

A transmidialidade em obras ficcionais brasileiras

Vanessa de C. W. Colatusso¹, Sandra Fischer²

1. Mestranda do Curso de Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná - UTP, email: [*vanessa@iparana.com.br](mailto:vanessa@iparana.com.br)

2. Professora Doutora - Orientadora de Doutorado da Universidade Tuiuti do Paraná

Palavras Chave: *Indústria Cultural, Transmidialidade, Consumo Midiático.*

Introdução

A abordagem das teorias sobre interatividades ou cultura da convergência, amplamente estudada por Henry Jenkins (2009), ocorre frequentemente nos estudos das dinâmicas socioculturais, políticas e tecnológicas. A convergência, ou seja, o ponto comum para onde a mídia está caminhando, seja ela cultural, tecnológica, comercial ou corporativa, é definida pelas mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais e no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Mas, além de uma mudança tecnológica, a convergência, segundo Jenkins, “altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (JENKINS, 2009, p. 43).

No Brasil, existem núcleos de pesquisa relacionados ao assunto a Obitel Brasil - Rede Brasileira De Pesquisadores Da Ficção Televisiva investiga tais mudanças nas práticas das produções ficcionais brasileiras, como as telenovelas que oferecem vários desdobramentos de recepção de conteúdo como as páginas na internet que interagem com os fãs e oferecem experiências que vão além do que é transmitido na televisão com capítulos exclusivos, bate-papo entre outros.

Essas configurações não se restringem apenas as telenovelas, os programas de tevê são atualmente desenvolvidos a serem os mais interativos possíveis, com versões *online*, através dos *blogs*, *sites* e uso das *hashtags* e uma infinita possibilidade de alternativas para aumentar a visibilidade. Assim como também os filmes que são lançados de maneira multimidiática. Citaremos como exemplo a experiência brasileira que foi a primeira obra transmidiática realizada no país o filme *Latitudes* (“*Latitudes*”; Felipe Braga, BR, 2013) foi vencedor do Prêmio APCA 2014 e indicado ao EMMY 2014.

Resultados e Discussão

A narrativa ficcional, mais precisamente as telenovelas, ocupam lugar de destaque na cultura popular brasileira. Sua relevância é comprovada por dados obtidos pela Obitel que comprovam que de 21% da grade de programação da tevê brasileira no ano de 2011 foi destinada a esse tipo de produção (LOPES, 2012, p. 133). Mas não são apenas as telenovelas que disputam a atenção do público brasileiro no contexto social contemporâneo, também a diversidade advinda da *Internet* em suas múltiplas possibilidades de acesso. Assim, compreender o consumo brasileiro de mídia é importante para se encontrar o início desse ciclo. Para isso, utilizamos o levantamento sobre os hábitos de informação dos brasileiros, a “Pesquisa Brasileira De Mídia 2015” (PBM, 2015) para compreender como o brasileiro consome informações.

Através desses dados, ao analisar as obras cinematográficas transformadas em miniseries pela Rede Globo, observamos que ela modifica seus produtos a fim de manter e até mesmo aumentar o seu público.

Alguns exemplos, como o filme *Xingu* o qual teve a adaptação para televisão com um subtítulo: *A saga dos irmãos Villas-Boas. Serra Pelada* que em 2014 ganhou a sua releitura para minissérie e passou por nova montagem e edição, foi exibida em quatro capítulos. Também as obras *Chico Xavier*, *O Tempo e o Vento*, *Gonzaga de Pai pra Filho* e *Tim Maia* seguem essa mesma configuração de serem obras produzidas para o cinema em parceria com a Globo Filmes e que foram adaptadas para serem retransmitidas na tevê aberta.

Caminhos inversos também acabam se destacando, como o caso da telenovela *Os Dez Mandamentos* exibida pela rede de televisão Record no ano de 2015 e que devido a sua grande audiência, lançou em 2016 o filme com o mesmo nome. Esse, antes mesmo da pré-estreia, teve bilheteria esgotada para o dia do lançamento do filme, segundo a assessoria de imprensa da emissora (PRÉ-VENDA, 2016). O número de ingressos vendidos na pré-estreia ultrapassaram as vendas da produção americana *Star Wars: O Despertar da Força* lançado em dezembro de 2015.

E para citar uma produção independente, o conjunto de obras *Latitudes* cumpre um papel de projeto democrático que não vê o consumidor de forma homogênea. Busca os vários perfis de usuários de mídias. Desde aqueles que se envolvem com o cinema, com a tevê ou aqueles que preferem conteúdo gratuito através dos capítulos e *blogs* na *internet*.

Conclusões

A estratégia da midiatização através da transmidialidade das obras ficcionais brasileiras dá-se das constatações de que as pessoas estão a cada ano adeptas as novas tecnologias, assim como, seletivas em relação ao conteúdo que irão consumir. Por isso a transmidialidade se mostrou necessária diante dos números constatados pelo mercado midiático no Brasil, embora ainda em fase de estudo e adaptação já se faz presente há alguns anos como estratégia de divulgação.

Com o advento de novas mídias (e meios), observa-se em suas linguagens e no impacto na sociedade, um novo sentido na forma como as pessoas buscam essas obras. A rápida transformação tecnológica e o aparecimento de novos dispositivos de comunicação ocasionam transformações sociais universais. Embora não comandem a procura por essas novas alternativas de consumo de mídia, mas sim, sirvam de apoio aos usuários.