



Retransmissão de *Supernatural* na web: deslocamento de conteúdo entre plataformas midiáticas.¹

Sarah Moralejo da Costa²
Universidade do Vale do Rio Sinos, Porto Alegre, RS

RESUMO

A produção audiovisual tem sido um dos tipos de produtos culturais mais explorados para a elaboração de narrativas transmídia devido às possibilidades de desenvolvimento dentro do contexto tecnológico que vivemos em que a presença de telas e plataformas audiovisuais é abrangente. Nesse contexto em que produtos culturais transitam entre as mais diversas mídias, a *web* vem sendo utilizada tanto como plataforma de recepção quanto mídia no desenvolvimento de narrativas. Este artigo tem como objetivo analisar o produto cultural *Supernatural* em processo de convergência entre televisão e *web* a partir da observação do deslocamento do conteúdo da série de TV em múltiplas possibilidades de transmissão na *web*.

PALAVRAS-CHAVE: cibercultura, audiovisual, convergência midiática, narrativa transmídia, *Supernatural*.

INTRODUÇÃO

A convergência midiática, como fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia (JENKINS, 2009), torna-se mais dinâmica à medida que cada mídia se define em suas características, processo geralmente marcado pela reprodução e adequação de conteúdo de mídias já existentes para então iniciar uma produção própria segundo moldes próprios, ainda que esse processo de incorporação de conteúdos entre mídias não seja o suficiente para definir a convergência, que implica um encadeamento de produções narrativas distribuídas em diversos suportes midiáticos.

A produção audiovisual se enquadra como forma de conteúdo cujo fluxo permite uma grande mobilidade entre suportes, principalmente devido à variabilidade de telas disponíveis atualmente. Os suportes tradicionais para a grande produção audiovisual ainda são o cinema e a TV, mas essa produção hoje transita facilmente em adaptações e conteúdos derivados para celular, cenas editadas na *web*, motes para

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Mestra em Comunicação pela pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp. Professora no curso de especialização em Televisão e Convergência da Unisinos. E-mail: sarahmoralejo@yahoo.com.br



narrativas de *games*, entre tantas formas de derivação de conteúdo cultural com outras mídias.

O diálogo entre meios pode ocorrer tanto no âmbito de suas características enquanto mídia quanto no que se refere à transição de conteúdos entre suportes. A convergência midiática se dá embasada em um tipo específico de derivação de conteúdos. Mas, para uma melhor explanação de suas características, cabe aqui a diferenciação entre esses processos.

O primeiro deles é o conceito de remediação, uma definição elaborada por Jay David Bolter e Richard Grusin, presente na obra de McLuhan e sintetizada na fala de Alex Primo (2005):

A remediação, conforme propõe Bolter (2001), ocorre quando um novo meio toma emprestado características de um anterior. É como se fosse uma competição cultural entre tecnologias. Existe aí também um impacto recursivo, no sentido de que o novo meio pode reorganizar o espaço cultural do meio mais antigo. Em outras palavras, os meios de comunicação mais recentes podem tanto herdar e se apropriar de elementos de seus predecessores quanto atualizá-los. (PRIMO, 2005, p. 02)

O processo de remediação se refere a um diálogo entre mídias estabelecido a partir de suas características formais, sua forma de produção e veiculação de conteúdo, suas qualidades estéticas e de linguagem. A remediação pode indicar que para que uma mídia tenha produção própria e original é necessário o desenvolvimento de suas ferramentas, suas características e seu modo de produzir e reproduzir conteúdo. Isso não implica necessariamente a substituição de uma mídia por outra, mas cada vez mais conduz a uma progressiva convivência que leva ao processo de convergência à medida que surgem mídias que permitem a transição mais intensiva de conteúdos entre elas.

O que ocorre em profusão neste início de século XXI é uma efervescência de tecnologias, novas mídias e suportes midiáticos digitais, de forma que a transitoriedade de conteúdos entre diversas plataformas é rápida e constante. Esse processo é resultado tanto do maior desenvolvimento tecnológico que permitiu que a produção cultural acontecesse em diversos formatos, quanto do aprimoramento das próprias mídias para dar suporte a esse fluxo intenso de conteúdo. A ampliação das características das mídias tradicionais se deu durante os séculos XIX e XX, a partir da criação e desenvolvimento de meios como a fotografia, o rádio, o cinema e a televisão, de forma que sua produção junto aos novos meios digitais se configura como mais uma etapa de mudanças técnicas



de produção e adequação de conteúdo, mas não necessariamente como uma redefinição de características das mídias em si.

As formas de diálogo entre conteúdos distribuídos em diversas mídias são tão variáveis quando as possibilidades de construção textual potencializadas pelas características de cada meio. Para se referir a essa forma de derivação de conteúdo em geral, o termo *spin-off* é muito utilizado na produção de pesquisas, tecnologia e informática, sendo aplicado também em estudos de economia e administração referindo-se a gestão empresarial. É um termo em inglês, que pode ser traduzido como derivagem, utilizado originalmente para descrever uma nova empresa que nasceu a partir de um grupo de pesquisa de uma empresa, universidade ou centro de pesquisa.

São exemplos de *spin-offs* adaptações cinematográficas a partir de narrativas literárias, paródias e intertextualidades entre produções televisivas e radiofônicas, como ocorre frequentemente em programas de humor, transcrição de livros em formato de histórias em quadrinhos ou produções de séries de desenhos animados para a TV com personagens oriundos de outras produções culturais. Qualquer tipo de derivação de conteúdo é considerado *spin-off*, podendo haver transição desse conteúdo entre mídias, pois nem sempre essa transição ocorre.

Qualquer produção cultural desenvolvida a partir de um produto já existente é *spin-off*, mas quando essa produção é articulada em mais de uma mídia trata-se de *crossmedia*. O conceito de *crossmedia* pode ser aplicado quando ocorre a veiculação de conteúdo derivado em mais de uma mídia, sendo utilizado por Scolari e Gary Hayes, que desenvolve sua classificação, mas pode ser apresentado nas palavras de Toledo:

A opção de distribuir conteúdo ao público em diversas mídias concomitantemente recebe o nome de *cross-media*. Nele, mídias se interligam, por exemplo, para levar o espectador de um programa de televisão a um *site* na internet, a um programa de rádio ou a uma revista em quadrinhos. Essa estratégia visa oferecer alternativas, opções para o consumo de uma marca. Seu uso pode ser exclusivamente narrativo ou não. Podem ser incluídos nas franquias e nos procedimentos *cross-media* os licenciamentos de brinquedos, lancheiras, quebra-cabeças e similares. (2012, p. 16)

Ainda assim, *crossmedia* é uma produção cultural que não possui necessariamente a construção de uma narrativa que possa englobar todos os produtos relacionados ao universo cultural do qual deriva a produção.

Esse processo de interação entre mídias se mostra como um desafio para os produtores de conteúdo, uma vez que os produtos culturais se disseminam por diversas



narrativas em novas plataformas. As derivações de um produto cultural que compõem entre si uma narrativa articulada de forma que as diversas produções não só dialoguem por pertencerem a um mesmo universo, mas se conjuguem de forma a construir sentido coletivamente se volta à definição de narrativa transmídia, abordada por Jenkins:

A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (2009, p. 49)

A transmidiação de conteúdos não exige somente que as produções envolvidas sejam derivadas e estejam presentes em diversas mídias, como também que componham, em conjunto, uma narrativa, ou diversas narrativas que constroem o universo daquela produção cultural em específico.

A *web*, que permite a veiculação de produtos com características diversas em texto, imagem e som, tem se apresentado não somente como um suporte para a reprodução de conteúdo desenvolvido segundo características de mídias tradicionais, como o rádio e a televisão, mas também como mídia na medida em que aumenta o acesso e o desenvolvimento de ferramentas próprias do meio, viabilizando a produção de conteúdo próprio, como as *webseries*, por exemplo, e permitindo com isso sua inserção no processo de transmidiação.

A produção cultural seriada é explorada comercialmente desde os folhetins, e hoje é utilizada na construção de narrativas transmídias exaustivamente: a série de histórias em quadrinhos ou de livros embasa a série de filmes, a série de jogos de videogame, a série de desenho animado na TV, e todo esse material embasa a construção de novas narrativas pelos consumidores. Por isso, Jenkins considera a construção da narrativa transmídia pelo produtor de conteúdo somente uma parte do cenário composto para a construção cultural em que a convergência midiática se insere.

Partindo desse tipo de produção transmídia, em que o público tem a necessidade de construir o universo da produção a partir da união narrativa de suas partes, isso incentiva, em um segundo momento, a articulação de informações sobre essa produção feita pelo próprio público, a inteligência coletiva.



O consumo tornou-se um processo coletivo – e é isso o que este livro entende por inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciberteórico francês Pierre Lévy. Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência. (JENKINS, 2009, p. 30)

Essa dinâmica exige não somente uma maior produção, mas uma sincronia de marketing que envolve, inclusive, fatores não previsíveis, como a participação ativa do público, pois o usuário se insere na lógica produtiva, se apropriando de elementos do universo formado pelas diversas narrativas para compor sua própria produção. Murray evidencia o desafio que significa a produção para diversos meios de forma sincronizada considerando as ações do usuário:

Precisaremos descobrir uma maneira que permita a eles [os autores] escrever de forma procedimental; antecipar todas as reviravoltas do caleidoscópio, todas as ações do interator; e especificar não apenas os acontecimentos do enredo, mas também as regras sob as quais esses eventos ocorrerão. (2003, p. 179)

Assim, o contexto da convergência midiática envolve não somente uma produção transmídia, como a articulação de informações sobre essa produção que não provém do produtor, mas da inteligência coletiva, e a produção paralela de material pertencente a esse universo oriunda do próprio público, a produção participativa estimulada pelo capital afetivo gerado pela comercialização de um produto cultural. Nesse contexto, em que a instância de produção e de consumo de um mesmo produto cultural apresenta mobilidade e características distintas, ao não estarem inseridas na lógica de um mesmo suporte midiático, se faz necessário compreender a dinâmica que rege a transitoriedade dessa produção a partir das características de cada mídia envolvida nesse processo.

As séries de TV se apresentam como um tipo de produto cultural diverso em conteúdo, público, periodicidade e frequência, e justamente por essa grande variabilidade e volume de produção é comum que sejam levadas para a *web*, seja pelo produtor, seja pelo consumidor, buscando uma veiculação mais ampla dentro do processo de convergência ao explorar as características dessa mídia, como a multimídia e recursos de interatividade, por exemplo.



Assim, a dinâmica de uma produção cultural que perpassa por diversos meios, agregando a cada parte do conteúdo derivado que compõe esse universo as características de mídia na qual é veiculada, valoriza o processo de deslocamento de conteúdo feito por fãs entre duas mídias utilizadas na convergência, TV e *web*.

SUPERNATURAL NA WEB

Supernatural estreou nos EUA em 13 de setembro de 2005, sendo transmitida via cabo pela Warner Bros Channel (WB). Em 2006, passou para a The CW Network (CW)³, também pertencente à Warner. No Brasil, além da opção a cabo, a série foi transmitida pelo SBT em TV aberta. Há ainda a comercialização no formato de DVD e Bluray de todas as temporadas. Contando com 168 episódios, de cerca de 45 minutos cada, dispostos em oito temporadas, a série ainda não está finalizada, sendo que a oitava temporada ainda está sendo transmitida.

Uma das características principais de *Supernatural* é um intenso diálogo com o público, seja na introdução de referências à produção participativa dentro da própria narrativa, como personagens que produzem *fanfiction*⁴ ou jogam RPG⁵ a partir do universo de *Supernatural*, seja fazendo referências a outras produções culturais contando com a capacidade do público de associar todo o universo construído pela narrativa, como ocorre no episódio *The girl with the dungeons and dragon tattoo*⁶, no qual podem ser encontradas mais de 40 citações e referências a outras produções culturais, entre livros, *games*, filmes, elementos da cultura norte americana e outras séries de TV. Essa prática facilita, inclusive, a articulação do próprio universo de *Supernatural*, uma vez que ele é composto por 30 *spin-offs*, entre eles uma *webserie* chamada *Ghostfacers*, com 10 capítulos de cerca de 3 minutos cada, em uma única temporada, produzida para ser distribuída exclusivamente na *web*.

Entre esses *spin-offs*, há exemplos como os seis volumes do livro *Supernatural – The Official Companion*⁷, lançados após o encerramento de cada temporada, que são

³ <http://www.cwtv.com/>

⁴ O termo *fanfiction* foi originado da junção das palavras inglesas “*fan*” e “*fiction*”, referindo-se à produção ficcional feita por admiradores de determinada obra.

⁵ RPG, sigla para o termo inglês “*Role Play Game*”, que pode ser traduzido como “jogo de interpretação”. Refere-se a uma dinâmica que parte de um contexto pré-estipulado, inédito ou referindo-se a um universo já existente, para desenvolver um jogo em que os participantes se colocam como personagens, criando narrativas colaborativas.

⁶ *The girl with the dungeons and dragon tattoo*, 20º episódio da sétima temporada exibido em 27 de abril de 2012 pela CW.

⁷ KNIGHT, N. *Supernatural – The official Companion Season 1*. Titan Books: 2007

_____. *Supernatural – The official Companion Season 2*. Titan Books: 2008

_____. *Supernatural – The official Companion Season 3*. Titan Books: 2009

_____. *Supernatural – The official Companion Season 4*. Titan Books: 2010



constituídos a partir de material recolhido durante filmagens e viagens executadas simultaneamente à produção da série, apresentando, por exemplo, informações sobre os atores, efeitos especiais, pesquisa que embasou os episódios e curiosidades do processo de composição da série de TV. De narrativa não ficcional, esses livros tem como principal característica suprir os fãs dos detalhes da produção da série de TV, possuindo caráter complementar ao seu enredo ao apresentar fotos, entrevistas e curiosidades do processo de composição, filmagens e acabamento da série, além de procurar uma interação maior com os atores e produtores, sendo um exemplo de conteúdo *crossmedia*.

A série também possui, como outro exemplo de *spin-off*, quatro edições de histórias em quadrinhos feitas pela DC Comics: *Supernatural Origins*, *Supernatural: Rising Son*, *Supernatural: Beginning's End* e *Supernatural (2011)*. Cada edição é composta por seis revistas de *graphic novel* que ilustram em detalhes histórias paralelas e complementares à narrativa principal da série de TV. Esse conjunto de narrativas compõe um universo transmídia complementado por outros livros, a *webseries* e uma animação, por exemplo.

Como uma das mídias envolvidas no processo de convergência de produtos culturais, a *web*, com suas inúmeras configurações e ferramentas, pode tanto ser utilizada como suporte para o conteúdo produzido para outras mídias, quanto pode oferecer ferramentas que permitam a veiculação de conteúdo produzido considerando suas características, ainda que como desdobramento de uma narrativa original de outra mídia em um processo de transmídiação.

Para identificar como se dão esses processos e quais as suas diferenças, abre-se aqui um breve estudo de algumas das ferramentas oferecidas pela *web* em sua atual plataforma, ambiente de interação e linguagem⁸. Para viabilizar este estudo, toma-se como objeto o processo de convergência entre TV e *web* desenvolvido na composição do universo de *Supernatural*, uma vez que na produção da narrativa televisiva há referências ao processo comunicacional desenvolvido na *web* que referencia o universo narrativo da série, ainda que não pertencente ao âmbito do produtor. A fim de verificar como se dá a introdução do conteúdo audiovisual produzido para a TV na *web*, foram selecionados três sites representativos de formas diferentes de distribuição desse conteúdo *online*. Essa seleção teve como critério a não adaptação do conteúdo televisivo

_____. *Supernatural – The official Companion Season 5*. Titan Books: 2011

_____. *Supernatural – The official Companion Season 6*. Titan Books: 2012

⁸ PRIMO, 2006.



à nova plataforma, a variabilidade de formas de acesso e fruição desse conteúdo e a existência de um público que se utilize desses sites e suas respectivas ferramentas para consumir a série *Supernatural*.

A televisão já não está sozinha. A nossa relação passiva com ecrã “objectivo” acabou; os computadores introduziram toda uma série de novas relações – interfaces – entre as pessoas e os ecrãs. As nossas máquinas falam-nos e esperam respostas. Mais ainda, porque os computadores intensificam e aproximam as relações entre todos os meios electrónicos e os media integrados estão a mudar e expandir as raízes da psicologia humana. (KERCKHOVE, 1997, p. 273)

Nesse trecho, Kerckhove apresenta o cenário da transição entre televisão e computador como mais do que uma mudança de mídia ou de tela, como uma mudança da forma como o público lida com a mídia, com as telas e com os recursos disponíveis em suas interfaces. É nessa reconfiguração, em que a tela passa a apresentar opções para que aquele que a observa possa tornar a observação menos passiva que se origina a base fundamental para o que vem a se desenvolver como o consumidor-produtor.

As tecnologias, como instrumentos de extensão do homem, são em seu conceito interativas, pois exigem a manifestação do ser humano para o seu funcionamento. O botão de liga/desliga de qualquer aparelho já se constitui como interface para interatividade humana. O que varia com a introdução de novas tecnologias é o grau de interatividade que é disponível na relação homem/máquina. Essa interatividade, sempre presente, já é um dos fatores que dá permissão ao usuário de intervir também nos limites do produto, como explica Santaella:

Tecnologias da inteligência são *sine qua non* tecnologias interativas. Por isso mesmo elas nublam as fronteiras entre produtores e consumidores, emissores e receptores. Nas formas literárias, teatro, cinema, televisão e vídeo há sempre uma linha divisória relativamente clara entre produtores e receptores, o que já não ocorre nas formas de comunicação e de criação interativas, formas que nos *games* atingem níveis de clímax. (2007, p. 79)

Ao analisar as ferramentas ou os recursos de interface disponíveis nos três sites selecionados, BaixarTV⁹, JustinTV¹⁰ e Supernaturalislife¹¹, não se busca desenvolver um estudo para determinar o grau de interatividade ou as relações de um sistema com o receptor da informação que dele provém, mas estabelecer um contraste entre os recursos apropriados por esse receptor e pelo âmbito de produção que gerou a mensagem. Isso

⁹ www.baixartv.com

¹⁰ www.justintv.tv

¹¹ www.supernaturalislife.com



porque, ao se apropriar de um conteúdo e torná-lo disponível em outra mídia, o público se apropria de características dessa mídia nesse processo de disponibilização, demonstrando capacidade não somente de manipulação do produto cultural mediado, mas também das interfaces da própria mídia, e esses dois processos estão interligados pela possibilidade de interação tecnológica que a utilização do computador permite, como expõe Kerckhove:

Os computadores permitem-nos “responder” aos nossos ecrãs e consequentemente introduzem o segundo elemento que conduzirá à exteriorização da nossa consciência. Responder implica uma qualquer forma de *interface*. É por isso compreensível que muito do trabalho desenvolvido na concepção de melhores computadores se tenha centrado em melhoras as *interfaces* e torná-las mais amigáveis. Simultaneamente, a *interface* tornou-se o lugar principal de processamento de informação. É precisamente aí que a fronteira entre interior e exterior começou a perder nitidez. A questão importante que persegue os psicólogos cognitivos é se, ao usarmos o computador, somos mestres ou escravos – ou um pouco de cada um deles. Serão as rotinas de programação eventos puramente exteriores que dizem respeito a uma máquina objectiva ou tenderão a impor um protocolo de operações tão rigoroso que nos tornam em meras extensões do programa? A única resposta possível a esta questão fundamental é reconhecer que os computadores criaram uma nova forma de cognição intermédia, uma ponte de interação continuada, um *corpus callosum* entre o mundo exterior e os nossos eus interiores. (1997, p. 52)

A configuração das características da *web*, estruturada em linguagem de programação, resulta na interface disponível em cada uma de suas versões. A utilização do computador e das informações disponíveis em rede muda ao longo de sua história, variando com o desenvolvimento tecnológico e a utilização prática dessa tecnologia pelo público. No momento atual da configuração da *web*, ela é considerada uma mídia que permite o desenvolvimento de processos de comunicação com três características básicas:

O ciberespaço pode ser caracterizado por três de suas principais propriedades: a interface, a interatividade e a rede de informações. Certamente, essas propriedades não são condições suficientes para conceituar a complexidade do ciberespaço, mas são condições necessárias para que possamos falar em ciberespaço. (...)

Com a *web*, temos processos de comunicação bem complexos. Sua manifestação é essencialmente em hipermídia, ou seja, a informação se materializa por meio de diversas mídias, som, imagem, sequência e animação de imagens, texto discursivo, texto/imagem, vídeo, etc.

No processo de codificação e decodificação está o conceito de interface. A interatividade, ou o diálogo entre homem e máquina, deve ser intermediada por processos de comunicação, codificados em signos de diferentes



naturezas. A organização desses signos em um todo lógico e comunicativo é um trabalho de interface. (BRAGA, In: LEÃO, 2005, p.125)

Assim, quando falamos de interface, referimo-nos aos diversos elementos presentes no que se configura a *web* com suas atuais características para a utilização dos usuários dos seus recursos. Ao analisarmos as ferramentas presentes nos sites, estamos analisando pontos da interface atual da *web*.

O site *Baixar TV* tem como característica mais fundamental a sua articulação através dos *hiperlinks*. Todo o conteúdo da série *Supernatural* que foi disponibilizado no site, na verdade, não está no site. Nele se encontram somente os *links* que possibilitam o seu *download* a partir de outros sites. Sua propriedade, porém, é uni-los em um mesmo local, possibilitando que toda a produção audiovisual da série se encontre concentrada em uma página.

A organização de informação no formato de texto linkado é uma das características da *web* mais evidentes, tendo sua base na constituição da linguagem de programação para composição das interfaces de forma semelhante à organização do pensamento humano¹², uma vez que a construção da linguagem humana não é linear, mas hipertextual, e é a partir do hipertexto que se dá a construção do significado na *web*:

A estrutura do hipertexto é constituída de *lexias* (nós) e *links*. As *lexias* são unidades de informação que contém vários tipos de dados – textos, imagens gráficas, fotos, sons, sequencias animadas, código de informação, programas aplicativos, etc. Essas *lexias*, obrigatoriamente, estão conectadas com uma série de outras estruturas compostas também por *lexias*. Cada uma destas pode ser vivenciada como uma ou mais janelas exibidas na tela de um computador, ou dispositivo de saída digital. Já o *link* (ligação) em realidade, é o conceito e a experiência mais importante do ciberespaço. Eles são responsáveis pelas conexões entre as *lexias*. Vamos além, consideramos os *links* os verdadeiros responsáveis pela significação na experiência do ciberespaço. (BRAGA, In: LEÃO, 2005, p.127)

O *hiperlink* está presente na estrutura de todos os sites aqui analisados, mas sua incidência mais significativa é no *Baixar TV*, uma vez que o objetivo da existência do site é dispor *links* para *download* e toda a sua estruturação de conteúdo é baseada na construção textual do *hiperlink*. O conteúdo audiovisual disposto na forma de texto linkado perde uma das características mais latentes da produção televisiva, que é o fluxo constante de informações, dando, em contrapartida, a opção para o usuário determinar como e quando quer consumir esse conteúdo. O que originalmente é uma série,

¹² BRAGA, In: LEÃO, 2005, p.125



produzida para ser apreciada de forma fragmentada a intervalos programados de tempo, passa a depender do espectador ou usuário da *web* para determinar um novo fluxo de conteúdo a partir do acesso. Isso também ocorre quando se consomem os conteúdos em DVD, por exemplo, que são comercializados pelo próprio produtor alguns meses depois de ocorrer transmissão na TV. Na *web*, pelo fato do usuário dispor os links imediatamente após a transmissão televisiva, essa fragmentação da serialidade é rápida.

Outra característica do *hiperlink* frequente no site Baixar TV é a associação de conteúdos. O site acaba não somente sendo uma página sobre *Supernatural*, mas agrega informações de outras séries de TV e outras produções semelhantes a essa série em específico de forma que o conteúdo audiovisual ali presente, compactado na forma de link, dialoga intensamente com o universo de produção de séries de TV em geral, em uma tentativa de conduzir o usuário a um consumo maior desse tipo de conteúdo audiovisual em específico. Essa associação de conteúdos relacionados à *Supernatural* por meio de hiperlink acontece de forma intensa também no site *Supernaturalislife*, no qual, além de dados de outras séries de TV, repertório relativo à temática de *Supernatural*, a elementos da série e à produção dos fãs.

A questão da compactação do conteúdo pode ser aqui questionada devido ao fato de que, ao ser convertido a um link, o produto que originalmente é audiovisual deixa de estar presente no site neste formato. Ele passa a ser texto, ou hipertexto. Um usuário que acesse qualquer um dos três sites analisados busca o conteúdo ou informações sobre o conteúdo da série *Supernatural*. Porém, o que os sites oferecem é o conteúdo da série em potencial, exceto em pequenas amostras.

Nesse ponto, o site Justin.tv apresenta um diferencial, pois nele o acesso ao conteúdo audiovisual é direto. No Justin.tv, a base da sua estrutura ainda é construída como hipertexto, mas ele apresenta como seu objetivo uma outra característica da *web*: a multimídia.

Por ser multimidiática, a produção audiovisual na *web* não é desvinculada de outros tipos de produções midiáticas, e isso pode ser um dos recursos que a *web* oferece quando um produto cultural é elaborado, produzido e veiculado segundo os seus parâmetros. Nos três sites há a interação de conteúdos textuais, visuais e audiovisuais, sendo essa dinâmica menos intensa no *Baixar.TV* e mais intensa no *Justin.tv*. No *Supernaturalislife*, há a presença de conteúdos midiáticos em uma variedade de formatos maior do que nos outros sites, incluindo, além de textos, fotos e vídeos, também músicas e *podcasts*, mas esse conteúdo não é diretamente acessível, estando



condensado em links. Nele, essa associação de conteúdos multimídias permite a referência aos vários *spin-offs* de *Supernatural*, estando todos presentes em um mesmo “local”, ainda que tenham sido produzidos de forma a serem dispersos em várias mídias. Essa união de conteúdos é feita com o objetivo de compor a narrativa total de *Supernatural* dentro da lógica da inteligência coletiva, o que agiliza a produção participativa.

A participação é incentivada nos três sites, estando presente também em intensidades diferentes. Todos eles têm como premissa a ação do usuário em sua lógica de funcionamento e disposição das informações. No site Baixar.TV, no qual os recursos de comunicação entre o site e o usuário são mais restritos, há a preocupação de que os participantes conheçam e utilizem suas ferramentas. Nele, a forte estrutura em *hyperlinks* poderia proporcionar uma maior proximidade entre usuários e entre os organizadores do site e seus usuários, mas acaba se mostrando uma ferramenta falha para esse propósito, pois a forma de comunicação escolhida, por mensagens, é lenta se comparada ao fluxo de informações de toda a sua estrutura, e não proporciona respostas efetivamente interativas, de forma que nem o conteúdo da série, sua forma ou sua disposição no site são modificados com frequência pela exploração dessa ferramenta. Com isso, a influência dos usuários junto ao conteúdo de *Supernatural* é menos intensa devido, inclusive, à escassez de recursos interativos.

No *Justin.tv* e no *Supernaturalislife*, a relação entre o site, sua equipe e o núcleo de organização de conteúdo e o público é mais intensa pela existência de *chats* que possibilitam o diálogo direto entre os usuários em si e entre os usuários e provedor de dados. No *Justin.tv*, a manutenção de um *chat* ao vivo paralelo à exibição da série permite a troca de informações entre os espectadores em um fluxo tão rápido e constante quanto a própria transmissão. Não há a possibilidade, ainda, de interatividade com a série televisiva em si, uma vez que ela é somente retransmitida por meio do site, mas a conversa desenvolvida em paralelo entre os fãs acaba criando um excesso de informação que influi diretamente na interpretação da narrativa, como efeito da articulação com da inteligência coletiva fortemente desenvolvida na *web* junto ao conteúdo em fluxo tão característico da transmissão televisiva.

Esse tipo de recurso interativo no site *Supernaturalislife* é presente tanto no *chat* e no uso de redes sociais para que usuários e organizadores do site se comuniquem de forma intensa, um processo que é favorecido pelo próprio formato de blog em que o site é estruturado, quanto pela abertura que há para a cultura participativa, uma forma de



interatividade que perpassa não somente os usuários e fãs de *Supernatural*, mas a sua própria produção, uma vez que a ligação do site com o portal oficial da CW o coloca como um exemplo de manifestação do público que alimenta o *fan service* da série de TV e todo o processo de identificação e comunicação com o consumidor de *Supernatural* fomentado na própria narrativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos três sites analisados, *Baixar.TV*, *Justin.tv* e *Supernaturalislife*, o conteúdo da série de TV *Supernatural*, produzido para ser transmitido originalmente na televisão, é apropriado por consumidores da série e retransmitido via *web*, seja em tempo real, como no caso do *Justin.tv*, seja no formato de link para *download*, como no caso do *Baixar.TV* e do *Supernaturalislife*. Nos três casos, o conteúdo da série de TV não foi modificado: ele simplesmente foi transposto de mídia, havendo, em alguns casos, modificação na qualidade da imagem e do áudio devido ao processo de compactação de dados, mas sem nenhuma interferência na narrativa.

Ao ser disponibilizado na *web*, porém, uma mídia com características específicas cujas ferramentas foram analisadas aqui, o conteúdo da série de TV foi correlacionado a outros conteúdos, sendo no caso do *Baixar.TV* a outras séries de TV, no caso do *Justin.TV* a outras narrativas audiovisuais e no caso do *Supernaturalislife* a conteúdo referente ao próprio universo de *Supernatural*, incluindo seus *spin-offs* e a produção dos fãs. Essa correlação de conteúdos, se considerada na lógica da convergência midiática, é interessante na medida em que cria repertório para incentivar a articulação da inteligência coletiva em torno do universo da série, inclusive articulando suas narrativas transmídias, e para estimular a produção participativa dentro desse universo, o que tende a aumentar o consumo do produto cultural em si.

Mas o deslocamento do produto cultural de mídia não é feito pelo produtor. Nenhum dos sites analisados pertence ou tem ligação com a Warner e seus afiliados. Dessa forma, o conteúdo produzido sai do âmbito do produtor, mas, considerando que sua narrativa não foi manipulada, ele não pertence ao âmbito de produção do consumidor. A série de TV é apropriada de sua mídia original e transmitida em outra mídia de forma não autorizada por iniciativa gerada pelo capital afetivo, o mesmo impulso que leva o consumidor a se apoderar do universo ou dos personagens para a produção, por exemplo, de *fanfiction*. Mas, no caso da transmissão da série na *web*, esse deslocamento não é produtivo, é somente uma questão de disponibilização de conteúdo



de forma mais manipulável. É a partir do vídeo disponível para *download* que o fã produz seu *fanvideo*, mas o vídeo em si, disponível no site, não é produção participativa. O núcleo de autoria da série *Supernatural*, ao produzir na *web*, se volta para os recursos da narrativa transmídia, tendo como produto final uma *webserie*. O amador, ao produzir no universo de *Supernatural*, manipula os recursos tecnológicos disponíveis na *web* e, dentro da lógica da produção participativa, tem como resultado a construção de novas narrativas que vêm a alimentar esse universo ficcional, incentivando o próprio autor. A apropriação de conteúdo da forma como vem sendo feita de maneira amadora a partir de recursos midiáticos da *web* não se enquadra nas formas de produção ou transmissão de conteúdo característicos do contexto da convergência midiática, mas é resultado dessa lógica de produção, como pode ser verificado, inclusive, a partir da análise da figura do autor feita por Santaella:

Nessas notas finais, o Foucault afirmava que o autor não é senão “um princípio de economia na proliferação do sentido”. É graças a esse princípio funcional que, em nossa cultura, “se delimita, se exclui, se seleciona”, enfim, “impede-se a livre circulação, a livre manipulação, a livre composição, a decomposição, a recomposição da ficção”. (SANTAELLA, 2007, p. 77)

Todos os sites aqui analisados possuíam alguma forma de publicidade ou opções de assinatura. O conteúdo disponibilizado nesse espaço pode ser acessado gratuitamente, mas gera uma renda excedente que não é destinada nem ao fã, nem ao autor de *Supernatural*. Assim, esta etapa de manipulação do conteúdo paira entre o produtor e o consumidor da série de TV por não fazer parte da lógica de produção de nenhuma das duas instâncias, mas está inserido dentro do sistema de produção cultural da Indústria Criativa.

O projeto desta pesquisa era voltado para análises de processos comunicacionais e características midiáticas da *web* em remediação com a TV. O seu desenvolvimento, porém, levou a um processo diferente para ser estudado, que envolve não somente características de mídia, mas dos elementos e as definições de papéis e processos na comunicação entre produtor e consumidor de conteúdo cultural

A manipulação e a apropriação de conteúdos, mais do que resultante de processos industriais, legais ou tecnológicos, é fruto da interação humana com sua própria cultura, e essa iniciativa, apesar de não ser prevista na lógica produtiva, pode ser esperada desse usuário-consumidor-produtor, uma vez que os recursos tecnológicos midiáticos disponíveis permitam essa construção-manipulação.



REFERÊNCIAS

- BOLTER, J. D. **Remediation**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2000.
- CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- COSTA, C. **Ficção, comunicação e mídias**. São Paulo: SENAC, 2001
- FERRARI, P. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2010.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JOHNSON, S. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- KERKHOVE, D. **A pele da cultura**. Lisboa: Relógio d'Água, 1997.
- LEÃO, L. (org.) **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.
- LEÃO, L. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- LEMOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- MACHADO, A. **O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2007.
- MCLUHAN, M. **O meio é a mensagem: um inventário de efeitos**. Rio de Janeiro: Imã Editorial, 1967.
- _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix, 1969.
- MURRAY, J. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Unesp, 2003.
- PRIMO, A. **O aspecto relacional das interações na web 2.0**. INTERCOM: 2006.
- _____. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- PRIMO, A., OLIVEIRA, A. C. de, NASCIMENTO, G. C. do, RONSINI, V. M. (orgs.) **Comunicação e interações**. Livro da Compós 2008. Porto Alegre: Sulinas, 2008.
- SANTAELLA, L. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.
- _____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.
- _____. **Navegar no Ciberespaço: o perfil do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.
- SOUZA, E. O. de. **A ficção seriada diante da convergência tecnológica e midiática**. Revista GEMINIS, ano 1, n. 1. p. 31 – 42.
- TOLEDO, G. M. de. **A importância da canonicidade ficcional na narrativa transmidiática: um estudo de caso a partir do exemplo da série Lost**. UFSCar: 2012.