização da série com o Luiz, aconteceu o movimento contrário, isto é: conquanto o blog era alimentado pela história da série, a emoção e toda a experiência ali vivida, em algum momento o Luiz propos usarmos coisas que eu já havia publicado e escrito só para o blog como offs de alguns episódios... Então gravei alguns fragmentos de textos do blog e eles foram ao ar, quer dizer, deste modo, o blog que era baseado na série alimentou a série com a qual se alimentava para alimentar a série que...

Aqui, vemos o sinal de um processo transmidiático em plena atividade: há retroalimentação das narrativas. A narrativa principal alimenta a produção de conteúdo e é também alimentada por universos narrativos das outras plataformas. Esse processo implica autonomia, uma das exigências, de acordo com Jenkins (2009), para a efetividade de uma narrativa transmidiática.

Para Jenkins (2009, p.139), “relativamente poucas (ou nenhuma) franquias alcançam todo o potencial estético da narrativa transmídia - ainda”. A experiência de *Viver a Vida* e de *Ti-Ti-Ti* não são qualitativamente melhores ou piores que a de *Afinal, o que querem as mulheres?*. Como assinala Jenkins os padrões para avaliar uma narrativa transmídia ainda estão em construção, assim como as próprias narrativas. Talvez nos arriscássemos a dizer que os melhores projetos transmídia são aqueles que englobam os três conceitos de Jenkins (2009): inteligência coletiva, cultura participativa e convergência dos meios. Ou, simplesmente, aquele que funciona, aquele que não é apenas idealizado pela produção, mas alimentado pelos telespectadores-internautas. Nas palavras de Jenkins (2009, p.29), “a circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia [...] - depende fortemente da participação ativa dos consumidores. [...] Consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdo de mídia dispersos”. É nesse aspecto que o simples fato de o blog de

André Newmann ter sido acessado pelos telespectadores indica as conexões estabelecidas por aqueles que assistiram à minissérie. Encontrar o blog por conta própria, já que não há referência nenhuma na trama, é um índice de envolvimento dos telespectadores e faz com que a intenção inicial de se começar uma narrativa transmídia, um macro relato com auxílio do blog, se consolide.

Melamed ao responder à pergunta: “na minissérie, André não mostrava que tinha um blog [...], mesmo assim houve participação da audiência com comentários. A que você atribuía essa participação?”, disse:

Houve um trabalho de divulgação feito pela equipe de transmídia e a CGCOM [Central Globo de Comunicação], encontro com blogueiros, etc. Gostaria de imaginar que além da força de divulgação da Globo, alguma força de alguma poesia dali encontrou seus pares... Lembro mesmo que em algum momento recebemos um relatório dizendo que entre os dez assuntos mais retuitados da Globo naquele mês, seis eram *posts* do blog...! Quer dizer, poesia no horário nobre já!

Quando Melamed reflete: “gostaria de imaginar que além da força de divulgação da Globo, alguma força de alguma poesia dali encontrou seus pares...”, o ator afirma que a repercussão do blog não se deveu apenas aos índices televisivos de audiência ou investimento publicitário da TV Globo, mas às ações dos espectadores (ou não). Quando a poesia do blog encontra seus pares, e quando esses pares passam a divulgá-la, observa-se aí um processo de imersão, sobre o qual trata Jenkins e que Fechine e Figueirôa (2011) explicam segundo aspectos da ficção nacional:

A experiência de imersão no universo ficcional é, ao mesmo tempo, causa e consequência de outra propriedade constitutiva dos projetos transmídias, o engajamento do público. A construção de um universo transmídia depende diretamente da capacidade que o público tem de, tirando proveito das diversas formas de conectividade, envolver-se com a circulação dos conteúdos das mídias [...]. Esse engajamento implica não apenas na capacidade de explorar as extensões narrativas e de estabelecer relações entre as informações dispersas pelas distintas mídias, mas na capacidade e disponibilidade de dividir os conteúdos aos quais se teve acesso com os demais espectadores (FECHINE; FIGUEIRÔA, 2011, p.39).

Assim, havia um nível considerável de alimentação dessa narrativa com compromisso e disseminação dos conteúdos, ações que auxiliavam não apenas a manter esse universo transmídia, mas a construí-lo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo nosso trabalho parte de uma ação: a de “abrir mão” de um personagem televisivo e deixá-lo criar vida fora da tela da TV. Com essa ação, a TV Globo acompanha o telespectador quando ele sai da TV e caminha por outras plataformas. Nesse processo, a emissora, como tantas outras, ainda tateia espaços e testa possibilidades de ação. Há um visível desconforto e preocupação com esse produto que se torna tão fluido na Internet e que, ao menor descuido, pode se perder nas redes e em *nós*.

Em nossa dissertação, concluímos que o telespectador – e agora internauta – se insere no processo de transmidiação por meio do blog de personagem. Mas, claramente, por um viés discursivo, ou seja, o telespectador participa na construção discursiva de seu interlocutor; o personagem da minissérie ou a própria trama. O aspecto mais importante em um blog de personagem, portanto, não é apenas dar vida, no mundo virtual, ao caractere de uma ficção televisiva, mas dar forma e voz ao telespectador-internauta. A abertura de um espaço para comentários no blog de André Newmann revela, na prática, aquilo que os teóricos da transmidiação enxergam como participação, colaboração e coautoria na rede. Na dissertação, tentamos, muito além da teoria, apresentar discursivamente essa audiência que participa. E, assim, a noção de participação se alarga.

A participação aqui é outra, é dialógica. Diálogo que, para nós, significa fazer parte de uma correia discursiva. Pensar, pelo viés da transmidiação, no internauta como coautor, participante ativo e colaborador, não significa somente imaginá-lo como parte da equipe de produção de uma telenovela da TV Globo, mas enxergá-lo como parte de uma engrenagem discursiva. Dessa forma, nossa pesquisa traça um caminho que vai além da ideia de “compartilhamento laboral”: não existe coautoria formal - como em um trabalho de roteiristas que escrevem uma série em equipe -, a audiência não participa ao lado da produção, compartilhando papéis, canetas, escaletas e *storylines*. A audiência dialoga.

O que vimos, por parte da produção, sob a figura do personagem-blogueiro, foi à busca por uma posição responsiva do internauta: por vezes, o telespectador é convidado a opinar, comentar algo sobre as postagens do blog. Assim, não se trata apenas de um produto transmidiático, ou de um leque de ferramentas, feito para “constar”, mas para possibilitar a produção de sentidos para além da narrativa televisiva. Vemos que o espaço do blog pretende anular o suposto distanciamento entre o personagem da ficção e os telespectadores e conseqüentemente da emissora e de seu público.

Os estudos de Comunicação sobre a ficção televisiva transmidiática – apesar de

apresentados em grande número – ainda buscam maneiras (teóricas e metodológicas) de compreender o desenrolar desse novo fenômeno. O presente artigo, apesar de um recorte, portanto, buscou oferecer mais ferramentas teóricas (e exemplos práticos) das particularidades da ficção televisiva brasileira na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. Blogs: mapeando um objeto. In: AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. (Orgs). **Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: 2010.
- BALOGH, A.M.; MUNGIOLI, M.C.P. Adaptações e remakes: entrando no jardim dos caminhos que se cruzam. In.: LOPES, M.I.V. (org.). **Ficção Televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.
- BERNERS-LEE, T. Long live the web: A Call for Continued Open Standards and Neutrality. **Scientific American**, Nova Iorque, 22/11/2010. Disponível em: <<http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=long-live-the-web>>. Acesso em 11/08/2011.
- CASTELLS, M. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. **The annals of the American Academy Of Political And Social Science**, v. 616, n. 1, mar. 2008.
- DE CERTEAU, M. Fazer com: usos e táticas. In. DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Vol.1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- DENNIS, K. Time in the Age of Complexity. **Time&society**, Sage Journals Online (Los Angeles, London, New Dehi And Singapore), v. 16, n. 2/3, 2007.
- FECHINE, Y.; FIGUEIRÔA, A. Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: LOPES, M. I. V. **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- HALL, S. Codificação/Decodificação. In. HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- IGARZA, R. **Nuevos Medios: Estrategias de convergencia**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2008.

- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMOS, A. A Arte da Vida. Webcams e Diários Pessoais na Internet. **Revista de Comunicação e Linguagens**, Lisboa, 2002. XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, 2002.
- LEMOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.
- LEMOS, A. **Cultura da Mobilidade**. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 40, dez. 2009.
- LÉVY, P. **A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência**. São Paulo: 34, 2001.
- LOPES, M.I.V.; MUNGIOLI, M.C.P.; BREDARIOLI, C.M.M.; FREIRE, D. O.; ALVES, C.G. Brasil – Novos modos de fazer e de ver ficção televisiva. In.: LOPES, M.I.V.; GÓMEZ, G.O. (coords.). **Convergências e transmediação da ficção televisiva**: OBITEL 2010. São Paulo: Globo, 2010.
- LOPES, M.I.V.; BREDARIOLI, C.M.M.; ALVES, C.G.; FREIRE, D.O.. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In.: LOPES, M.I.V. (org.). **Ficção Televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.
- MARCUSCHI, L.A. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A.C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- MÉDOLA, A.S.L.D., REDONDO, L.V.A. Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital. **00**, São Paulo, 3, dez, 2009.
- MOTTER, M.L. Mecanismos de renovação do gênero telenovela – Empréstimos e doações. In.: LOPES, M.I.V. (Org.). **Telenovela: internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- ORLANDI, E. **Terra à vista!** Discurso do confronto: velho e novo mundo. São Paulo, Cortez: Campinas, Editora da Unicamp, 1990.
- PRIMO, A. Blogs e seus gêneros: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa. **Revista MATRIZES**, São Paulo, 4, nov. 2010.
- PRIMO, A. Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera. **Revista FAMECOS**, v. 36, 2008.

SCOLARI, C.A. A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo. **Revista MATRIZES**. São Paulo, ano 4, nº2, jan/jun. 2011. (Entrevista concedida a Maria Cristina Palma Mungiolli)

SCOLARI, C.A. **Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2008.

SCOLARI, C.A. **Transmedia storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production**. *International Journal of Communication*, n.3, 2009.

TRASEL, M. A vitória de Pirro dos blogs: ubiquidade e dispersão conceitual na web. In: AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. (Orgs). **Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.