



Estratégias de hoje para contar o ontem: a transmídiação nas telenovelas *Lado a Lado* e *Joia Rara*, da TV Globo¹

Luiz Gustavo Dias FERREIRA²
Maria Ataíde MALCHER³
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Este artigo tem como objetivo identificar e analisar a adoção de estratégias de transmídiação, processo comunicacional de proliferação de novas possibilidades de envolvimento do público por um produto cultural em vários suportes, nos *sites* oficiais das telenovelas *Lado a Lado* e *Joia Rara*, da TV Globo. Tal identificação, a partir de uma categorização de conteúdos transmidiáticos de 30 produções de teledramaturgia da emissora entre 2010 e 2014, pode auxiliar na compreensão de como tais conteúdos são concebidos para telenovelas de época, considerando os temas históricos, e de que maneira essas estratégias podem auxiliar o público na missão de acompanhar as tramas pela TV e pela *internet*.

PALAVRAS-CHAVE: Teledramaturgia, Telenovelas de época, Televisão, Transmídiação, TV Globo.

INTRODUÇÃO

No Brasil de 65 anos atrás, o presidente era Eurico Dutra, o país era predominantemente rural, a Seleção Brasileira de Futebol ainda não havia conquistado o primeiro de seus cinco títulos de Copa do Mundo, e o rádio era o grande porta-voz dos brasileiros. Jornal impresso ainda era luxo. Nesse momento de reestruturação política, econômica e social do Brasil (RIBEIRO, SACRAMENTO, ROXO, 2010, p. 7), nasce a TV Tupi, primeira emissora de televisão da América Latina. Uma nova era estava no ar!

Era do acesso à informação por meio de diferentes suportes, de integração por redes de comunicação, de autoconhecimento do Brasil como país plural, diverso, um todo feito de particularidades. Com o tempo, para Carminha (2010, p. 124), ãa televisão, mais do que meio, passou a ser uma das instâncias centrais na fabulação de

¹ Trabalho apresentado no IJ05 ó Rádio, TV e Internet do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2015.

² Graduado em Comunicação Social ó Jornalismo da FACOM-UFPA, email: ferreiragus1@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social ó Jornalismo da FACOM-UFPA, email: ataidemalcher@uol.com.br.



um novo modo de agir, composto pelos próprios referentes históricos que ela acabou de criar.

E uma das formas que o brasileiro encontrou para se reconhecer foi a teledramaturgia⁴. A partir da telenovela, o cidadão passou a se ver e se envolver com histórias que poderiam ser as suas.

Malcher, nesse sentido, diz que ãNão se pode desconsiderar o importante papel desempenhado pela televisão e tão pouco admitir que essas obras de ficção televisionadas não sejam expressivamente o passaporte para quebra do cotidiano, para suspensão da realidadeö (MALCHER, 2009, p. 163). A telenovela brasileira tem como característica principal contar histórias possíveis, com tramas prováveis, mesmo envoltas em temas fantásticos e aparentemente surreais. Histórias de hoje, de amanhã e de ontem.

Neste último caso, as telenovelas também ajudar a contar o que não vivemos, a partir de viagens no tempo e no espaço. As tramas de época trazem ao espectador a experiência de ver e sentir, mesmo que pela ficção, um pouco de histórias passadas. Para contar esses fatos de outrora, a TV Globo desenvolve estratégias nos *sites* oficiais de cada produção no portal de entretenimento da emissora na internet, Gshow. Dentre essas estratégias, são produzidos conteúdos transmídia.

Segundo Jenkins (2009, p. 138), a narrativa transmídia é aquela que se desenvolve em mais de uma plataforma, na qual os diferentes textos contribuem para sua construção. A telenovela se transforma, nesse panorama, em um produto com mais de um texto, o roteiro ficcional primário, e se configura com potenciais expansões das mais distintas ordens.

No Brasil, Fechine (2011, 2013) compreende a noção de transmidiação jenkinsiana e traz para o cenário peculiar da telenovela brasileira. A partir dessa compreensão, a autora cria uma categorização das estratégias e dos conteúdos transmidiáticos, com base em estudos de *sites* de telenovelas da TV Globo. Fechine (2013) divide os conteúdos em estratégias de propagação e estratégias de expansão, sendo a primeira denominação aplicada a ações de disseminação da narrativa principal,

⁴ A teledramaturgia brasileira, configurada como um gênero próprio e único no mundo, foi construída ao longo do tempo. Nos primeiros anos da TV brasileira, havia a simples transmissão de apresentações teatrais e os próprios teatros, geralmente clássicos da literatura universal em versões interpretadas pelos principais nomes da cena no Brasil da primeira metade do século 20. Esse gênero e seus principais programas (õGrande Teatro Tupiö, õTV de Vanguardaö, õTV de Comédiaö) foram os produtos de maior prestígio segundo o público, os profissionais da área e os críticos (BRANDÃO, 2010, p. 37). Ainda não se falava em teledramaturgia como se conhece hoje, em termos de estrutura e linguagem.



e a segunda denominação a conteúdos que ampliam as possibilidades de envolvimento da audiência com a telenovela.

Esta foi a metodologia adotada na construção, a partir da proposta de Fechine, de uma sistematização das estratégias transmídiaicas presentes em *sites* de 30 produções dramáticas da TV Globo ó 28 telenovelas e 2 minisséries ó exibidas entre os anos de 2010 e 2014, para montar um quadro quantitativo de conteúdos e suas respectivas naturezas e, com isso, identificar as características do processo de transmidiação aplicado pela emissora que, em 2015, completa 50 anos.

Um dos pontos que chamou a atenção com o estabelecimento da categorização foi a quantidade de conteúdos contextuais desenvolvidos nos *sites* de telenovelas de época, em especial *Lado a Lado* (2012) e *Joia Rara* (2013). As duas foram exibidas no horário das 18h, faixa de 80% das telenovelas analisadas ó apenas uma, *Gabriela* (2012), foi exibida às 23h. *Lado a Lado e Joia Rara* foram escolhidas pela quantidade e pelo teor das estratégias identificadas, além do fato de as duas produções terem sido premiadas na categoria Melhor Novela com o Emmy Internacional, mais importante reconhecimento a produções televisivas do mundo.

Este artigo busca analisar tais conteúdos, identificados por Fechine (2013) na categoria de estratégias de propagação, como extensões transmídiaicas de um produto atual com temática histórica, e como esses conteúdos ajudam a contar não apenas a trama dos personagens, mas também a conjuntura de tempos passados. São estratégias de hoje que narram o ontem.

TELENOVELA BRASILEIRA COMO NARRATIVA TRANSMÍDIA

A telenovela no Brasil se constituiu como um paradigma construído ao longo do tempo e das transformações sociais e da própria televisão. Brandão (2010) lembra que:

Se hoje é nas telenovelas e minisséries que encontramos a linguagem e o padrão de qualidade tão procurados no universo ficcional da TV, não há dúvida de que o teleteatro, nas duas primeiras décadas de instalação da TV brasileira, foi o desbravador do desconhecido terreno da linguagem televisiva. (BRANDÃO, 2010, p. 41)

O teleteatro, espécie de sinergia entre uma das artes mais tradicionais da Humanidade e a mídia que acabara de nascer em 1950, teve fundamental destaque no desenvolvimento da TV no Brasil, nos aspectos tecnológico e artístico. Os primeiros grandes nomes da dramaturgia brasileira surgiram no teatro ou no próprio rádio, como



Cassiano Gabus Mendes, Geraldo Vietri, Walter George Durst, Walter Avancini e Daniel Filho.

Com o passar dos anos e das primeiras experiências em narrativas dramatúrgicas para a televisão, desde a estreia de *Sua Vida Me Pertence* (TV Tupi, 1951), passando pela primeira telenovela diária, *2-5499 Ocupado* (TV Excelsior, 1963), até a aproximação com o cotidiano dos brasileiros em *Beto Rockfeller* (TV Excelsior, 1969), a telenovela se consolidou como um dos elementos de identificação cultural do brasileiro com ele mesmo e com sua história.

Um dos responsáveis por tamanho destaque da telenovela brasileira ó dentro e fora do país ó foi a TV Globo, inaugurada em 26 de abril de 1965. Em 50 anos a emissora já produziu 301 telenovelas nos horários das 18h, 19h, 21h, 22h e 23h, além de centenas de outras produções em formatos diferentes, como minisséries, macrosséries, seriados e especiais.

A emissora sediada no Rio de Janeiro criou personagens que persistem no imaginário popular dos brasileiros. A jovem escrava⁵, o dono do mundo⁶, a senhora do destino⁷, o comendador⁸. Por meio das telenovelas o Brasil conheceu o mundo e o próprio Brasil. Do extremo sul ao norte, do sertão à metrópole, do rio à rua. E a viagem não se restringiu à geografia e permeou o tempo.

Azevedo & Elias (2013) afirmam que o brasileiro muitas vezes é cobrado por ser um povo sem memória, mas, pela ótica da ficção pode ser transportado a diferentes épocas e aprender um pouco mais sobre determinados períodos históricos, ainda que de forma romancada (AZEVEDO & ELIAS, 2013, p. 2). A telenovela se configura, então, em produto histórico por registrar os costumes, os comportamentos, as peculiaridades de uma geração, mesmo as tramas atuais.

Considerando que, de acordo com dados do IBOPE (2013)⁹, a televisão aberta é líder em penetração de audiência no país, com 95,8% da população alcançada, e que o Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (OBITEL), no mesmo ano, apontam a telenovela como principal formato da programação aberta no Brasil, ocupando mais de 80% das horas de exibição (LOPES & MUNGIOLI, 2014, p. 134), o posicionamento dos autores reitera, também, o papel de formador social da telenovela brasileira, por apresentar excertos da

⁵ *Escrava Isaura* (TV Globo, 1976).

⁶ *O Dono do Mundo* (TV Globo, 1991).

⁷ *Senhora do Destino* (TV Globo, 2004).

⁸ *Império* (TV Globo, 2014).

⁹ Dados do Ibope Media Group ó Target Group Index ó ano 14, jul. 12-ago. 13.



história a um grande número de pessoas, despertar curiosidades, gerar estudos e pesquisas.

O telespectador assiste, aprende, se envolve e, potencialmente, pode se engajar em outras ações que o façam viajar mais pelo universo da telenovela. Com tudo o que constrói, em termos narrativos, o folhetim faz o papel dos antigos teatros móveis, buscando sua audiência constantemente (ORTIZ, BORELLI & RAMOS, 1991, p. 56).

Esse é o conceito básico da narrativa transmídia, definida por Jenkins (2009) como o conjunto de ações que visam ao envolvimento do público a determinado produto midiático, por vários meios e narrativas, independentes ou não. O autor analisa a transmídia em filmes e séries nos Estados Unidos, que criaram estratégias online, de cunho fictício e de envolvimento real, na chamada cultura da convergência.

Mais do que um conceito tecnológico e instrumental, viver em convergência é ter mais opções de escolha, não apenas do que se quer ver/ouvir/ler, mas do quando, do que produzir, onde divulgar, como faturar, como envolver os públicos, como identificar os públicos...

No mundo de convergência das mídias tudo aparenta ser possível, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas (JENKINS, 2009, p. 29).

Geralmente, um produto midiático que funciona em uma lógica transmídia tem uma plataforma central, de onde derivam diversas estratégias que objetivam a construção de um mundo ficcional, segundo Fechine & Figueirôa, em torno dele, sem perder de vista as especificidades de cada meio:

O relato desenvolvido na televisão não é o mesmo do filme, nem o do filme é o mesmo do *videogame*, embora todos operem a partir dos mesmos universos ficcionais ou dos mundos narrativos possíveis. Para isso, é necessário investir na proposição de universos ficcionais capazes de acolher múltiplos personagens, do mesmo modo que estes devem ser compostos para sustentar múltiplas situações. (FECHINE & FIGUEIRÔA, in LOPES, 2011, p. 19)

Esse caráter de certa independência de cada célula no todo da narrativa transmídia é importante para a fidelização do público, já entendido como consumidor de um bem cultural e de um produto econômico (JENKINS, 2009, p. 138).

Além do desafio financeiro (oriundo do fato de a TV no Brasil ser desde a origem um negócio, e por isso dependente do faturamento de anunciantes e de licenciamento de marcas), a transmídia se configura como uma forma nova de produzir



conteúdo, pensar em grades de programação, reconfigurar os padrões de propaganda e buscar novos pontos de contato com o público.

Lopes & Mungioli perceberam que, no cenário brasileiro dos últimos anos, a produção de estratégias multiplataformas para a construção de um ecossistema midiático (LOPES & MUNGIOLI, In. LOPES & GOMEZ, 2014, p. 119) tornou-se uma alternativa mais presente na concepção e feitura de um produto midiático.

Mesmo assim, a telenovela brasileira, com características distintas em relação à TV e ao cinema estadunidenses, se configura como um desafio para a transmediação. O tempo de exibição, por exemplo, pode levar todas as possibilidades à exaustão na narrativa principal, na trama, sem deixar opções para plataformas outras.

Por outro lado, a telenovela brasileira funciona em um esquema aberto, ou seja, os autores geralmente escrevem os capítulos enquanto o programa está no ar, ou seja, levando em conta os comentários, as críticas especializadas, as notícias da semana, etc. (FECHINE & FIGUEIRÔA, in LOPES, 2011, p. 38). Há uma série de fatores que podem mudar os rumos de uma narrativa.

Para analisar o fenômeno da transmediação no contexto brasileiro, Fachine (2011, 2013) verificou os conteúdos presentes nos *sites* de telenovelas da TV Globo no Gshow¹⁰, portal oficial de entretenimento da emissora, articulando o conceito de Jenkins a um grupo de programas como as telenovelas, que tem uma rotina diferenciada de produção e exibição, outras disposições de tramas e enredos, e que, segundo Lopes, passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, indo da intimidade privada aos problemas sociais (LOPES, 2009, p. 26).

Da observação surgiu uma categorização (ver Tabela 1) para identificar os caminhos que a emissora carioca estava seguindo rumo à multiplataformização de conteúdos referentes às suas ficções seriadas.

É muito importante destacar que essa categorização, proposta por Fachine, não tem caráter definitivo, visto que a própria transmediação é um processo dinâmico. Categorizar as estratégias é uma tarefa árdua, pois há casos que se encaixam em mais de uma definição, mas foram considerados os aspectos mais frequentes nos *sites* pesquisados, posteriormente citados. O objetivo de lançar mão dessa metodologia foi ampliar as observações a partir da ideia de Fachine, com a observação de mais peças em mais horários, para verificar a validade, ou invalidade, da proposta de análise.

¹⁰ O Gshow faz parte do Globo.com, portal da TV Globo na internet, criado em 2000: WWW.globo.com.

Tabela 1: Categorização de estratégias transmídia.

ESTRATÉGIAS	CONTEÚDOS	
Propagação	Reformatados	Antecipação
		Recuperação
		Mixagem
	Informativos	Contextuais
		Promocionais
Expansão	Extensões Textuais	Extensões Narrativas
		Extensões Diegéticas
	Extensões Lúdicas	Extensões Vivenciais
		Extensões de Marca

(Fonte: FECHINE, 2013, p. 37)

De acordo com Fechine, as estratégias de **propagação** referem-se a conteúdos que colaboram para manter vivo o interesse do espectador no universo ficcional proposto pela teledramaturgia no ar. O público que acompanha a telenovela na TV pode rever os capítulos ou cenas no *site* do programa, poucas horas após a exibição tradicional, bem como ter acesso a informações correlacionadas a texto-guia da trama, como notícias dos bastidores, e outras estratégias de contextualização e promoção do produto. Tudo isso gera um *ô* círculo sinérgico, *ô* retroalimentado pelos próprios conteúdos, que se diluem pelas diferentes plataformas (FECHINE, in LOPES, 2013, p. 33-34).

Neste caso, situam-se conteúdos reformatados, geralmente trechos de capítulos e cenas já exibidas na TV, ou que serão exibidas, para aumentar os pontos de contato com o espectador com a trama principal; e os conteúdos informativos, referenciais ou contextuais, que não permitem a participação ativa do espectador, mas o municia de informações que o auxiliem a compreender em que mundo a história se dá.

Outra categoria de estratégias, identificada por Fechine, é a **expansão**. Nesse caso, as ações propostas buscam a criação mais efetiva de um universo diegético, em



outras plataformas, por meio de jogos, *quiz*, canais de interação do público, novas significações textuais. Essas alternativas se aproximam mais do que Jenkins entende como transmídia, pois ela necessita da participação ativa do público para se sustentar.

A partir da categorização de Fechine, foi estruturada uma tabela ampliada, analisando os conteúdos transmídia nos *sites* oficiais de 28 telenovelas e 2 minisséries da TV Globo, que estrearam entre 2010 e 2014. Duas das produções que compunham o *corpus* da pesquisa são as telenovelas *Lado a Lado* e *Joia Rara*.

LADO A LADO E JOIA RARA

Telenovelas contam histórias do mundo, de pessoas, do tempo. Qualquer época pode ser representada na tela da TV, por meio de um produto como a telenovela, de enorme alcance no território brasileiro, e até mesmo fora do país. A novela de época ajuda o espectador de hoje a ver o que aconteceu ontem na sua região, no seu bairro, no Brasil. Recria momentos históricos, como a abolição da escravatura, a ditadura militar, as grandes guerras mundiais, a crise mundial de 1929, a imigração italiana, etc.

Das 28 telenovelas exibidas entre 2010 e 2014 pela TV Globo, apenas quatro não eram consideradas contemporâneas: *Cordel Encantado* (2011), *Gabriela* (2012), *Lado a Lado* (2012) e *Joia Rara* (2013). Destas, apenas *Gabriela*¹¹ não foi exibida na faixa das 18h. Este excerto apenas reforça a característica do horário, que abriga tradicionalmente mais novelas de época do que tramas contemporâneas.

Alguns dos maiores sucessos de audiência e repercussão da história da TV Globo foram exibidas na primeira faixa de novelas da casa. A principal delas foi *Escrava Isaura* (1976), comercializada para mais de uma centena de países. A trama de Gilberto Braga, inspirado na obra homônima de Bernardo Guimarães, se desenvolveu no Brasil escravista do final do século 18, pano de fundo para as desventuras amorosas de uma escrava branca (Lucélia Santos). Outros grandes destaques do horário na TV Globo foram *A Gata Comeu* (1985), de Ivani Ribeiro; *Alma Gêmea* (2005), de Walcyr Carrasco, e *Cordel Encantado* (2011), de Duca Rachid e Thelma Guedes. As duas últimas, novelas de época.

Lado a Lado e *Joia Rara* ganham destaque nesta análise por serem as telenovelas cujos portais na *internet* trazem maior número de experiências em

¹¹ A telenovela escrita por Walcyr Carrasco, inspirada na obra de Jorge Amado, foi exibida às 23h.



transmídiação. Além disso, as duas telenovelas venceram o prêmio Emmy Internacional (em 2013 e 2014, respectivamente), na categoria Melhor Telenovela¹².

As produções

Primeira trama escrita por João Ximenes Braga e Cláudia Lage, *Lado a Lado* foi exibida entre 2012 e 2013, protagonizada por duas amigas, Izabel (Camila Pitanga) e Laura (Marjorie Estiano). A primeira, negra, de origem humilde. A segunda, branca, de família aristocrata. Ambas defendem seus direitos de mulheres e de cidadãos, em um Rio de Janeiro que passava por profundas mudanças.

Capital do Brasil na época, a história retrata a luta pelos direitos femininos, pela afirmação da cultura negra, e importantes reformulações políticas, quando o fim da escravidão e a Proclamação da República eram fatos ainda recentes. O início do século 20 trouxe marcantes movimentos sociais como a Revolta da Vacina e a Revolta da Chibata, a chegada do futebol no país e o surgimento das favelas.

Joia Rara avançou um pouco mais no tempo (e no espaço). A história de Duca Rachid e Thelma Guedes abordou a reencarnação segundo os preceitos do budismo, e também contemplou o público com os cabarés, os teatros e as rádios dos anos 1930, no mesmo Rio de Janeiro. Na história, exibida entre 2013 e 2014, Franz (Bruno Gagliasso) e Amélia (Bianca Bin) viveram um amor conturbado e marcado pela diferença de classes entre os dois. Dessa relação nasceu Pérola (Mel Maia), criança que recebeu a incumbência de ser reencarnação de um monge budista que seu pai conheceu nos Himalaias, região do Nepal, em uma viagem que abriu a trama, onde quase morreu.

As marcas do início do século 20 também estavam bem reproduzidas nos cenários e nos figurinos. A luta por melhorias nas condições de trabalho no Brasil também permeou a história, na figura de Ernest (José de Abreu) e Manfred (Carmo Dalla Vecchia), vilões que comandavam a joalheria da família Hauser.

Percebem-se marcas comuns características dos folhetins e, em especial, da faixa das 18h: romances, tramas leves e o próprio fato de serem telenovelas com enredos históricos, marca do horário. Para voltar no tempo, a TV Globo desenvolveu estratégias especiais nos *sites* das telenovelas, em sua maioria voltadas ao conhecimento de que passado estava sendo retratado nas produções.

¹² A TV Globo já venceu a mesma categoria outras duas vezes: com *Caminho das Índias* (2010) e *O Astro* (2012).



O PAPEL DA CONTEXTUALIZAÇÃO

Uma primeira observação da categorização das 30 produções da TV Globo entre 2010 e 2014 permite que seja feita uma consideração importante, a ser discutida posteriormente nesse trabalho: o predomínio numérico de conteúdos de propagação, em relação aos conteúdos de expansão (Ver Tabela 2). Mesmo sendo os mais próximos da descrição de Jenkins sobre transmídia, as ações de expansão ainda são menos recorrentes em relação às demais.

Tabela 2: Comparativo entre estratégias de propagação e expansão.

Estratégias	
Propagação	Expansão
264	98

(Fonte: O autor)

O que pode explicar essa discrepância é a infraestrutura de desenvolvimento de conteúdos. A produção de um texto com a entrevista de um ator ou diretor demanda menos investimentos do que a criação de uma experiência como o *Monte Seu Brasão*¹³, do *site* de *Joia Rara*. Além disso, a seção *Fique por Dentro* traz muitos conteúdos que trazem poucas alterações com relação ao texto principal da telenovela ou minissérie, como resumos antecipados dos capítulos.

Um ponto importante a ser considerado, a partir da análise dos *sites*, é o grande e crescente arsenal de informações extras sobre as produções, disponíveis na *internet*, para envolver o espectador de maneira mais intensa no universo da trama, sem necessariamente interferir nos rumos dos personagens e das histórias que vão ao ar.

Dois bons exemplos são os conteúdos criados para as novelas *Lado a Lado* e *Joia Rara*, ambas as novelas exibidas às 18h e com tramas de época. O *site* da primeira telenovela, por meio de conteúdos especiais¹⁴, ajudou a contar a história daquele tempo, com informações enciclopédicas sobre o surgimento do futebol no Brasil, da luz elétrica no Brasil, bem como a Revolta da Chibata e da Vacina e o papel da mulher nos idos de 1910, todos temas abordados na narrativa.

¹³ <http://especiaiss3.gshow.globo.com/novelas/joia-rara/monte-seu-brasao/>

¹⁴ <http://gshow.globo.com/novelas/lado-a-lado/plantao/Fique-por-dentro/naquele-tempo/1.html>

Por sua vez, *Joia Rara* levou o espectador ao universo do budismo. As autoras apostaram em gravações no Nepal e fortes influências de Buda para contar a história de Pérola. Como a história também se passava no início do século 20, mais especificamente nos anos 1930, foram produzidos diversos conteúdos contextuais relacionados ao período: desde páginas especiais contando a história da religião budista, um *webdocumentário* e uma radionovela, fazendo referência ao veículo de comunicação mais popular no Brasil da época, e um portal especial com notícias daqueles dias, incluindo política, esportes e expedições ao Monte Everest, na região do Himalaia, onde a trama acontecia. Esse portal direcionava os internautas ao acervo digital do jornal O Globo, com capas e reportagens especiais do período¹⁵.

Essas estratégias de contextualização, segundo Fachine,

não se limitam a acrescentar algo *sobre* a narrativa[...]. Podem também acrescentar algo *a partir* da narrativa: informações que extrapolam os limites do universo diegético, que se desprendem da narrativa e adquirem sentido no próprio cotidiano do destinatário-consumidor. (FACHINE, in LOPES, 2013, p. 43).

Dentro da categorização transmídia das 30 produções, *Joia Rara* trouxe ao todo 7 estratégias contextuais, e *Lado a Lado*, 3. As estratégias de propagação informativas contextuais, segundo Fachine (2013), são direcionadas a dar ao telespectador-internauta as informações históricas e circunstanciais que ele pode precisar para entrar no universo diegético. A telenovela de Duca Rachid e Thelma Guedes, inclusive, foi a produção que mais explorou tais conteúdos dentre todas que compunham o *corpus* de análise.

Mesmo que façam parte de um grupo não tão próximo do entendimento de transmídia de Jenkins, sem propor contato imediato direto da audiência com a trama, em níveis de interferência, essas ações também ajudam a contar a história, a envolver a audiência, a provocar uma participação mais direta. A novela das 18h, diferente da novela das 21h, exibida no chamado horário nobre, tem maior liberdade de ousadia, de experimentações, o que talvez tenha possibilitado tais empreitadas da TV Globo.

Alex Primo conceitua a interação mediada por computador como *interação mútua* e *interação reativa*, sendo a primeira

[...] caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada integrante participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por

¹⁵ <http://especiaiss3.gshow.globo.com/novelas/joia-rara/naquela-epoca/>



relações determinísticas de estímulo e resposta. (PRIMO, 2003, in RECUERO, 2009, p. 32)

No caso das interações *reativas*, mais limitadas por não pressuporem diálogo, e sim a reação a estímulos, tais ações configuram um tipo menos ativo de relação entre as audiências e o cerne da narrativa dramaturgica, em termos de produção da telenovela ou minissérie. Neste sentido, a transmidiação proposta, ao menos pela TV Globo ao longo do período estudado nessa pesquisa, traz como grande novidade a plataforma onde se dá ó a *internet* ó, mas essencialmente não se distancia do que era prática comum há décadas atrás, quando revistas como a Amiga TV Tudo¹⁶ e Contigo!¹⁷ traziam notícias sobre os personagens e seus intérpretes, notícias de bastidores e resumos dos capítulos posteriores.

Entretanto, no caso das telenovelas de época, mesmo com a audiência relativamente baixa para o horário, a TV Globo investiu um esforço considerável no desenvolvimento do que parecia apropriado para as obras.

A criação dos conteúdos transmídia na emissora carioca depende não apenas das condições tecnológicas de veiculação. Segundo Gontijo e Medeiros, as estratégias são propostas de acordo com cada sinopse, pois as temáticas das telenovelas ou minisséries são singulares (GONTIJO & MEDEIROS, in LOPES, 2013, p. 349). Contextualização parece ser um caminho interessante para o público de telenovelas com temáticas históricas.

CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo analisar a transmidiação nas telenovelas *Lado a Lado* e *Joia Rara*, da TV Globo, produzidas e exibidas em um momento em que a emissora e a própria televisão brasileira passavam por momentos de mudanças e experimentações relacionadas à convergência de meios, múltiplas telas e conteúdos especiais para além da narrativa original, em vários produtos da casa.

Machado & Vélez destacam que os profissionais de televisão estão em uma fase de òdesafio e necessidade de riscos em direção a alguma coisa que ainda não se sabe bem o que poderá vir a seró (MACHADO & VÉLEZ, in CARLÓN & FECHINE, 2014, p. 56). Entretanto, pela categorização das estratégias transmídia nas produções da TV

¹⁶ Publicação semanal da Editora Bloch, extinta em 1999.

¹⁷ Publicação da Editora Abril, lançada em 1963 e em circulação até hoje.



Globo entre 2010 e 2014, o que se percebe é a ainda tímida experimentação da Globo nesse sentido.

Além da grandiosidade do sistema de produção de telenovelas e minisséries na emissora, outro fator que pode justificar suas abordagens ainda tradicionais na *internet* é a ausência de um sistema de medição de audiência e recepção dessas estratégias. Sem esse *feedback*, fica difícil saber onde estão os acertos, os erros e a necessidade real dessas estratégias de transmídiação.

Mesmo assim, o que se pode apreender da análise específica das telenovelas, como produtos exibidos em uma faixa tradicional como a das 18h, com temas históricos muito fortes, e com quase nenhuma abertura diegética textual para a interação mais efetiva, de expansão, como diz Fachine (2013), é que a contextualização se constitui como a opção mais segura do ponto de vista de produção, beirando inclusive o óbvio, visto que o público de novelas de época precisa ser apresentado à própria época.

Quantitativamente, *Joia Rara* traz a maioria de conteúdos de expansão entre 30 produções entre telenovelas e minisséries, exibidas entre 2010 e 2014 pela emissora que completa 50 anos. *Lado a Lado* também se destacou, e as duas compõem um exemplo de como a transmídiação no Brasil, mais especificamente na TV Globo, está sendo desenvolvida no portal Gshow.

Entretanto, o retorno em audiência não foi o esperado pela emissora, nas duas tramas. Mesmo sucesso de crítica e premiadas internacionalmente, tanto *Lado a Lado* quanto *Joia Rara* fecharam suas exibições com baixas médias de audiência segundo o IBOPE: a primeira alcançou 18,2 pontos¹⁸, a segunda, 18 pontos¹⁹. Cada ponto equivale a 65 mil domicílios em São Paulo. Como comparativo, *Flor do Caribe*, que ocupou a faixa entre as duas telenovelas, alcançou média de 21,8 pontos²⁰ no IBOPE.

É um momento de tentativas. A última telenovela das 18h a retratar um período passado foi *Boogie Oogie* (2014)²¹, que trouxe entre suas ações transmidiáticas conteúdos sobre as músicas, o figurino, as festas e os costumes dos anos 1970, tempo diegético da história. Com a constante queda de audiência das telenovelas da TV Globo, de acordo com os padrões de medição de audiência do IBOPE, o principal no Brasil, não é possível mensurar com exatidão a repercussão das telenovelas além da TV e, portanto, não há métricas para os conteúdos transmídia, mas é certo que mudanças estão

¹⁸ <http://www.telemaniacos.com.br/lado-a-lado-tabela-de-audiencia/>

¹⁹ <http://www.telemaniacos.com.br/joia-rara-tabela-de-audiencia/>

²⁰ <http://www.telemaniacos.com.br/flor-do-caribe-tabela-de-audiencia/>

²¹ [HTTP://gshow.com.br/boogieoogie](http://gshow.com.br/boogieoogie)



surgindo, e as emissoras já estão se movimentando para se adaptarem e inovarem também, para que o público ganhe novas alternativas para se inserir no universo de uma telenovela, produto de maior audiência da televisão brasileira.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Elaine; ELIAS, Roberto. **Lado a Lado**: a história do Rio de Janeiro e a telenovela. In. IX ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2013, Ouro Preto. *Anais...* Ouro Preto: UFOP, 2013.

BRANDÃO, Cristina. As primeiras produções teleficcionais. In. RIBEIRO, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

CARMINHA, Marina. A teledramaturgia juvenil brasileira. In. RIBEIRO, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

FECHINE, Yvana; FIGUEIRÔA, Alexandre. Transmídiação: estratégias conceituais a partir da telenovela brasileira. In. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil**: plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009. 2. ed.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (Org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

_____; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Brasil: trânsito de formas e conteúdos na ficção televisiva. In. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. (Org.). **Estratégias de Produção Transmídia na Ficção Televisiva**: Anuário OBITEL 2014. Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____. Telenovela como recurso comunicativo. In: **Revista Matrizes**. São Paulo: USP, v. 1, n. 1, p. 21-47, agosto/dezembro, 2009.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. Fim da televisão. In. CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Org.). **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

MALCHER, Maria Ataíde. **Teledramaturgia**: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira. São Paulo: INTERCOM, 2009.

MEDEIROS, Alex; GONTIJO, Gustavo. Transmídia por quem faz: ações de teledramaturgia na TV Globo. In. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (Org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.



ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Simões; RAMOS, José Mario Ortiz. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PRIMO, Alex. Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. In. RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.