

Reflexões e práticas transmídia no Brasil:

uma retrospectiva crítica

Dario Mesquita¹, Sérgio Nesteriuk² e
João Massarolo³

Resumo

Apesar do desgaste conceitual do termo transmídia nos últimos anos (SCOLARI, 2017), ele ainda é uma lógica estratégica para refletir sobre como conteúdos transitam por mídias e plataformas. Ainda são necessários novos olhares teóricos para ir além da noção de narrativa transmídia, estabelecida por Jenkins (2016), para se aprofundar reflexões sobre um contexto em que todo projeto de mídia surge como uma experiência transmídia, em descompasso com uma formação profissional ainda baseada numa lógica monomidiática - com televisão, cinema e internet pensados criativamente de maneira convencional. Nesse sentido, pergunta-se: o que as reflexões sobre transmídia no Brasil até então trazem de novo e particular para o campo? Que novos caminhos podem ser traçados a partir de uma retrospectiva sobre o tema nacionalmente? Para responder a essas perguntas, o presente trabalho pretende pensar a prática transmídia por uma perspectiva geográfica-cultural, na busca de um olhar brasileiro sobre o fenômeno através de uma análise de reflexões teóricas e projetos nacionais da televisão e cinema. Para tanto, é feita uma breve revisão bibliográfica de investigações brasileiras, bem como são apontadas iniciativas pioneiras no desenvolvimento de projetos transmídia no país.

Palavras-chave

Transmídia; Audiovisual; Cinema; Pesquisa brasileira; Televisão.

¹ Doutor em Design pela Universidade Anhembi Morumbi. Professor do Programa de Pós-Graduação em Produção de Conteúdo Multiplataforma (PPGCOM) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). E-mail: dario@ufscar.br.

² Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Professor do PPG Design da Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: nesteriuk@hotmail.com.

³ Doutor em Cinema pela USP. Professor do Programa de Pós-Graduação em Produção de Conteúdo Multiplataforma (PPGCOM) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). E-mail: massarolo.joao@gmail.com.

Reflections and transmedia practices in Brazil:

a critical retrospective

Dario Mesquita¹, Sérgio Nesteriuk² and
João Massarolo³

Abstract

Despite the conceptual wear and tear of the term transmedia in recent years (SCOLARI, 2017), it is still a strategic logic to reflect on how content transits through media and platforms. New theoretical perspectives are still needed to go beyond the notion of transmedia narrative, established by Jenkins (2016), to deepen reflections on a context in which every media project emerges as a transmedia experience, out of step with professional training still based on in a mono media logic - with television, cinema and internet creatively thought out in a conventional way. In this sense, the question is asked: what do reflections on transmedia in Brazil so far bring new and particular to the field? What new paths can be traced from a national retrospective on the subject? To answer these questions, the present work intends to think about the transmedia practice from a geographical-cultural perspective, in search of a Brazilian perspective on the phenomenon through the analysis of theoretical reflections and national television and cinema projects. To this end, a brief bibliographical review of Brazilian investigations is made, as well as pioneering initiatives in the development of transmedia projects in the country are highlighted.

Keywords

Transmedia; Audiovisual; Cinema; Brazilian research; Television.

¹Doutor em Design pela Universidade Anhembi Morumbi. Professor do Programa de Pós-Graduação em Produção de Conteúdo Multiplataforma (PPGCOM) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). E-mail: dario@ufscar.br.

²Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Professor do PPG Design da Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: nesteriuk@hotmail.com.

³Doutor em Cinema pela USP. Professor do Programa de Pós-Graduação em Produção de Conteúdo Multiplataforma (PPGCOM) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). E-mail: massarolo.joao@gmail.com.

Introdução

Entende-se que o termo *transmídia* se refere ao fluxo de conteúdos através de mídias, que “[...] implica algum tipo de estrutura ou relação sistêmica entre múltiplas plataformas de mídias e práticas” (JENKINS, 2016, p. 220). Neste sentido, ele atua como uma partícula adjetiva, que caracteriza (ou modifica) um processo ou prática quando, por exemplo, é incorporada ao jornalismo, à publicidade e à educação. Por si só, como partícula substantiva, o termo diz pouco sobre as mídias envolvidas, ou mesmo sobre o contexto de aplicação e as condições produtivas e econômicas.

Como lembra Jenkins (2016), “*transmídia*” não implica um processo de digitalização, apesar de ser algo importante na facilitação de acesso ao fluxo de informações. O essencial, quando se discute práticas *transmídia*, são os fenômenos em torno dos conteúdos de mídia que transitam por meios distintos – levando em consideração fatores criativos, econômicos, tecnológicos e culturais. Com isso, o grande fluxo de informações, associado também à participação do público, cria desafios reflexivos e produtivos no campo da comunicação.

Diante desse contexto, apesar do desgaste conceitual do termo *transmídia* nos últimos anos, ele é estratégico para refletir sobre como conteúdos transitam por mídias e plataformas [1]. Assim, Scolari (2017) defende que ainda é preciso novos olhares sobre a ideia de prática *transmídia*, indo além do que foi estabelecido por Jenkins (2007), pela noção de narrativa *transmídia* [2], a fim de renovar ideias diante de um cenário no qual todos os projetos criativos atuam por diferentes meios, consumidos por distintas telas.

Assim, questiona-se: o que as reflexões sobre *transmídia* no Brasil trazem de novo e particular para o campo? Que novos caminhos podem ser traçados por uma retrospectiva sobre o tema nacionalmente? Na tentativa de responder a essas questões, propõe-se pensar a prática *transmídia* por uma perspectiva geográfica-cultural, buscando-se, assim, um olhar brasileiro sobre o fenômeno pela análise de abordagens teóricas e projetos audiovisuais que transitam especialmente entre televisão, cinema e internet. Para tanto, é feita uma breve revisão bibliográfica sobre o pensamento teórico no país, abordando autores como Fachine *et al.* (2013), Lopes e Castilho (2018), Massarolo (2014), entre outros. Após, em diálogo com os referenciais levantados, são feitas análises de iniciativas pioneiras provenientes da televisão e do cinema no desenvolvimento de projetos *transmídia*.

A partir disso, é possível compreender as particularidades produtivas no Brasil e como isso reflete nas formulações teóricas – em um ambiente em que empresas televisivas e produtoras audiovisuais independentes protagonizam as principais iniciativas.

Olhares brasileiros sobre as práticas transmídia

No Brasil, as reflexões sobre o fenômeno transmídia giram principalmente em torno de conteúdos relacionados a programas televisivos, notadamente telenovelas produzidas pela TV Globo. Cerqueira (2014) afirma que em 2006 a emissora passou a investir em conteúdos complementares para telenovelas na internet, a exemplo de *Páginas da Vida* (2006-2007), com vídeos especiais sobre síndrome de Down (tema abordado na obra) em seu website. Em 2007, Alex Medeiros (na época, gerente de formatos da área de Desenvolvimento Artístico e Portfólio) e Gustavo Gontijo (então coordenador de Desenvolvimento de Novos Formatos) relatam que foram constituídas equipes para refletir as transformações ocasionadas pela internet e propor estratégias de ações para esse novo ambiente.

Como resultado, após a implantação da Diretoria Geral de Entretenimento (DGE), em 2008, foi criada a função do produtor de conteúdo transmídia, que trabalharia junto às equipes das telenovelas (MEDEIROS; GONTIJO, 2013). Após isso, foram feitas as primeiras experiências transmídia, como o jogo para internet Surfinia [3] para a telenovela *Três Irmãs* (2008-2009), blogs de personagens em *Caminho das Índias* (2009) [4] e em *Viver a Vida* (2009-2010) [5] (CERQUEIRA, 2014).

Em 2010, a emissora promoveu para seus funcionários um *workshop* ministrado pelo produtor transmídia Jeff Gomez [6] (CEO da *Starlight Runner Entertainment*), e uma palestra com Henry Jenkins [7], o que contribuiu para consolidar um setor que ficou conhecido como Departamento Transmídia, responsável pelo “[...] planejamento e implementação de conteúdos transmídia, direcionando seus esforços para pensar extensões multiplataformas das telenovelas” (CERQUEIRA, 2014, p. 53).

Após reestruturações na gestão do setor de entretenimento da emissora, em 2014, o Grupo Globo assumiu mais estratégias multiplataforma, ou seja, de integração entre as plataformas do conglomerado. Nesse ano o GShow foi criado e integrado ao portal Globo.com, funcionando como uma central de entretenimento da emissora, oferecendo inicialmente webséries originais e conteúdos derivados (*teasers* e entrevistas de bastidores) de programas exibidos na televisão. Por fim, em 2015 foi lançado o Globoplay, plataforma de *streaming* do Grupo Globo, que disponibiliza a grade de programação da TV Globo e conteúdos exclusivos, filmes e séries.

Segundo Pacete (2016), um exemplo dessa nova fase da Grupo Globo focada em estratégias multiplataforma foi a telenovela *Totalmente Demais* (2015-2016), que teve seu episódio zero exibido primeiramente no Globoplay, e que gerou ao final um *spin-off* – a série *Totalmente sem Noção Demais* (2016), com dez episódios disponibilizados pelo serviço de *streaming*. A série surgiu de uma parceria entre a área de Comercialização de Mídias Digitais da Globo e a agência Lew’Lara\TBWA, em uma ação patrocinada pela marca de esmaltes Risqué. Conforme comenta Eduardo Becker, antigo diretor de Comercialização de Mídias Digitais, esse projeto demonstrou

a aposta do Grupo Globo na produção de conteúdo multiplataforma, em complemento à experiência da televisão: “[...] exatamente por compreender que as pessoas estão em diferentes telas, temos trabalhado para oferecer soluções de comunicação que ampliem e otimizem o contato de marcas com seus consumidores” (PACETE, 2016, On-line).

É interessante notar como o discurso sobre narrativa transmídia foi sendo sobreposto pelo de multiplataforma na Globo, a partir de 2014, com a criação de novos serviços e replicação dos conteúdos televisivos por diferentes janelas. Nesse contexto, estratégias de narrativas transmídia tornaram-se também um meio para fins comerciais diretos – a exemplo do perfil de Instagram da personagem Vivi Guedes (Paolla Oliveira), de *A Dona do Pedaço* (2019), usado tanto como expansão narrativa como para *brandend content*.

Ao longo dos anos, esse conjunto de ações foram importantes para consolidar diferentes iniciativas transmídia de telenovelas da TV Globo, tais como aplicativos para dispositivos móveis com conteúdo complementar ou recursos para interação, além de blogs e perfis de personagens em redes sociais. Entre 2009 e 2013, foram identificadas 59 extensões transmídia de telenovelas, entre websites ficcionais, blogs de personagens e webséries (ARAB, 2015).

Medeiros e Gontijo (2013), produtores transmídia da Globo nesse período, afirmam que o conceito de narrativa transmídia foi praticado no Brasil de maneira distinta do contexto norte-americano. Enquanto Jenkins (2016) formulou suas ideias pelas análises de filmes e séries estadunidenses, no Brasil as reflexões assumiram como base a telenovela na televisão aberta, que possui características e qualidades próprias que são moldadas desde a década de 1960. Na visão dos produtores, “[...] qualquer ação transmídia deve refletir e expandir a experiência do produto da TV aberta, mas sem nunca ferir ou ir contra a obra original” (MEDEIROS; GONTIJO, 2013, p. 346).

A prática transmídia assumiu, portanto, um papel importante no reposicionamento de marca da Globo como emissora de televisão aberta, com conteúdos dispersos que remetam e agreguem valor (financeiro ou simbólico) à sua grade de programação. Segundo Machado (2011), ao discutir o fim da televisão (como renovação), esse é o processo pelo qual passam a televisão (em especial) e o audiovisual como um todo, fruto de transformações marcadas pela “fragmentação e multiplicidade de direções”, em um momento de “estupefação, desafio e necessidade de riscos em direção a alguma coisa que ainda não se sabe bem o que poderá vir a ser” (MACHADO, 2011, p. 88). O que levaria a um período de experimentações de modelos televisivos em superação à visão massificada da TV, algo que é destacado nos estudos nacionais.

Primeiras reflexões nacionais: televisão em foco

Como visto, fica evidente o motivo pelo qual as principais reflexões acadêmicas sobre o fenômeno transmídia desdobraram-se junto aos estudos de televisão no Brasil. Um dos principais marcos nesse sentido, de acordo com Castilho (2019), aconteceu em 2010, com a realização da conferência “O poder da telenovela e os princípios transmídia”, proferida por Jenkins na PUC-Rio, durante o V Seminário Internacional Obitel (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva), promovido pelo Centro de Estudos de Telenovela (CETVN) da USP, em parceria com a Globo Universidade. Com esse evento, a rede de pesquisadores Obitel Brasil (que envolve grupos de diferentes universidades) passou a dedicar-se a um extensivo estudo sobre o fenômeno transmídia na ficção seriada televisiva, “[...] sobretudo com foco no conceito de recepção transmídia” (LOPES; CASTILHO, 2018, p. 44). A partir dessas pesquisas, foram publicados livros bienalmente [8] pela rede, além de artigos em periódicos.

Nesse contexto de estudos televisivos, “transmidiação” é um dos termos conceituais mais difundidos nacionalmente. O termo foi utilizado primeiramente por Massarolo e Alvarenga (2010, p. 10) para tratar de “universos em transmidiação”, ou seja, “universos narrativos expandidos, produzidos em múltiplas plataformas e distribuídos pela multicanalidade, estimulando, além disso, a produção de conteúdos por parte do consumidor”, a fim de discutir os modelos de negócio que emergem no audiovisual diante das múltiplas telas.

Posteriormente, Fachine *et al.* (2011) utilizou “transmidiação” como uma redefinição de seu conceito “transmediação”, entendido originalmente como uma lógica que “[...] envolve formas culturais que já são concebidas para a circulação, operando a partir da lógica da cocriação propiciada pelos desdobramentos possíveis do universo ficcional proposto” (FECHINE, 2009, p. 4). Por outro lado, transmidiação parte de um estudo sobre os conteúdos transmídia das telenovelas da Globo, sendo:

um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente da convergência. (FECHINE *et al.*, 2013, p. 26)

É argumentado que a transmidiação tem como base estratégias que se articulam a partir de universos discursivos – “um conjunto de discursos que interagem em dada conjuntura”, que atuam em um jogo interdiscursivo constante “[...] dentro do qual os conteúdos se influenciam e delimitam reciprocamente” (FECHINE *et al.*, 2013, p. 32). Na abordagem da transmidiação, porém, não são estudados conteúdos de fãs e seus ambientes de discussão.

Fachine *et al.* (2013) classifica as estratégias de transmidiação em duas grandes

categorias: (1) propagação, voltada para, através de distintas mídias, repetir conteúdos já existentes em programas televisivos, como telenovelas, a fim de retroalimentar o interesse a atenção sobre conteúdos; e (2) expansão, uma estratégia para geração de conteúdos que desdobram o universo narrativo para além da televisão.

A partir dessas duas classificações, são articuladas subcategorias [Quadro 1], a fim de qualificar os conteúdos a partir de especificidades funcionais. Um conteúdo gerado por estratégias de propagação, por exemplo, pode ser criado a partir da reformatação de trechos das telenovelas para outros espaços midiáticos – reiterando o que já foi exibido ou divulgando a telenovela. Já um conteúdo criado como estratégia de expansão pode funcionar como uma extensão textual – com desdobramentos narrativos, ou como uma extensão lúdica, na qual o espectador é convidado a “[...] brincar com o universo diegético” (FECHINE *et al.*, 2013, p. 52).

Quadro 1 – Quadro resumo das estratégias e conteúdos pelo conceito de “transmídiação”.

Estratégias	Conteúdos	
PROPAGAÇÃO	Conteúdos reformatados: conteúdos com variações do produto televisivo original.	Antecipação: conteúdos que antecipam o que será exibido no produto principal.
		Recuperação: conteúdos que relembram o que já foi exibido.
		Remixagem: conteúdos que reformatam o que foi exibido, modificando o sentido original.
	Conteúdos Informativos: conteúdos não ficcionais, que contribuem para compreensão do mundo ficcional.	Contextuais: conteúdos que ajudam o público a compreender melhor o mundo ficcional.
Promocionais: conteúdos extratextuais desenvolvidos para promover o produto televisivo.	EXPANSÃO	Conteúdos de extensão textual: conteúdos que são desdobramentos narrativos do produto televisivo.
Extensões Narrativas: conteúdos que complementam a narrativa do produto televisivo.		
Extensões diegéticas: artefatos pertencentes ao mundo ficcional que são acessíveis ao público.		
Conteúdos de extensão lúdica: conteúdos online que proporcionam vivências.		Extensões vivenciais: conteúdos que demandam que interação do público.
Extensões de marca: conteúdos que exploram a relação do público com telenovela ou com a emissora.		

Fonte: (FECHINE *et al.*, 2013, p. 37).

A transmídiação, por Fechine *et al.* (2013), entende a televisão como a âncora de um universo discursivo, tendo a telenovela como a nave mãe do projeto. A partir da

telenovela são geradas extensões com naturezas distintas, de finalidades narrativas, promocionais ou lúdicas. Nesse sentido, a transmídiação abarca em suas análises tanto conteúdos que dão continuidade narrativa à telenovela como outros que não.

O que coloca o conceito em contraponto à noção de narrativa transmídia. Como discutido por Jenkins (2016), as ideias de continuidade e compreensão aditiva são cruciais para a noção de narrativa transmídia, excluindo assim, conteúdos promocionais que não expandem a história ou trazem uma nova compreensão para ela. Por último, também é importante considerar a noção de universos discursivos, em transmídiação (FECHINE *et al.*, 2013), aproximando o conceito do campo da linguística, a fim de buscar referenciais para compreender as construções discursivas que emergem do projeto transmídia.

A transmídiação busca fornecer um ferramental para sistematização e análise de estratégias transmídia da teledramaturgia brasileira, especialmente do Grupo Globo, como enfatizado por Fechine *et al.* (2013). Apesar dessa especificidade de aplicação, a autora destaca que seu estudo pode servir como “[...] subsídio e referência para a identificação de categorias analíticas em outros campos de produção cultural (jornalismo, publicidade, cinema, etc.)” (FECHINE *et al.* 2013, p. 57). Mas, como ponderado, a sistematização possui limitações teórico-metodológicas por ser um recorte no conhecimento sobre o fenômeno transmídia, que nem sempre corresponde integralmente à sua operacionalidade.

Como contexto do papel importante da telenovela nos estudos de fenômenos transmídia, é pertinente considerar a forma como ela se estabeleceu nacionalmente como produto cultural. Com mundos representados como recortes do cotidiano, a telenovela é dotada de diferentes visões brasileiras. Esses mundos geram histórias relacionadas à vida diária das pessoas, desencadeando processos pelos quais compreendemos “a(s) realidade(s) em que nos situamos [...] construída(s) não apenas pela concretude do cotidiano, mas também pelos mundos ficcionais com os quais dialogamos” (MUNGIOLI, 2012, p. 99). Há, portanto, uma expressiva aderência do público às telenovelas, se comparado com outros produtos audiovisuais, como filmes nacionais, por exemplo.

Em torno das telenovelas há um ambiente bem estabelecido de produtos derivados desde a década de 1970 – vestuário, álbuns das trilhas sonoras e revistas especializadas para fãs. Um conjunto de ações e espaços comunicativos que ganharam reforço nos últimos anos com práticas transmídia. Além disso, a partir da década de 2010 vem se consolidando a transposição de programas televisivos para a internet, por onde os usuários assistem conteúdo via *streaming* por diferentes telas.

O fenômeno transmídia na televisão, portanto, não se limita apenas a um estudo da dimensão narrativa ou ficcional, mas também à experiência do jornalismo por diferentes dispositivos (ALZAMORA; TARCIA, 2012); do impacto da expansão de plataformas audiovisuais on-line, como o YouTube (CASTILHO, 2019); dos espaços de

socialização em rede criados em torno de séries (LEMOS; ARAB, 2021); das diferentes formas de apropriação do mundo ficcional pelo público (BORGES *et al.*, 2019); e das ficções de fãs derivadas de telenovelas brasileiras que circulam por fóruns on-line (ARAÚJO *et al.*, 2017). Essas dimensões tornam a televisão um objeto rico de análises que não caberiam nas categorizações de transmídiação – porém, elas servem como um norteador descritivo/analítico de objetos específicos bem enquadrados.

Diante das possibilidades investigativas, Massarolo (2014, p. 2) assume um olhar crítico para compreender o fenômeno transmídia no Brasil por diferentes caminhos, pois, os “[...] desafios metodológicos que se apresentam são muitos e variados, se fazendo necessário um conjunto de disciplinas articuladas entre si para um melhor entendimento”. Para o autor, indiferente do aporte teórico utilizado e área de estudo (educação, entretenimento, movimentos sociais etc.), “[...] as investigações assumem a condição de uma disciplina na qual as fronteiras situam-se numa zona cinzenta entre a indústria cultural e a cultura participativa” (MASSAROLO, 2014, p. 2).

A prática transmídia na relação entre televisão e cinema no Brasil

Nesse horizonte de possibilidades de estudos no Brasil, são poucas as pesquisas sobre o fenômeno relacionadas ao cinema. Existem, nesse aspecto, alguns estudos na linha da arqueologia transmídia, a fim de destacar antigas iniciativas como as em torno da personagem Zé do Caixão (SILVA, 2020), criada e interpretada por José Mojica Martins em diversos longas-metragens e transposta para outras mídias (quadrinhos e televisão), ou sobre a obra cinematográfica do grupo humorístico *Os Trapalhões*, que se expande por quadrinhos e programas televisivos (BONA, 2017).

Além dessa perspectiva arqueológica, é pertinente destacar algumas reflexões sobre as articulações entre o cinema e a televisão, como destacado por Lusvarghi (2007). Segundo a autora, o uso de estratégias transmídia por obras cinematográficas nacionais foi efetivado pela parceria entre produtoras independentes e empresas televisivas, especificamente o Grupo Globo, por meio da Globo Filmes – braço cinematográfico do conglomerado, criado em 1998.

Como Lusvarghi (2007, p. 2) afirma, o empreendimento “[...] representa o primeiro investimento de um grande grupo de mídia brasileiro no cinema, criando uma condição mais permeável a parcerias” com empresas cinematográficas estrangeiras e nacionais. A parceria entre televisão e cinema se consolidou por filmes como *Antônia* (2006) dirigido por Tata Amaral [9] e *Cidade dos Homens* (2007) dirigido por Paulo Morelli [10], ambos com séries homônimas na televisão aberta.

Apesar de Lusvarghi (2007, p. 159) não fazer uso do termo transmídia, recorrendo à noção de *cross-media* [11] em voga na ocasião, a autora compreende que, principalmente com *Antônia*, buscou-se “[...] criar conteúdo multiplataforma de conteúdo de ficção” (LUSVARGHI, 2007, p. 159). Nesse projeto, o filme circulou em festivais em 2006, tendo a primeira temporada da série exibida na televisão em

novembro do mesmo ano (com a segunda em novembro de 2007). O filme só foi lançado nas salas de cinema em fevereiro de 2007, apesar de tratar de acontecimentos anteriores à série.

Também houve outros desdobramentos: um álbum com músicas originais (seguido por shows e videoclipes) interpretadas pelas personagens principais – Preta (Negra Li), Lena (Leilah Moreno), Barbarah (Quelinah) e Maiah (Cindy Mendes); vídeos de *making off* da série; um quadro no programa Fantástico, de nome *Dicionário de Emília* (2016) [12], centrada em Emília (Natalie Cris), filha de Preta (Negra Li), que vive fazendo perguntas sobre o mundo; a série documental *Brasilândia* (2007), que trata sobre a periferia onde se passa a trama; e o curta-metragem *Antonios* (2007), disponibilizado pelo DVD da segunda temporada da série, que tratou sobre os avôs das protagonistas (LUSVARGHI, 2007).

Lusvarghi (2007, p. 14) comenta que ocorreu um processo articulado de divulgação e produção entre o cinema e a televisão, “que combina divulgação dentro da grade e acompanha a produção” dos filmes e das séries, com finalidade publicitária. Uma iniciativa que, como a autora conclui, partiu especialmente de agentes do mercado televisivo e seus parceiros, proporcionando uma base econômica e de público para as produções cinematográficas e suas extensões.

Porém, no caso de *Antônia*, a estratégia de lançar primeiro a série na televisão e depois o longa-metragem nas salas de cinema, acabou se tornando problemática para o sucesso do filme – apesar de críticas positivas e premiações em festival, e da boa repercussão da série. Foram lançadas 125 cópias do filme, com expectativa de 500 mil espectadores, entretanto, após um mês de exibição, o público alcançado foi de 4.75 mil espectadores (NOVAES, 2007, On-line).

Lembra-se que a Globo Filmes já havia adaptado, com relativo sucesso de público, alguns filmes baseados em séries originais da televisão, a exemplo de *Grande Família: O Filme* (2007) dirigido por Maurício Farias e *Os Normais: O Filme* (2003) com direção de José Alvarenga Júnior. A falha, segundo a jornalista Novaes (2007, On-line), pode ser percebida pela falta de conhecimento do próprio público de *Antônia* – jovens da periferia que não vão ao cinema. Como declarou a cantora e atriz Negra Li: “Ainda bem que colocaram o telão lá [na Vila Brasilândia] para as pessoas assistirem. Muita gente não viu porque é difícil, tem o preço do ingresso e a condução” (NOVAES, 2007, On-line).

Tal experiência não apenas suscita questões relativas à coprodução entre televisão e cinema para projetos transmídia, como também atenta para a necessidade de compreender a formação do público na prática transmídia. No mais, também é preciso dimensionar investimentos a cada etapa do projeto, torná-lo incremental ao longo do tempo, de modo a que cada fase possa crescer junto às demandas do público. Isso conduz a questionamentos sobre a existência de outras estratégias transmídia realizadas nacionalmente pelo cinema, sem uma articulação com mercado televisivo

desde o princípio.

O cinema brasileiro em foco

Entre as primeiras práticas transmídia em filmes nacionais independentes, é possível apontar iniciativas tímidas ligadas a obras como *Os Famosos e Os Duendes da Morte* (2009) com direção de Esmir Filho [13] e *As Melhores Coisas do Mundo* (2010) dirigido por Laís Bodanzky [14], ambos os filmes protagonizados por adolescentes, tendo blogs de personagens como extensões transmídia.

De maneira incremental, o filme *Desenrola* (2010), dirigido por Rosane Svartman, veio como uma proposta participativa do público pelo seu website, além de ter sido antecedido por série e blogs na internet. O longa-metragem acompanha o cotidiano de jovens na cidade do Rio de Janeiro, tendo como protagonista Priscila (Olívia Torres), que lida com as consequências da sua primeira experiência sexual. A premissa do filme surgiu a partir da websérie *Desenrola* (2008), também dirigida por Rosane Svartman [15], que se estendeu por meio de blogs, redes sociais e fóruns para participação do público, além de também envolver projetos junto a escolas (MULLER; MARTINS, 2011).

Tais experiências contribuíram para a criação do longa-metragem, que contou com contribuições do público para a composição de uma música para a trilha sonora, além de “[...] promoções para a escolha de atores do elenco de apoio e de um estagiário de direção, além de sugerir diálogos, dar palpites, entre outras ações” (MULLER; MARTINS, 2011, p. 2). Junto com o filme, foi lançada a série *Desenrola Aí* (2010-2011), com direção de Rosane Svartman, que teve duas temporadas exibidas pelo canal pago Multishow, com os protagonistas Boca (Lucas Salles) e Amaral (Vitor Thiré) – coadjuvantes no longa-metragem.

Em *Desenrola* fica mais clara a intenção de trabalhar o tema principal do mundo das personagens em etapas, iniciando-se com uma websérie com espaço para participação e constituição de um público fidelizado, conduzindo-se para outros meios com alcance diversificado, como o cinema e televisão paga. Podemos considerar que, em contraposição à *Antônia*, o projeto transmídia de *Desenrola* transcorreu de forma mais sustentável e incremental, comportando, assim, uma produção independente que foi angariando parcerias para que seu mundo ficcional fosse expandido.

Essa perspectiva de inovação pela produção independente no Brasil também pode ser vista em políticas que fomentam inovações no campo do audiovisual, possibilitando experimentações criativas e articulações entre diferentes agentes criativos. Isso se materializa em iniciativas regionais como no Polo Audiovisual Zona da Mata, em Cataguases-MG; e na Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo (Spicine), na cidade de São Paulo-SP – que podem ser entendidos por

arranjos produtivos locais de audiovisual, ou seja, articuladores de redes criativas de uma determinada região entre diferentes expertises profissionais, fomentando a convergência entre conhecimentos e inovação na produção audiovisual (MASSAROLO; MESQUITA, 2018).

O Polo Audiovisual Zona da Mata foi instituído em 2014, sob a coordenação da Fundação Cultural Ormeo J. Botelho em parceria com empresas privadas, universidades e instituições públicas [16]. Ele tem o objetivo de promover produções audiovisuais, formação técnica, festivais, eventos e ações estratégicas para consolidação do setor audiovisual na região da zona da mata mineira.

Dentre suas iniciativas, destacamos a Aceleradora Transmídia, criada em 2016, após uma parceria estabelecida com 25 empresas de diferentes áreas criativas das regiões de Cataguases e Belo Horizonte [17]. Seu principal objetivo é incentivar a geração de outros formatos para produtos audiovisuais, visando novos públicos e expandir o acesso aos conteúdos, potencializando diferentes oportunidades de negócios.

A Aceleradora Transmídia provém acompanhamento e formulação de profissionais que possam produzir extensões para filmes, séries, *games* e animações para os projetos geridos pelo Polo Audiovisual Zona da Mata. Por exemplo, para o longa-metragem *A Família Dioni* (2015), dirigido por Alan Minas, foi estabelecida uma parceria com o Projeto Escola Animada – Edição Ver e Fazer, atuante desde 2013 em diversas escolas públicas da região da Zona da Mata. Tendo como mote a temática e a linguagem poética do filme, que acompanha o amadurecimento de um garoto no interior de Minas Gerais com toques de realismo fantástico, foram produzidos 11 curtas-metragens [18] com professores e alunos de escolas públicas, após a realização de oficinas audiovisuais. A Aceleradora Transmídia funciona, portanto, como um modelo dessa articulação entre empresas do setor audiovisual, trabalhando temáticas que abordem a cultura e a sociedade local.

Outro destaque é a Spcine, criada em 2013 pela Prefeitura de São Paulo como um escritório de desenvolvimento, financiamento e implementação de programas e políticas para o setor audiovisual (cinema, televisão, *games* e aplicativos). No ano de criação da Spcine, a Secretaria de Cultura do município de São Paulo lançou o edital nº 03/2013/SMC-NFC, por meio do Programa de Fomento ao Desenvolvimento de Projetos Audiovisuais, que selecionou projetos de audiovisuais como filmes, séries, animações e *games*, abrindo a prerrogativa de que poderiam “dialogar entre eles de forma transmídia”, de modo que houvesse a “expansão de universos narrativos (personagens, ambientações etc.) de forma estratégica em dois ou mais meios” (SMC-NFC, 2013, p. 2). Desse edital, foram selecionados 60 projetos, que em 2014 foram assistidos pelo Laboratório de Convergência (COLab), onde ocorreram encontros presenciais entre criadores e produtores para discutirem o desenvolvimento do projeto em três etapas: criação, produção e modelo de negócio – tendo o tema da

prática transmídia como central na primeira etapa [19].

Outra iniciativa da Spcine de fomento foi o Concurso KOHQ (“Nocaute HQ” – Transmídia Games & Quadrinhos) [20], realizado em parceria com o evento *Comic Con Experience (CCXP)*, com edições realizadas em 2017 e 2018, que premiou propostas transmídia que envolvessem quadrinhos e videogames.

Considerações Finais

No Brasil, há características produtivas e econômicas distintas do contexto estadunidense, de onde provém os principais referenciais sobre prática transmídia. Sendo assim, o artigo destaca a importância de refletir sobre o fenômeno transmídia a partir de uma perspectiva geográfica-cultural. Como visto, há esforços nacionais pontuais que buscam inovar através de projetos transmídia por meio de coproduções e políticas públicas de fomento, indo além do campo da televisão, que, por enquanto, tem maior destaque nos estudos sobre o fenômeno transmídia. Neste sentido, ainda é preciso pesquisas brasileiras de viés teórico-prático sobre como projetos transmídia podem transcorrer de forma sustentável e incremental – com potencial de auxiliar na formação de profissionais com foco multiplataforma.

Esse caminho se torna claro ao analisamos exemplos como *Desenrola*, que se desenvolveu próximo de seu público-alvo, em contraponto à *Antônia*, comportando, assim, uma produção independente que foi angariando parcerias para que seu mundo ficcional fosse expandido. Nesse aspecto, há questões em torno da ideia de projeto transmídia que precisam ser discutidas de modo a compreendê-lo como um guia de um processo incremental na construção de mundos junto ao seu público-alvo, funcionando assim, como plataformas que organizam nossos mundos culturais.

Em um contexto no qual todo projeto surge com uma qualidade transmídia, Scolari (2017) defende que o conceito de transmídia irá desaparecer no mundo profissional, pois “a maioria dos projetos de comunicação será transmídia e não será necessário destacar essa característica, da mesma forma que muitos projetos são ‘multimídia’ e ninguém se importa em adjetivá-los” (SCOLARI, 2017, On-line). Apesar dessa tendência, Scolari (2017) considera que ainda não houve uma incorporação completa de preceitos da prática transmídia na formação acadêmica e profissional de comunicadores, pois, mesmo que os jovens profissionais atuem como consumidores de projetos transmídia, eles ainda são treinados nas universidades para a produção monomídia – tratando televisão, cinema, rádio, jornal e internet como espaços distintos, sem uma abordagem estratégica de convergência entre eles. Como visto, iniciativas como a Aceleradora Transmídia, do Polo Audiovisual Zona da Mata, e o COLab, da Spcine, buscam suprir essa formação nos projetos selecionados por eles.

Ou seja, ainda há uma necessidade por pesquisas relacionadas ao conceito de transmídia e que contribuam para a formação profissional na busca por soluções

estratégicas de comunicação. Reflexões que ajudem a definir processos criativos para a viabilidade de experiências transmídia contextualizadas para o público brasileiro.

Notas

[1] A noção de plataforma é entendida como “[...] um canal ou mecanismo que conecta dois lados de forma discreta e não interagentes” (STEINBERG, 2019, p. 100), ou seja, um espaço que permite conexões entre agentes envolvidos (humanos ou não humanos) em diferentes níveis, mediando valores culturais ou financeiros.

[2] Formulado por Jenkins (2007), o conceito se refere a um modo de contar diferentes histórias em mídias distintas, a partir de um mundo ficcional, de maneira que elas se complementem de forma singular e significativa.

[3] O jogo era ambientado em seis praias onde os jogadores disputavam campeonatos de surfe por perguntas sobre a trama da telenovela, com acesso a conteúdos exclusivos e prêmios de acordo com seu desempenho (ARAB, 2015).

[4] O blog pertencia à personagem Indra (André Arteché), um carioca apaixonado pela cultura indiana.

[5] No blog *Sonhos de Luciana*, a personagem interpretada por Aline Moraes relata seu dia a dia como tetraplégica após um acidente de ônibus. Disponível em: <<http://glo.bo/4akLv23>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

[6] Disponível em: <<https://bit.ly/46Ue1EP>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

[7] Disponível em: <<https://bit.ly/48dPE6g>>. Acesso em: 15 abr. 2020

[8] Disponível em: <<https://obitelbrasil.blogspot.com/p/publicacoes.html>>. Acesso em: 16 abr. 2020.

[9] Uma coprodução entre a Coração da Selva e Globo Filmes, o longa-metragem se passa em Brasilândia, periferia de São Paulo, e acompanha quatro jovens mulheres negras que cantam juntas desde a infância e lutam pelo sonho de viver de música.

[10] Uma coprodução entre a O2 Filmes e a Globo Filmes, a obra acompanha o dia a dia dos amigos Laranjinha (Darlan Cunha) e Acerola (Douglas Silva), que cresceram juntos na favela carioca do Morro da Sinuca e enfrentam as primeiras dificuldades da vida adulta.

[11] O conceito *cross-media*, nesse caso, é compreendido como uma estratégia de marketing do mercado audiovisual, com a intenção de propagar a marca de um conteúdo por programas televisivos e diferentes mídias.

[12] Outras informações, apesar de parciais, pelo link. Disponível em: <<https://bit.ly/3uVdoz5>>. Acesso em: 15 mai. 2020.

[13] O filme retrata a vida melancólica de um adolescente (interpretado por Henrique Larré), no interior do Rio Grande de Sul, vivendo com seu melhor amigo, Diego (Samuel Reginato), enquanto sonha em fugir de casa e usa a internet como fuga da realidade. A obra é adaptação de um livro homônimo de Ismael Caneppele, lançado no mesmo ano do filme. Ambos compartilham as mesmas extensões narrativas, o canal de YouTube *JjingleJangle*, pertencente à irmã de Diego. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/JjingleJangle>>. Acesso em: 10 mai. 2020.

[14] A obra acompanha a jornada de amadurecimento do jovem Mano (Francisco Miguez) e seu irmão mais velho, Pedro (Fiuk), que vivem na cidade de São Paulo. Como extensão transmídia, há dois blogs de personagens: *Blog da Dri Novais*, com fofocas da escola dos protagonistas; e *Girassóis no Escuro*, de Pedro. Disponível em: <<https://blogdadrinovais.wordpress.com/>> e <<https://girassoisnoescuro.wordpress.com/>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

[15] Originalmente, os episódios eram publicados no domínio www.desenrola.com.br, que atualmente pertence a uma empresa imobiliária. O *trailer* da websérie está disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kydTZZhJ548>>.

[16] Mais informações: <<http://www.poloaudiovisual.org.br/>>. Acesso em: 06 mai. 2020.

[17] Disponível em: <<http://www.poloaudiovisual.org.br/projetos/aceleradora-transmidia/>>. Acesso em: 6 mai. 2020.

[18] Disponíveis em: <<http://www.afamiliadionti.com.br/producao-de-curtas-nas-escolas/>>. Acesso em: 6 mai. 2020.

[19] Mais informações sobre o COLab de 2014, acessar: <<https://inovacaospine.wordpress.com/colab/>>. Acesso em: 6 mai. 2020.

[20] Mais informações: <<http://spcine.com.br/kohq>>. Acesso em: 6 mai. 2020.

Referências

ALZAMORA, G.; TARCIA, L. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, p. 22–35, 2012. DOI: <<https://doi.org/10.25200/BJR.v8n1.2012.401>>.

ARAB, A. B. **Fã-Ativismo na Telenovela em Família**. 2015. 255 f. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) - Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, Universidade Federal de São Carlos, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/9841>>. Acesso em: 24 abr. 2019.

ARAÚJO, J. *et al.* *Fanfictions* de Telenovelas Brasileiras: Proposta Metodológica e o Panorama 2010–2015. In: Encontro Anual da Compós, 16, 2017. **Anais [...]**. São Paulo, 2017, p. 1–21. Disponível em: <<https://bit.ly/3GFtsXo>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

BONA, R. J. Narrativas, branding e consumo: um supersistema de intertextualidade transmídia brasileiro. **Geminis**, v. 8, n. 3, p. 168–183, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3RVsdZT>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

BORGES, G. *et al.* A construção de mundos ficcionais pelo fandom Limantha, de Malhação: Viva a Diferença. In: LOPES, M. I. V. de. (Org.). **A construção de mundos na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2019, p. 107–130.

CASTILHO, F. **Teletube** – TV Transmídia, Ficção e Fãs Online. São Paulo: Appris, 2019.

CERQUEIRA, R. C. B. **Transmídiação na Rede Globo**: análise das estratégias de conteúdo nos sites das telenovelas. 2014. 166 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal da Bahia, 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/48eQb7M>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

FECHINE, Y. *et al.* Como pensar os conteúdos transmídia na teledramaturgia

brasileira? Uma proposta de abordagem a partir de telenovelas da Globo. *In*: LOPES, M. I. V. de. (Org.). **Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 19-60.

FECHINE, Y. Transmídiação na Produção Ficcional do Núcleo Guel Arraes: a lógica da familiaridade em novas formas culturais. *In*: Encontro da Compós, 18, 2009. **Anais [...]**. Belo Horizonte, 2009, p. 1-14. Disponível em: <<https://bit.ly/3Thcrtt>>. Acesso em: 9 dez. 2023.

FECHINE, Y. *et al.* Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. *In*: LOPES, M. I. V. de. (Org.). **Ficção televisiva transmídia no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 17-59.

JENKINS, H. Transmedia 101. **Confessions of an Aca-Fan**. On-line. 21 mar. 2007. Disponível em <<https://bit.ly/41yvZvH>>. Acesso em: 15 fev. 2019.

JENKINS, H. Transmedia 202: Further Reflections. **Confessions of an Aca-Fan**. On-line. 31 jul. 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/479DKco>>. Acesso em: 15 fev. 2019.

JENKINS, H. Transmedia Logics and Locations. *In*: DERHY KURTZ, B. W. L. (Org.). **The Rise of Transtexts**. Nova Iorque: Routledge, 2016, p. 220-240.

LE MOS, L; ARAB, A. Gêneros do discurso e televisão transmídia: a série Cidade Invisível. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 44, 2021. **Anais [...]**. Virtual, 2021, p. 1-18. Disponível em: <<https://bit.ly/3RPUZeG>>. Acesso em: 20 jan. 2022.

LOPES, M. I. V. DE; CASTILHO, F. Recepção transmídia: perspectivas teórico-metodológicas e audiências de ficção televisiva online. **Galáxia**, n. 39, p. 39-52, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/3RTy5mC>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

LUSVARGHI, L. O cinema na era digital: a consolidação dos conteúdos cross-mediano Brasil, de Big Brother ao caso Antonia. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007. **Anais [...]**. Santos, 2007. p. 1-15. Disponível em: <<https://bit.ly/3RSyzbB>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

MACHADO, A. Fim da televisão?. **Famecos**, v. 18, n. 1, p. 86-97, 2011. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/4955/495551007008.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

MASSAROLO, J.; ALVARENGA, M. Franquia Transmídia: O Futuro da Economia Audiovisual nas Mídias Sociais. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 33, 2010. **Anais [...]**. Caxias do Sul, 2010, p. 1-16. Disponível em: <<https://bit.ly/3Nm9Pa5>>. Acesso em: 13 abr. 2020.

MASSAROLO, J.; MESQUITA, D. Reflexões teóricas e metodológicas sobre as narrativas transmídia. **Lumina**, v. 8, n. 1, p. 1-19, 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/488BLGK>>. Acesso em: 28 dez. 2023.

MASSAROLO, J.; MESQUITA, D. Arranjo Produtivo Local (APL Audiovisual): redes de criação e experimentação Transmídia. *In*: MASSAROLO, J.; SANATELLA, L.; NESTERIK, S. (Orgs.). **Desafios da Transmídia**: processos e poéticas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018, p. 166-195.

MEDEIROS, A.; GONTIJO, G. Transmídia por quem faz: ações na teledramaturgia da Globo. *In*: LOPES, M. I. V. de. (Org.). **Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 345-355.

MUNGIOLI, M. C. Gêneros televisuais e discurso: enunciação, ficcionalidade e interação na série Norma. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 24, p. 97-114, 2012. DOI: <<https://doi.org/10.18568/cmc.v9i24.238>>.

NOVAES, T. 'Antônia' por que o filme não brilhou? **Folha de São Paulo**. On-line. São Paulo, 12 mar. 2007. Disponível em: <<https://bit.ly/3TAebOB>>. Acesso em: 5 jul. 2020.

PACETE, G. L. Totalmente Demais e sua vocação multiplataforma. **Meio & Mensagem**. On-line. São Paulo, 30 mai. 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/4akNaoz>>. Acesso em: 5 ago. 2020.

SCOLARI, C. A. Transmedia is dead. Long live transmedia!. **Hipermediaciones**, 28 out. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3RAT8sQ>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

STEINBERG, M. **The Platform Economy** – how Japan transformed the consumer internet. Mineápolis: University of Minnesota Press, 2019.