



**GEMINIS**

FICÇÃO AUDIOVISUAL SERIADA  
[FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA BRASILEIRA]

# **VIVER A VIDA NO LIMIAR DA TELA: A NARRATIVA TRANSMÍDIA CHEGA À NOVELA**

**MAÍRA VALENCISE GREGOLIN**

*Doutoranda do Departamento de Mídias, Instituto  
de Artes/Unicamp (Universidade Estadual de Campinas).  
E-mail: valencise@gmail.com*

## RESUMO

Este artigo propõe tomar como objeto de estudos um fenômeno que os estudiosos das relações entre mídias e sociedade denominam “narrativa transmidiática” por meio da análise do *blog Sonhos de Luciana* como extensão da trama da telenovela *Viver a Vida*. Nossa análise focaliza as estratégias utilizadas pela Rede Globo para incorporar ferramentas de produção e circulação de conteúdos na telenovela a fim de se reinventar enquanto gênero da contemporaneidade. Analisamos a narrativa transmídia como promotora de uma nova relação entre a telenovela e sua audiência, na medida em que constitui um novo espectador que passa a usuário produtor de conteúdos. Ao tomarmos o universo da telenovela *Viver a Vida*, procuramos refletir sobre o funcionamento e as configurações da narrativa transmídia, sob três pontos de vista: da narratividade (transformações da trama pela cooperatividade dos espectadores/usuários); do envolvimento (constituição de *comunidades de conhecimento e fanfictions*) e do sócioeconômico (transformações na produção e circulação de conteúdos; instalação do ativismo social pela transmídia).

**Palavras - chave:** Seriado televisivo; narrativa transmidiática; telenovela; usuário gerador de conteúdo.

---

## ABSTRACT

This article is an attempt to take as object study a phenomenon that scholars of the relationship between media and society would call transmedia storytelling through analysis of *Sonhos de Luciana blog* as an extension of the plot of the *Viver a Vida* a pime-time soap opera from Rede Globo. Our analysis focuses on the strategies used by Rede Globo to incorporate tools of production and circulation of content in the soap in order to reinvent itself as a contemporary product. This article also tries to reflect about transmedia storytelling applying it to the soap opera and its relevance to the new spectator who becomes a user generated content (UGC).

**Keywords:** Transmedia storytelling; soap opera; user generated content

## 1 VIVER A VIDA NA TELA (DA TV/ DO COMPUTADOR)

O conceito de “narrativa transmidiática” foi introduzido por Henry Jenkins (2008) a fim de nomear experiências narrativas que se expandem em vários meios e/ou plataformas (meios físicos de distribuição, como computador, laptop, celular, televisão, revistas, etc.). Esse fenômeno tem consequências de grande amplitude que se evidenciam em aspectos sociais, culturais, econômicos, tecnológicos, etc.

Protagonizada por Tais Araújo, que interpreta a modelo Helena, a telenovela *Viver a Vida* estreou na Rede Globo em 14 de setembro de 2009 e teve seu último capítulo exibido em 14 de maio de 2010. De autoria de Manoel Carlos, *Viver a Vida* foi veiculada sob direção de Jayme Monjardim e abordou a temática da superação, como a da personagem Luciana (Alinne Moraes), modelo iniciante que se torna paraplégica após um acidente de carro. Ela se torna, então, uma “cadeirante”, termo politicamente correto, insistentemente utilizado na novela, que se incorporou à fala cotidiana dos telespectadores.

O *blog Sonhos de Luciana* foi anunciado pela primeira vez no episódio de 26 de janeiro, pela irmã de Luciana, a personagem Mia (interpretada por Paloma Bernardi), que a incentivou a contar suas experiências durante a recuperação do acidente, para que outras pessoas pudessem se inspirar naquela demonstração de superação. A vinda do consultor Jeff Gomez<sup>1</sup> ao Brasil para oferecer *workshop* ministrado à equipe de produção da Rede Globo coincidiu com o início do *blog Sonhos de Luciana*. Gomez procurou mostrar as possibilidades oferecidas ao se contar histórias pelas múltiplas plataformas de mídia, ampliando o envolvimento dos fãs com a obra. Em 08 de fevereiro, o *blog* entrou no ar<sup>2</sup> com mensagem de boas vindas à personagem, reproduzida na Figura 1 a seguir.

---

1 Jeff Gomez é especialista em narrativas transmidiáticas e foi responsável pelo desenvolvimento de projetos transmidiáticos de filmes como *Avatar* e *Transformers*.

2 Disponível em no link <http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/2010/02/08>



**Figura 1**  
Primeiro post do blog *Sonhos de Luciana*, escrito pela personagem Mia, sua irmã na telenovela.

A partir dessa data, Luciana passa a escrever diariamente no *blog*, com informações sobre o seu dia a dia. O *blog* assume, assim, a função de uma mídia que vai se articular com o universo de *Viver a Vida*, adicionando informações à narrativa televisiva.

Entre a tela da TV e a do *blog* trama-se a vida das personagens. Os fãs passam a viver essas vidas experimentando, pela primeira vez na história das telenovelas brasileiras, as narrativas transmidiáticas.

## 2 TRANSFORMAÇÕES DA NARRATIVIDADE PELA COOPERATIVIDADE DOS ESPECTADORES / USUÁRIOS

Diferente de outros gêneros televisivos, a telenovela se caracteriza pela serialidade, por meio da qual é possível que a trama seja conduzida por semanas, meses e, em alguns casos, por anos. Em outros gêneros, os episódios individuais possuem uma estrutura com começo e final. Isso não ocorre com a telenovela, pois nela a continuidade é outra característica essencial. Em *Viver a Vida*, alguns eventos que ocorreriam nos capítulos seguintes da novela eram antecipados no *blog*. Isso ocorreu em diversas situações, como no *post* em que Luciana apresenta sua cadeira de rodas motorizada, dialogando com os leitores diretamente ao afirmar: “vejam que linda minha mais nova companheira!”. Outros eventos, no entanto, seriam veiculados exclusivamente no *blog*, como o pedido de casamento feito por Miguel a Luciana, reproduzido na Figura 2 a seguir.

**Figura 2**  
Pedido de casamento de Miguel para Luciana.



Jenkins (2008) afirma que, na narrativa transmidiática, cada mídia deve contribuir com informações complementares de forma distinta e valiosa à trama principal. Idealmente, cada meio oferece contribuição singular para a coerência da narrativa. Assim, apenas a audiência que migrou para o *blog* pôde conhecer a maneira como Miguel pediu a mão de Luciana em casamento. O pedido de casamento, materializado na imagem de um bilhete que simulava um manuscrito, cria a verossimilhança e imprime um efeito real no fictício. A narrativa transmidiática representa um processo no qual os elementos de uma obra ficcional são dispersos sistematicamente por meio de múltiplos canais de distribuição a fim de criar experiências de entretenimento unificadas e coordenadas.

No *blog*, a personagem Luciana usa linguagem acessível e informal para contar suas dificuldades como cadeirante. A frequência com que recorria aos médicos, a descoberta de novos tratamentos, as sessões de fisioterapia, e até mesmo o uso do transporte coletivo, foram assuntos abordados insistentemente no *blog*. Essa linguagem cotidiana criou empatia e intimidade entre a personagem e os leitores do *blog*. Além disso, a possibilidade de fazer comentários sobre cada *post* entrelaçou os diálogos entre leitores e personagem. Com uma média de 170 comentários diários, os leitores utilizavam aquele espaço para incentivar a personagem, contar suas próprias experiências ou sugerir novos rumos para a trama. Em alguns casos, Luciana fazia referências diretas aos comentários, fortalecendo a sensação de realismo, como se pode perceber no *post* abaixo (Figura 3).

**Figura 3** – Post escrito por Luciana em resposta a comentário de fã.

seg, 19/04/10 por Luciana | categoria **Comentários** | tags **Bruno, Petra**

Fiquei muito feliz ao ler esse comentário da Ariana aqui no blog. A partir dos meus relatos, ela conta que passou a olhar a cidade de outra maneira. Percebeu o quanto nós, cadeirantes, sofremos com a falta de acessibilidade. Ao final, ela diz que torce pelo meu casamento com o Miguel! Fofa demais!

*Luciana. Estou adorando conhecer mais sobre o universo cadeirante, já que essa realidade não faz parte da minha vida. Mas é incrível como comecei a fazer observações nas ruas sobre as adaptações que deveriam e não existem em certos locais para que os cadeirantes tenham livre acesso. Torço muito por vc, pela sua recuperação e pelo seu casamento com Miguel.  
BJUS!!!*

Obrigada por visitar o blog, Ariana, adorei sua mensagem. Quanto ao meu casamento com o Miguel, fique tranquila, está tudo certo. Ele é meu e ninguém tasca! Hahahahaha. Beijooooooooooooooooos!

Considerando Askwith (2003), o *blog* como extensão diegética da telenovela oferece ao usuário a experiência do contato direto com o universo narrativo de forma imersiva. Ele estabelece com a audiência aproximação e envolvimento e, por isso, é uma poderosa ferramenta de encorajamento, que leva os usuários a se sensibilizarem e a se identificarem com as personagens.

A interconexão narrativa entre TV e *blog* produz como efeito a imbricação entre realidade e ficção. Na Figura 3, percebe-se que a leitora interpreta o universo da telenovela como real. A função do *blog*, no âmbito da narrativa transmidiática, é contribuir com a sensação de realidade à trama. Para a leitora, a Luciana do *blog* é a mesma da novela, que irá se casar com Miguel. No entanto, no mesmo *post*, a leitora mostra que é capaz de diferenciar essa “realidade da novela” do mundo real, entendendo o propósito do *blog* (apresentar as dificuldades do mundo dos cadeirantes) e curiosamente ela utiliza a palavra “realidade”. Para José Marques de Melo (1988), “a telenovela traz uma combinação de dois elementos básicos, quais sejam, uma “ficção sem fantasia” “e uma “moral doméstica”. Há, dentro dela, uma sincronia e uma homogeneidade, aglutinando o real e o imaginário, que fazem da ficção uma espécie de reflexo do real, incorporando ao enredo fatos concretos e situações contemporâneas. Pode-se perceber essa dualidade no vídeo disponibilizado no TV UOL<sup>3</sup>, que questiona se as pessoas acham que Luciana deve voltar a andar. O vídeo teve, em um período de quatro dias, cerca de 65 mil acessos e 430 comentários de usuários. Com quatro minutos, o vídeo traz as opiniões divididas das pessoas. O que há de comum na fala dessas pessoas é o destaque para o fato de a novela ser uma ficção. O engenheiro Leandro disse “eu acho que vai ficar muito fictício se ela voltar a andar”. Outra entrevistada, a professora Fátima, afirmou: “como em novela tudo acontece, acredito que pode sim”. Cassiano, assistente administrativo,

<sup>3</sup> Disponibilizado em 11/05/2010 no link <http://entretenimento.uol.com.br/ultnot/multi/2010/05/11/04021C3462D0912366.jhtm?povo-fala-luciana-de-viver-a-vida-deve-voltar-a-andar-04021C3462D0912366>



disse, “eu acho que devia ser um pouco mais realista e se ela voltar a andar pode causar falsas esperanças pra quem realmente tem esse problema”.

Em termos mundiais, essa não foi a primeira experiência de uso do *blog* como extensão da narrativa ficcional em telenovela. O personagem Luke Snyder, da novela americana *As The World Turns*<sup>4</sup>, já escrevia confidências em seu *blog* em 2006 (disponível em <http://lukesnyder.blogspot.com>). Em um *post*, Luke revelou sua homossexualidade aos usuários, dizendo que gostaria de manter o segredo. O *blog* não faz referência direta à novela americana e passou a fazer parte da trama quando o pai de Luke apareceu na telenovela acessando o *blog* e descobrindo o segredo do filho.

Essa mistura entre real e ficção foi um ponto forte na trama de Manoel Carlos. O autor utilizou procedimentos inovadores para produzir essa interrelação. Por exemplo, a certa altura da trama, em parceria com uma ONG (Organização Não-Governamental) carioca, a atriz Alinne Moraes acompanhou um projeto social de inclusão de deficientes, registrando o evento em fotos e colhendo depoimentos. Isso ocorreu na vida real com pessoas reais. No mesmo dia, Luciana postou no *blog* informações e imagens fotográficas feitas no evento e obteve inúmeros *posts* de leitores solidários que acompanhavam a sua passagem pela ONG. Esse evento foi também veiculado em capítulo da novela. A proximidade com os dois mundos (real e ficcional), nesse caso, atravessou os seus limites, confundindo-os explicitamente. É interessante notar, entretanto, que no canto superior da tela onde Luciana escreve seu perfil no *blog*, aparece a seguinte mensagem: “informamos que este *blog* é fictício, extensão da trama da novela *Viver a Vida*, da qual a personagem Luciana faz parte.” Estranho jogo entre iludir e conscientizar, enquanto na tela da TV a vida fictícia se impõe pelo recurso ao real, na tela do *blog* ocorre o inverso: é o real que se afirma pela ficção. Entre um e outro cria-se a sensação da envolvimento; perceptivamente, cria-se a possibilidade de transitar de um mundo a outro, atravessar seus limites e incorporar a vida de um no outro.

Segundo Jeff Gomez em entrevista ao *Narrative Design Exploratorium*<sup>5</sup>, o universo construído precisa possuir passado e futuro (*Viver a Vida* traz o acidente no passado e a possível superação no futuro), precisa estar povoado com personagens envolventes (Luciana é paraplégica e envolve os usuários com seus dramas do dia a dia) e precisa possuir algo que nos faça querer fazer parte dele (o *blog* convida o usuário a participar). *Sonhos de Luciana* dialoga com as personagens e eventos veiculados pela televisão, compondo a extensão diegética da telenovela. Dias antes do capítulo final ser veiculado, Luciana postou no *blog* sua intenção de engravidar, esclarecendo que já havia consul-

4 A telenovela *As The World Turns* foi objeto de pesquisa feita em 2007 por Samuel Ford, pelo Programa Convergence Culture do Massachusetts Institute of Technology.

5 Disponível em <http://narrativedesign.org/2009/09/creators-of-transmedia-stories-3-jeff-gomez/>

tado seu médico e que ele afirmara ser perfeitamente viável. Esse anúncio preparava o espectador para o capítulo final da trama, que foi ao ar em 14 de maio, após oito meses de exibição. Além disso, no *blog* há um desabafo de Luciana em que ela pergunta: qual será meu destino nessa história? Para incentivar os telespectadores a acessarem o *blog*, durante a exibição da telenovela, as personagens faziam referências constantes a ele. Essa estratégia contribuiu para o processo de migração de audiência entre as plataformas (da televisão para a internet). Assim, a telenovela diária passa a ser compreendida como a mídia central e o *blog* *Sonhos de Luciana* como mídia secundária do universo de *Viver a Vida*. Ao final da novela, no dia em que o último capítulo foi veiculado pela televisão, Luciana escreveu em seu *blog* um *post* com o título “É hora de dizer adeus!, despedindo-se dos usuários com a justificativa de ‘dar um tempo no *blog* para me dedicar integralmente à nova vida”.

Uma questão a ser pensada é se o efeito de terminalidade da trama se dá da mesma maneira nas duas mídias (TV e *blog*). Na novela, os espectadores já estão preparados para essa terminalidade – há todo um ritual social já estabelecido que determina o final –, no último capítulo, e todos podem tocar suas vidas, felizes com o happy end. E no *blog*, será que se produz esse mesmo efeito? Não ficará um certo desapontamento nos usuários, provocado pela natureza do envolvimento que essa mídia produz?

### 3 O ENVOLVIMENTO E A CONSTITUIÇÃO DE COMUNIDADES DE CONHECIMENTO

Diferente de pensar a comunidade de espectadores como passivos telespectadores, é preciso investigar os diálogos estabelecidos a partir do advento das mídias digitais. Tal abordagem coloca as telenovelas como mídia central na construção de redes sociais de fãs. A produção coletiva de sentidos motiva a audiência a acompanhar os episódios e a se inserirem no grupo. As discussões que se estabelecem, facilitadas pela internet, propiciaram uma nova dinâmica entre os produtores e consumidores. Tal mudança impactou a própria forma como a telenovela é planejada.

O envolvimento dos espectadores com personagens ficticiais se confunde com a história da telenovela brasileira, como em *Bandeira Dois*, autoria de Dias Gomes e veiculada em 1971 pela Rede Globo. A novela exibia o submundo do jogo do bicho e trazia o bicheiro Tucão (interpretado por Paulo Gracindo) como personagem principal. A censura política, ativa naquele período, exigiu a morte da personagem justificando que o bem deveria triunfar sobre o mal. Havia tamanho envolvimento da audiência com a personagem que a sua morte levou mais de três mil pessoas às gravações do velório<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Vídeo disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=FkM9PVjuROg&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=FkM9PVjuROg&feature=player_embedded)



como forma de homenagem e despedida. O jornal carioca *Luta Democrática* publicou à época uma manchete com a importância de um fato real com o título *Morreu Tucão* (FERNANDES, 1997).

Historicamente, as novelas eram conduzidas não apenas pelas ações dos personagens, mas principalmente pelas reações da audiência ao longo da trama. Antes, os telespectadores se comunicavam por meio de cartas com as equipes de produção. Ou, ainda, enviando cartas às revistas especializadas em telenovelas. Atualmente, os espaços multimidiáticos tornaram-se potenciais palcos de debate. É de se esperar que os meios tradicionais de diálogo entre público e produção continuem a existir, mas estarão cada vez mais ameaçados pelas novas mídias; nesse mesmo sentido, a inserção de novos meios e novas formas dialogais tenderão a provocar mudanças nos meios tradicionais, impelindo-os a se adequarem às novidades trazidas pelas outras plataformas.

Pode-se pensar no princípio da multiplicidade de David Thorburn (1976) como um gancho de expansão para as outras plataformas, no qual o público da telenovela já se encontra familiarizado com a temática ou com personagens complexos, e isso constitui a base para gerar curiosidade e instinto exploratório que direciona às expansões narrativas. Segundo esse investigador, na mídia tradicional a ênfase era investida na continuidade e no controle, assegurando a consistência das histórias por meio da autoria controlada. No entanto, na narrativa transmidiática, a ênfase está na multiplicidade, na emergência de múltiplos autores (autor do *blog*, espectador, autor da novela, diretor, etc.) contando e recontando com o intuito de construir um rico e variado universo que oscila entre o ficcional e o real.

**Figura 4** – Site que compõe o universo construído de *Viver a Vida*.



Ao lançarmos mão da noção de construção de mundos apresentada por Derek Johnson (2009), investigamos o contexto em que o universo da trama foi veiculado. Em *Viver a Vida*, as extensões fornecidas pela produção estão disponíveis em um *site* oficial da novela, visualizado na Figura 4. Pelo *site*, além de acessar o *blog* *Sonhos de Luciana*, pode-se acompanhar os capítulos anteriores, obter informações sobre os personagens, acessar o diário de viagem do diretor e o *blog* da produção etc.

O *site* traz ainda um espaço chamado “portal da superação”, com depoimentos pessoais que relatam experiências concretas de vidas. Até então, as novelas traziam depoimentos exclusivamente durante a transmissão da novela. Segundo Zacariotti & Costa (2006), tal fato não era bem recebido pelos espectadores, pois eles se ressentiam de que essa fala “real” quebrava o envolvimento do receptor com a história ficcional. Em *Viver a Vida*, manteve-se a transmissão ao final de cada capítulo, com uma versão mais sintética do depoimento. No *site*, encontrava-se disponível uma “versão estendida”, com vídeo e fotos de cada depoimento, para atrair espectadores desejosos de mais informações sobre aquelas pessoas. Na veiculação pela televisão, os depoimentos se constituíam em uma espécie de “paratexto”, complementar à trama já que, em alguns momentos, coincidiam com as temáticas desenvolvidas nos capítulos. Essa relação foi exemplar no penúltimo capítulo, quando foi veiculado o depoimento de Flávia Cintra, uma cadeirante vítima de acidente automobilístico e mãe de gêmeos. O extra-diegético antecipou o diegético. No último capítulo da novela, a personagem Luciana consegue engravidar e se torna mãe de gêmeos. Se entendermos *diegese* como sendo a realidade do mundo ficcional, “o universo do significado, o ‘mundo possível’ que enquadra, valida e confere inteligibilidade à história”. (REIS; LOPES, 1988, p. 27), podemos afirmar que os depoimentos ao final de cada capítulo tiveram a função de criar uma ponte entre ficção e realidade. Ao mesmo tempo, eles estabelecem um elo narrativo (entre ficção e realidade) entre a TV e a internet e o espaço do *site* “portal da superação” pode ser entendido como uma extensão extra-diegética do universo construído da novela. Isso porque se relaciona com a *diegese*, traz informações complementares àquelas veiculadas na televisão e contribui para a narrativa principal. Além disso, esse ambiente no *site* propiciava a participação e envolvimento do usuário, possibilitando que contassem suas histórias enviando depoimentos em vídeo ou texto e gerando conteúdo para o portal. Algumas histórias eram selecionadas e regravadas para serem exibidas.

Recurso comumente utilizado por produtores para convidar os usuários a participarem e influenciarem a trama é a clássica enquete com respostas sim ou não. Apesar de não ser uma ferramenta inovadora, a enquete cumpriu sua função de estimular a participação da audiência em *Viver a Vida*. Na enquete em que se questiona se Luciana deveria ou não engravidar, cerca de 565 mil usuários opinaram, sendo que 97% res-

ponderam que sim. As enquetes sempre tiveram papel importante para se conhecer o usuário e podem contribuir com dados estatísticos para se verificar o grau de envolvimento do espectador com a trama e o próprio processo de migração de audiência entre plataformas.

Um efeito colateral derivado dessa inédita produção de conteúdos por meio da interconexão de plataformas começa a se delinear: em paralelo ao *blog* oficial da personagem Luciana, uma usuária criou um outro *blog*<sup>7</sup>, com o mesmo nome *Sonhos de Luciana*, contando sua versão da história da novela. No primeiro *post* do *blog*, reproduzido na Figura 5, a autora diz “antes de mais nada, quero agradecer minha irmã por ter me presenteado com esse espaço”. Na trama da novela, a irmã de Luciana, Mia, cria o *blog* para ela. Ainda, a usuária do *blog* convida os leitores a contribuírem com ideias para o próximo *post*.

**Figura 5** – Primeiro post do blog Sonhos de Luciana, criado por usuária.



Pela sua incipiência, não se concretiza, ainda, uma experiência de *fanfiction*<sup>8</sup>, já que a autora do *blog* afirma não ter qualquer vinculação direta com a trama da novela e diz ter o objetivo de problematizar a confusão entre realidade e ficção. Apesar desse esforço em desvincular-se da trama oficial da novela, o *blog* da usuária pode ser pensado como integrante colateral do universo de *Viver a Vida*, constituindo-se como uma extensão não-canônica da trama, já que sua aceitação foi extraordinária e recebeu a mesma média de comentários (cerca de 160) que o *blog* da Rede Globo.

Para Jenkins, a inteligência coletiva é o processo social de aquisição de conhe-

<sup>7</sup> Disponível em <http://www.blogsonhosdeluciana.com.br/>

<sup>8</sup> A definição que consta no *site wikipedia* é: ficção criada por fãs que não faz parte do enredo oficial da história a que faz referência.

cimento. A exemplo do convite aos leitores para participarem do percurso da narrativa construída no *blog* (Figura 5), pode-se pensar que a *comunidade de conhecimento* oferece espaços de afinidade e o aprendizado é construído coletivamente ao re-imaginar a continuação da história dos personagens (JENKINS, 2008, p. 57). A amplitude alcançada pelo *blog* não oficial deve levar-nos a pensar em transformações na forma como a audiência passa a se relacionar com as produtoras de conteúdos, já que o acesso a ferramentas de produção e circulação via internet permite que o usuário doméstico gerador de conteúdo tenha a mesma visibilidade que as grandes produtoras. Disso decorrem, certamente, transformações econômicas.

## 5 A CONFIGURAÇÃO TRANSMIDIÁTICA NA ECONOMIA DIGITAL

O processo de produção e circulação das narrativas transmidiáticas requer alto grau de coordenação entre diferentes setores de mídias, envolvendo uma teia complexa de franchising e licenciamento de produtos (BECHMANN PETERSEN, 2006, p. 95). Empresas de mídia atuais estão horizontalmente integradas e são incentivadas a disseminarem suas franquias pelas mais variadas plataformas de mídia. A atual configuração da indústria de entretenimento faz da expansão transmidiática um imperativo econômico e provoca transformações nos processos de consumo e produção. Pesquisadores e produtores identificam assim novas oportunidades de negócios para o *marketing* de mídia na medida em que novas gerações de consumidores desenvolvem perfil para lidar com essa corrente de histórias e se tornam caçadores de informação partindo de múltiplas fontes (SCOLARI, 2009). Nessa economia digital, um produto ou serviço não é mais vendido a partir do marketing persuasivo. Agora os objetivos são mais ambiciosos: procura-se criar um universo simbólico envolvido pelo significado da marca (SCOLARI, 2008). Nesse contexto, o *site* de *Viver a Vida* traz o ambiente “da tv para você”: um espaço para compra de roupas e acessórios usados pelas personagens na novela, compondo assim a Globo Marcas. Jenkins (2008) acredita que os produtos associados são extensões que podem dar um grande senso de realismo à ficção. Dentre os produtos com nomes das personagens em destaque, é possível adquirir a *Sandália Helena* ou o *Kit Pingentes Mia*.

Em *Viver a Vida*, outras formas de *merchandising* foram exploradas a partir da apropriação do cotidiano como maneira de difundir ideias dentro de um produto de mídia. Para Marcio Shiavo (2002), essa apropriação é o *merchandising social*, a inserção de questões sociais com mensagens nas tramas das telenovelas. Em *Viver a Vida*, o autor amplia o merchandising para o *blog* de Luciana. Ao trazer a personagem cadeirante,

a novela defende problemáticas sociais envolvendo temas reais na ficção. Na novela, a personagem supera problemas e sofrimentos e aprende a *Viver a Vida*. O diálogo possibilita ao público estabelecer uma relação de cumplicidade com a telenovela. Segundo Shiavo, com o merchandising social, pode-se interagir com as produções e suas personagens, que atuam como formadores de opinião, provendo informações úteis e práticas de maneira clara (2002, p. 01).

A narrativa transmidiática fortalece esse circuito de *merchandising social* e, desse modo, amplia as possibilidades de implementação de mudanças sociais. Pode-se pensar no universo de *Viver a Vida* como um embrião de um tipo ideal de narrativa transmidiática: o ativismo transmídia<sup>9</sup>, pensado por alguns teóricos como a narrativa transmidiática com poder da mudança social. Para esses teóricos, a transmídia pode ser uma forma narrativa poderosa de se comunicar a favor da mudança social. Ativismo transmídia é assim uma forma de conectar pessoas envolvidas em uma causa, pela sua exposição a uma variedade de mídias pelos vários canais de distribuição – os quais abrem espaços para diálogo e oferecem ao usuário experiências de aprendizado sobre o tema – e então trabalhando com um segmento de público mais criativo e engajado para facilitar a criação de seus próprios conteúdos que irão explicar a causa e inspirar ações sucessivas. (SRIVASTAVA, 2009).

## 5 NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA: A IMENSA TELA DOS SENTIDOS

A narrativa transmidiática oferece novas formas de consumo da novela diária.

A experiência relatada neste texto posiciona a Rede Globo como pioneira na construção de narrativa transmidiática em telenovela brasileira. Para compreender esse movimento alguns pontos foram essenciais. É importante destacar a ousadia da emissora ao utilizar o *blog* como extensão diegética do universo da telenovela, extraindo personagem de alta complexidade e apelo social. Trata-se de um campo aberto à investigação, com poucos estudos sobre essas experiências recentes de produção e circulação de conteúdos.

O *workshop* de Jeff Gomez à equipe da Rede Globo coincidiu com o início do *blog Sonhos de Luciana*. Gomez continuará a influenciar as produções audiovisuais nacionais com outros projetos transmidiáticos. Com a proliferação de plataformas transmídias, assistiremos num futuro próximo a um maior envolvimento do usuário gerador de conteúdo: a fusão entre experiências realizadas em casa, pelo computador, pelo celular, pela televisão e cinema, pelo impresso etc. Essas plataformas já fazem parte do

<sup>9</sup> O termo foi cunhado por Lina Srivastava para indicar o potencial de transformador social da narrativa transmidiática. Disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Transmedia\\_storytelling](http://en.wikipedia.org/wiki/Transmedia_storytelling)



cotidiano das pessoas e levarão a transformações em todos os sentidos do envolvimento que hoje experienciamos (DINEHART, 2006; BARDZELL et. al., 2007; BECHMANN PETERSEN, 2006 ).

Este trabalho pretende abrir caminhos para acompanhar futuras produções nacionais a fim de questionar como as produtoras estão adaptando os modelos de negócios propostos pelo universo transmidiático e como a telenovela passará a contar histórias por meio de multiplataformas. O novo modelo pode ser um grande aliado aos conglomerados de mídia, caso da Rede Globo, que detêm diferentes setores de produção de mídias como o cinema, televisão, impressos (revistas e jornal) e internet. Por outro lado, podemos pensar que as possibilidades transmidiáticas trazem novas perspectivas aos produtores independentes e aos usuários geradores de conteúdo. O ativismo transmídia é um projeto que merece mais investigação e pode ser pensado para uso junto a comunidades. Essas, entre outras interrogações, pode nos levar a pensar tais produtos transmidiáticos como importantes aliados em campos como o da educação. Seu potencial é imenso como ferramenta para a apropriação de conhecimentos ao possibilitar o trabalho com conteúdos específicos. Essa potencialidade deriva particularmente das propriedades essenciais dessas mídias: a imersão em múltiplas linguagens, a transdisciplinaridade, o agenciamento e as novas narratividades.

## REFERÊNCIAS

ASKWITH, D., **Television 2.0: Reconceptualizing** – TV as an Engagement Medium. New York University, 2003.

BARDZELL, S., WU, V., BARDZELL, J., & QUAGLIARA, N. Transmedial interactions and digital games. **Proceedings of the International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology**, 2007. Disponível em: <http://conference.icts.sbg.ac.at/www.ace2007.org/download/p307-bardzell.pdf>. Acesso em: 01 out 2010.

BECHMANN PETERSEN, A. Internet and cross media productions: Case studies in two major Danish media organizations. **Australian Journal of Emerging Technologies and Society**, 4(2), 94-107, 2006.

DINEHART, S. Thesis Paper, USC CNTV IMD 2006. Disponível em: <http://interactive.usc.edu/members/edinehart/archives/006541.html>. Acesso em: 01 jan 2010.

FERNANDES. I. **Memória da Telenovela Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

FORD, S. **As The World Turns in a Convergence Culture**, Massachusetts Institute of



Technology, 2007.

GOMES, J., **Creators of Transmedia Stories**. Entrevista concedida ao *site* The Narrative Design Exploratorium. Disponível em: <http://narrativedesign.org/2009/09/creators-of-transmedia-stories-3-jeff-gomez/>. Acesso em: 01 fev 2010.

JENKINS, H. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, D. Intelligent Design or Godless Universe? The Creative Challenges of World Building and Franchise Development. **Franchising Media Worlds: Content Networks and The Collaborative Production of Culture**, PhD Dissertation, University of Wisconsin-Madison, 2009.

LONG, G. **Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics, and Production at the Jim Henson Company**. Massachusetts Institute Of Technology, 2007.

MELO, J. M. **As telenovelas da Globo**. São Paulo: Summus, 1988.

REIS, C.; LOPES, A.C. **Dicionário de teoria da narrativa**. São Paulo: Ática, 1988.

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

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

SHIAVO, M. R. Merchandising Social: as Telenovelas e a Construção da Cidadania. In: **Congresso em Ciência da Comunicação**, XXV, 2002, Salvador (Bahia).

Trabalho apresentado no NP14-Núcleo de Pesquisa Ficção Seriada.

SRIVASTAVA, L. **Transmedia Activism: Telling Your Story Across Media Platforms to Create Effective Social Change**, 2009. Disponível em: [http://www.mediarights.org/news/Transmedia\\_Activism\\_Telling\\_Your\\_Story\\_Across\\_Media\\_Platforms\\_to\\_Create\\_Eff/](http://www.mediarights.org/news/Transmedia_Activism_Telling_Your_Story_Across_Media_Platforms_to_Create_Eff/). Acesso em: 20 abr 2010

THORBURN, D. Television Melodrama. In, Adler, Richard Adler, and Douglass Cater, editors. **Television as a Cultural Force**. New York: Praeger, 1976.

VALENCISE-GREGOLIN, M. **Mídia e Cultura: Machinima, objeto da contemporaneidade**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2009.

ZACARIOTI, M. & COSTA, V. **Telenovela e Merchandising Social: ficção e realidade**. UNI revista. v. 1, n. 3, julho 2006.