



## “Afinal, o que querem as mulheres?”: O caminho transmidiático e a produção de sentidos no ciberespaço<sup>1</sup>

Issaaf Santos KARHAWI<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### Resumo

O presente artigo visa analisar a minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* pela perspectiva da transmídiação. A partir do blog do personagem principal da trama, André Newmann, busca-se desvelar sentidos produzidos entre as instâncias da audiência e da produção da minissérie. O artigo é fruto de uma pesquisa maior ainda em andamento, que, por ora, possibilita apreender os esforços da televisão brasileira para seduzir o telespectador não mais apenas para a tela da televisão, mas para as múltiplas plataformas oferecidas pela mídia. Como aporte teórico para a discussão estão os estudos de Análise de Discurso de linha francesa, os estudos de linguagem de Bakhtin e as teorias de transmídiação e *transmedia storytelling* de Jenkins.

### Palavras-chave

minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?*; transmídiação; produção de sentidos.

### Introdução

No presente artigo são apresentados apontamentos introdutórios de uma pesquisa ainda em andamento. Pergunta-se inicialmente: como são produzidos sentidos no ciberespaço? Caminhando para a particularidade: como ocorre a produção de sentidos no ciberespaço construídos entre as instâncias das audiências e da produção da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* exibida pela Globo em 2010?

A maior inquietação frente ao objeto proposto é a possibilidade de produção de sentidos ilimitada incitada por uma narrativa televisiva que perpassa diversas plataformas. No ciberespaço, *lócus* da pesquisa, é possível apreender o processo de interatividade que se inicia com a minissérie televisiva e se “materializa” em comentários da audiência no blog de André Newmann, personagem principal da minissérie. A produção de sentido é entendida como parte integrante de todo um processo que envolve não apenas a intertextualidade, mas principalmente a transmídiação, vista aqui a partir da perspectiva de Jenkins (2008), dos estudos de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-oeste realizado de 8 a 10 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela UFMT. Atualmente, mestranda em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, sob orientação da professora Dr. Maria Cristina Palma Mungioni. Bolsista do CNPq e pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN/ECA-USP). E-mail: issaaf@usp.br



linguagem empreendidos por Bakhtin (2002 e 2003) e do instrumental teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa.

A escolha da minissérie como objeto de pesquisa deu-se pelo proeminente destaque dado ao formato nos últimos anos pela Rede Globo. Essa característica tem sido observada desde 2009 pelo Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva, OBITEL<sup>3</sup>. Sob outra perspectiva, fazendo uso das palavras de Lopes et al. (2009) o cenário atual demanda a releitura de teorias e estudos sistemáticos que investiguem a complexidade da ficção televisiva nacional. Além disso, é essa a premissa epistemológica do Centro de Estudos de Telenovela da ECA-USP que tem norteado o andamento da presente pesquisa.

### **Um novo olhar sob a ficção seriada nacional**

As minisséries surgiram em 1982 na televisão brasileira, três décadas após a transmissão das primeiras telenovelas não diárias no país. Segundo Balogh e Mungiolli, as minisséries são “consideradas o produto mais bem-acabado da teledramaturgia brasileira, (...) se constituíram ao longo dos anos em estrelas de primeira grandeza no universo televisual brasileiro” (2009, p.330). Isso porque esse gênero de ficção, diferente das telenovelas, não é caracterizado por um ritmo de produção intenso o que possibilita mais dispêndio de tempo em pesquisa.

Ainda de acordo com as autoras, “o fechamento do texto [das minisséries] possibilita ao diretor um tratamento estético e um acabamento temático mais refinado. (...) embora nem sempre isso signifique a liderança em termos de audiência” (2009, p.331). Essa característica refinada está impressa na minissérie escolhida para pesquisa, *Afinal, o que querem as mulheres?*, devido ao tratamento estético diferenciado idealizado pelo diretor, Luiz Fernando Carvalho, tanto para fotografia, quanto para linguagem e trilha sonora da trama.

De acordo com Lopes et al. (2009, p.395), a característica da produção de teleficção brasileira da atualidade se concentra na “(...) necessidade de envolver o espectador por meio de conexões com as mais variadas mídias, numa tentativa de seduzi-lo à interação com a trama em múltiplas condições”. Agora o telespectador pode desempenhar papéis “(...) de participante, colaborador e até de coautor das ficções por meio da ampliação das possibilidades de intervenções que a ele são apresentadas”

---

<sup>3</sup> LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (coords.). *Obitel 2010: Convergências e transmidiação da ficção televisiva*. São Paulo: Globo, 2010.



(LOPES et al., 2009, p.395). A pesquisa, assim, ultrapassa a tela da televisão para acompanhar a assistência da minissérie em outras telas:

Esses são processos emergentes (...) que necessitam, cada vez mais, ser objeto de *pesquisas orientadas* no campo da comunicação, que ainda se apresentam frágeis de novos conceitos e de propostas metodológicas que deem conta dessa nova realidade empírica multimidiática (LOPES et al., 2009, p.396).

Aceita-se a minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* enquanto um produto cultural transmidiático, ou seja, um produto que é criado com a intenção de se espalhar por diversas mídias. Segundo a definição de Lopes et al., apoiada nos estudos de Jenkins (2008), quando há produção de narrativas transmidiáticas “(...) ocorre a migração de dispositivos midiáticos em direção a outras ferramentas ou meios de comunicação, como (...) programas de televisão que são adaptados para a internet” (2009, p.405). *Afinal, o que querem as mulheres?*, assim, é caracterizada também pelo universo ficcional ao redor dela. A obra original não está apenas na televisão, mas na internet, em blogs, comunidades virtuais, redes sociais, *fansites*. Dentre essas diversas plataformas está o site oficial da série<sup>4</sup> e, mais especificamente, o blog do personagem principal da trama, o psicanalista André Newmann<sup>5</sup>.

Essa estratégia de expansão da narrativa não é totalmente recente, a televisão brasileira trabalha com esse tipo de migração desde seus primórdios, no entanto, o ciberespaço surge para potencializar e acelerar esses processos antes restritos às mídias tradicionais.

Lopes et al. (2009, p.409), na esteira de Motter (2004), pontuam os exemplos de usos que a telenovela fez, durante a sua história, de diferentes mídias. Haja vista as adaptações das histórias folhetinescas para as radionovelas; as doações, quando personagens da teledramaturgia servem à publicidade; os empréstimos, quando personagens reaparecem em outra novela; as adaptações de obras literárias para a televisão; ou, ainda, o diálogo da teledramaturgia com o cinema.

Ao analisar a história da ficção nacional sob essa perspectiva é possível perceber que “(...) talvez nunca tenhamos acompanhado tamanho fluxo de conteúdos que perpassam as diversas mídias. (...) Amplia-se, desse modo, a fluidez e a possibilidade de caminhos de múltiplas direções” (LOPES et al., 2009, p.403).

---

<sup>4</sup> <http://especial.afinaloquequeremasmulheres.globo.com/>

<sup>5</sup> <http://afinaloquequeremasmulheres.globo.com/platb/andrenewmann/>



### **Desvelando o objeto: a minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?***

A minissérie foi exibida pela Globo no período de 11 de novembro a 16 de dezembro totalizando seis episódios de, em média, trinta minutos cada. A minissérie narra a história do psicanalista André Newmann, interpretado por Michel Melamed, que está em fase de término de sua tese em psicologia na qual tenta responder à pergunta deixada por Freud: Afinal, o que querem as mulheres?

Apesar do título a série não assume a missão de responder à pergunta freudiana, mas de narrar a história do amadurecimento de André enquanto homem e sua lida conflituosa com o universo feminino, o amor e as relações humanas cotidianas.

A ideia original da minissérie é do diretor Luiz Fernando Carvalho, escrita por João Paulo Cuenca com coautoria de Michel Melamed e Cecília Giannetti. Segundo o próprio diretor, a minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* não pode ser classificada enquanto um único gênero narrativo. “Eu não saberia definir se trata de uma comédia, de um drama, de um melodrama. É uma história que passa por várias nuances. (...) um certo ar novo de narrativa, um certo frescor também em termos de estrutura dramática”.

O jornalista Daniel Castro em seu blog<sup>6</sup> comenta sobre a produção da minissérie que investe em recursos mais trabalhosos pouco usuais na produção televisiva brasileira diária como a “animação em *stop motion, travellings* (movimentos laterais ou frontais com a câmera sobre trilhos) e até o chamado arco, em que a câmera gira em 360°, ao redor do objeto ou de personagens”<sup>7</sup>. Luiz Fernando Carvalho inova nas filmagens da minissérie ao usar filtros e gelatinas nas cenas resultando em uma fotografia saturada de cores primárias como verde, azul e vermelho fugindo ao aspecto natural dos cenários e personagens buscado por telenovelas. Segundo Castro, “*Afinal, o que querem as mulheres?* parece cinema, mas é “só” televisão brasileira de alta qualidade”.

### **Caminhos da transmidiação: [afinaloquequeremasmulheres.globo.com](http://afinaloquequeremasmulheres.globo.com)**

O site oficial da minissérie é hospedado pelo portal da Rede Globo e mesmo com o término da exibição do programa continua no ar<sup>8</sup>. Logo na página principal, o layout apresenta as gravuras da entrada televisiva da série como o busto de Freud e desenhos coloridos de símbolos usualmente remetidos ao feminino. Alguns links estão

<sup>6</sup> <http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/>

<sup>7</sup> Trecho retirado do artigo “Para ler a série *Afinal, o que Querem as Mulheres?*” de Daniel Castro. Disponível em: <<http://migre.me/4h1aA>> Acesso em 27 de dezembro de 2010

<sup>8</sup> Último acesso em 01 de maio de 2011.



disponíveis na página inicial do site como “Episódios”; “Personagens”; “Bastidores”; “A série”; “Frases de Freud”; “Vídeos”; “O que querem as mulheres”; “Créditos”. Por último, o link disponível para o Blog de André Newmann.

A página reservada para o blog de André Newmann em nada se diferencia de um blog normal. Cada página apresenta um total de 10 *posts*, que são os textos publicados pelo autor do blog. Alguns textos se limitam a transcrever citações feitas na minissérie pelo personagem André Newmann, outros acompanham o que acontece com o personagem – como um diário virtual real.

Outras ficções da Globo já haviam incorporado ao site oficial blogs de personagens. O blog do Indra, personagem da telenovela *Caminho das Índias*<sup>9</sup>, representa um “(...) bom exemplo de criatividade que, para além da relação entre as duas mídias, permite também o trânsito entre a ficção e o cotidiano do telespectador-usuário” (LOPES et al., 2009, p.415). Posteriormente, o blog “Sonhos de Luciana” da personagem homônima da telenovela *Viver a Vida*<sup>10</sup> também estabeleceu esse novo tipo de relação entre as audiências e a produção do produto televisivo. Desde então, é possível constatar a atenção especial dada pelo pólo da produção, no caso específico a Globo, à expansão da narrativa televisiva para o ciberespaço.

Almeida et al. (2010, p.05) afirmam que o lugar de encontro entre interlocutores é no signo-texto. O texto se configura enquanto um lugar comum, disponibilizado por um autor, mas lido por interlocutores que no ato da leitura produzem sentidos. É nesse espaço de produção que a presente pesquisa pretende se inserir. Nesse ambiente interativo é possível ao personagem principal da minissérie ganhar vida para além da narrativa de ficção e dialogar com os espectadores. Vê-se surgir, então, uma nova conjectura ficcional brasileira moldada pela transmidialidade, não mais restrita à tela da televisão.

O blog de André Newmann, portanto, é fio condutor para uma compreensão da produção de sentidos ensejada pelos discursos no ciberespaço, o qual, segundo Lemos (2007, p.128), é vital para a efervescência da cibercultura. É o lugar no qual entramos para fazer parte de uma realidade virtual, de um ambiente simulado. É nesse espaço interconectado, sem dimensões exatas, passível de reversibilidade e instantaneidade que a cultura ciber se prolifera. O ciberespaço se configura enquanto espaço simbólico

---

<sup>9</sup> Telenovela exibida de 19/01 a 11/09/2009 às 21h.

<sup>10</sup> Telenovela exibida de 14 de setembro de 2009 a 14 de maio de 2010 às 21h.



(LEMOS, 2007, p. 132) que possibilita trocas, também simbólicas, principalmente no que diz respeito às práticas sociais de agrupamento.

Sob essa perspectiva, aceita-se a internet como “(...) a primeira objetivação não-reutora da cultura, isto é, do contexto ou do hipercontexto mediador entre os humanos. (...) Virtualmente, não há senão uma única sociedade.” (LÉVY, 2001, p. 140). Para o autor, portanto, a internet se configura, assim, como mediadora universal dos seres humanos. Almeida et al. (2010, p.07) completam ao dizer que a internet representa um cenário estruturado para a ação on-line capaz de comportar dimensões sociais, culturais e políticas diversas. Ainda segundo as autoras:

A cibercultura inova nos modos de circulação, difusão e localização da informação. Criam-se cibernarrativas – uma não necessária linearidade para a formatação do texto, que gera novos espaços de socialidade, de enunciação e de autoria (2010, p.05).

As possibilidades dentro do ciberespaço são ilimitadas. Pesquisas rápidas nos apresentam diversas plataformas nas quais há algum tipo de conteúdo relacionado à série *Afinal, o que querem as mulheres?*.

O processo de escrita muda no ciberespaço, um único texto é criado e recriado no infinitamente, e não somente pelo seu autor original. O usuário do ciberespaço também se configura como autor. Nas palavras de Lemos: a internet “(...) fez com que qualquer um possa não só ser consumidor, mas também produtor de informação, emissor” (2002, p. 114). É dado ao internauta a liberdade de criar e recriar aquilo que é seu, e aquilo que por e é interpretado. Essa característica, nas palavras do autor, é sintomática nos tempos de hoje, fruto dessa cultura ciber e interativa.

Possari (2009, p.67) classifica como interatividade a atuação conjunta na construção de sentidos, “(...) possibilidade de agir, intervir sobre programas e conteúdo”. O telespectador, por meio da interatividade, não assume mais esse papel como único, fixo e imutável, mas se vê tanto como espectador, quanto como “usuário operador” que também é autor do texto do outro.

Esse processo de produção de sentidos só se dá em um contexto no qual as relações sociais são possíveis. Só há produção de sentidos com a produção da linguagem.

Ao adentrarmos o ciberespaço podemos trabalhar especificamente com os *blogs*. As autoras Balogh e Mungioni (2009, p.324) consideram os blogs de ficções televisivas como paratextos. Dizem as autoras: “Na atualidade, poderiam ser incluídos entre os



paratextos *sites*, *blogs*, redes sociais e plataformas para difusão de criações/recriações elaboradas com base nas telenovelas e minisséries”. Trata-se de um texto independente e complementar ao original, não de cópias do produto televisivo. Cabe aqui o conceito de transmídiação, postulado por Jenkins (2008): a transmídiação se faz com a colaboração de diversas mídias com um sistema narrativo específico, o que desencadeia a produção de narrativas transmidiáticas. Esse fenômeno é facilitado pela mobilidade, portabilidade e interatividade das novas mídias e o processo de propagação por várias mídias potencializa a produção de sentidos. Lopes et al. (2009, p.399) explicam esse fenômeno:

Hoje as informações que estão na rede se despreendem do sujeito narrador para se tornar um hipertexto. (...) Esse processo cria a transmedia *storytelling* em que uma mesma narrativa que, em geral, ganhou notoriedade, passa de uma mídia a outra, em diferentes suportes e diferentes linguagens, com uma rapidez estonteante.

Uma obra já é pensada com a intenção de se espalhar por diversas mídias, tal qual ocorreu com a minissérie objeto desta pesquisa cujo blog de André Newman mesmo antes da série televisiva começar a ser exibida já estava funcionando no ciberespaço. Um fenômeno desses finda na “criação de novos espaços de comunicação e socialização” (LOPES et al. 2009, p.405).

Do conceito de transmídiação, parte-se para o conceito de *transmedia storytelling* empregado pela primeira vez por Jenkins (2003). Segundo Scolari (2009), o conceito é complexo, pois abarca áreas como a semiótica e o estudo de narrativas além de conceitos como *cross media*, *multimodality*, *multiplatform*, *enhanced storytelling*. Mas, basicamente, a *transmedia storytelling* são “histórias contadas por múltiplas mídias. (...) As histórias mais significantes tendem a caminhar através de múltiplas plataformas midiáticas” (JENKINS et al., 2006 apud. SCOLARI, 2009, p.587).

Jenkins (2003 apud SCOLARI, 2009, p.587) completa dizendo que cada meio faz o seu melhor. Assim, cada um é dono de um conteúdo autônomo o suficiente para ser consumido sem, necessariamente, estar atrelado de maneira dependente ao produto original. Trazendo este conceito para a série *Afinal, o que querem as mulheres?*, Jenkins analisaria o blog de André Newman como *transmedia storytelling* por apresentar um conteúdo que pode ser acompanhado tanto por telespectadores da série quanto por internautas apenas interessados nos textos publicados no blog.

Scolari (2009, p.589) ainda elucida que as idéias de Jenkins sobre a *transmedia storytelling* não se referem à tradução intersemiótica (*intersemiotic translation*) ou à



transmutação (*transmutation*) de um sistema semiótico para outro. Quando falamos em *transmedia storytelling* deve-se pensar em estratégias - do produtor - que definem como uma mesma história pode perpassar por diferentes mídias e linguagens.

Para Scolari (2009, p.587), “(...) essa dispersão textual é uma das fontes mais importantes da complexidade da cultura popular contemporânea”. Não lidamos na contemporaneidade com adaptações simples de uma mídia para outra, mas com um processo de interatividade infinito entre as mídias. As histórias contadas não são as mesmas, mas contribuem umas com as outras na “(...) construção de uma narrativa transmídia global” (SCOLARI, 2009, p.587)

As novas tecnologias de comunicação multiplicam esse processo, por isso a importância de acompanhar o percurso de uma narrativa televisiva pelos caminhos da transmídiação.

### **Primeiras aproximações**

O conceito de transmídiação ajuda a traçar melhor o processo de consumo dos telespectadores de uma determinada minissérie. A partir da perspectiva transmidiática, colocamo-nos diante de uma questão deixada por autores como De Certeau (2007, p.93): “(...) uma vez analisadas as imagens distribuídas pela TV e os tempos que se passa assistindo aos programas televisivos, resta ainda perguntar o que é que o consumidor *fabrica* com essas imagens e durante essas horas”. Assim, o blog do personagem André Newmann, além de uma estratégia transmidiática do produtor da minissérie, serve como espaço para essa *fabricação* que pontua De Certeau. É nesse espaço virtual que concepções como a de telespectador passivo, que “(...) perde seus direitos de autor, para se tornar, ao que parece, um puro receptor, o espelho de um ator multiforme e narcísico. (...) imagem de aparelhos que não mais precisam dele para se produzir”, parecem distantes e obsoletas (DE CERTEAU, 2007, p.94).

O que De Certeau chama de fabricação pode ser aqui transposto como produção de sentidos que é um fenômeno intrínseco à enunciação. De acordo com Hall: “(...) É sob a forma *discursiva* que a circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências. (...) Se nenhum ‘sentido’ é apreendido, não pode haver ‘consumo’. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito” (2006, p.366). Fazendo uso das palavras de Orlandi (1990), o homem está “condenado a significar”. Assim, no que tange a produção de sentidos, a contemporaneidade fortalece o rompimento dessa noção de um telespectador passivo no processo de consumo. Isso



não significa que apenas agora o telespectador de minisséries produza sentidos a partir da assistência, mas que o ciberespaço possibilita que essa produção seja divulgada e recriada.

A infindável produção de sentidos leva-nos a pensar o ser humano com base em sua condição dialógica (BAKHTIN, 2002 e 2003) que se constitui por meio de enunciados concretos a partir dos quais ganham vida os discursos.<sup>11</sup> Segundo Bakhtin, os discursos não são produzidos no vazio, mas na existência social. Apesar de serem individuais, os discursos são construídos entre o eu e o outro, e a partir de um contexto histórico-social específico. São as situações sociais que determinam os discursos, assim, o ambiente da blogosfera se configura enquanto espaço discursivo.

Ao falar de blogs, de maneira geral, lidamos com um contexto específico que gera discursos particulares. Particulares em dois sentidos: cada falante é “dono” de seu discurso e imprime nele subjetividades, mas também, apesar da particularidade do discurso, ele está sujeito a “regras” convencionadas pelo uso social que se faz do discurso, pois “(...) cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*” (BAKHTIN, 2003, p.262). Ou seja, há tipos particulares de discursos que se diferenciam de outros tipos de discursos. Dada à variedade da atividade humana, as possibilidades dos gêneros do discurso são inesgotáveis e cada campo, à medida que se complexifica, aumenta e diferencia o repertório dos gêneros do discurso. Assim, cada blog se apropria - ao mesmo tempo que constrói - um gênero do discurso.

O Blog do André Newmann além de se inscrever em um gênero do discurso que molda o estilo dos *posts* e dos comentários, também pode ser classificado de acordo com gêneros dos blogs.

Primo (2010, p.130) aponta que os conceitos sobre gêneros dos blogs não contemplam “(...) a heterogeneidade das práticas na blogosfera”. Não cabe mais classificar os blogs apenas como diários pessoais na internet, com uma escrita autobiográfica remetida ao público jovem. Hoje, o gênero dos blogs é variado abarcando diversos estilos de escrita e de objetivos de publicação o que, não aleatoriamente, conversa com a teoria de Bakhtin sobre os gêneros do discurso: dada à

---

<sup>11</sup> Para Bakhtin o enunciado é a “unidade real da comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2003, p.269). Ainda segundo Bakhtin, o uso da língua é feito por meio dos enunciados que são definidos por condições específicas de conteúdo temático, estilo e construção composicional e, ainda, pelo gênero do discurso.



atividade intensa e recente do homem no ciberespaço, múltiplos tipos de blogs são observados.

É preciso que fique claro que blogs são meios de comunicação. (...) Logo, definições que caracterizem blogs, por exemplo, por produção individual, de tom confessional, por uma determinada faixa etária, não passam de postulados generalistas. São, portanto, visões essencialistas que, no fundo, servem apenas a intenções normativas (que visam impor como blogs deveriam ser) ou a críticas fáceis (como blogs nunca têm credibilidade). (PRIMO, 2010, p. 135).

Para evitar esse equívoco classificatório, Primo (2010) apresenta dezesseis diferentes tipologias para os blogs. Quatro são as principais: blog profissional, pessoal, grupal e organizacional. Cada um desses tipos de blogs são, ainda, classificados de acordo com os gêneros: autorreflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo.

O blog de André Newmann apresenta formato pessoal no qual o personagem da trama relata as angústias de seu dia-a-dia como uma pessoa real. Assim, segundo a tipologia proposta por Primo (2010, p.136), o blog poderia ser classificado como *pessoal autorreflexivo*:

(...) voltado para a manifestação de opiniões e reflexões pessoais sobre si, sobre os outros e sobre sua vida cotidiana. Tais manifestações (...) podem constituir o que Nardi, Schiano e Gumbrecht chamam de “pensar enquanto se escreve” (2004).

Apesar das características do blog de André Newmann serem exatamente as colocadas por Primo, trata-se de um blog pessoal não de um internauta real, mas de um personagem de ficção. A classificação pode parecer conflituosa, mas sinaliza a tentativa sólida de interatividade por parte do polo produtor da minissérie.

Tratando mais especificamente das possibilidades de produção de conteúdo pelas audiências - telespectadores/internautas - no blog de André Newmann, é possível usar a classificação de Lopes et al. (2009) que toma as considerações de Lévy, Orozco e Primo para observar a *homepage* da telenovela *Caminho das Índias* segundo três noções de interatividade: interatividade passiva, interatividade ativa e interatividade criativa. O blog da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* poderia ser caracterizado como interativo criativo, segundo definição:

(...) o receptor, no caso, o usuário/internauta, passa a emitir conteúdo, criando algo novo a partir daquilo que lhe foi dado. Estimulado pelo produtor de conteúdo a emitir uma resposta, o internauta produz, transpondo a condição de receptor e alcançando a de emissor. (LOPES et al. 2009, p.XX).



Haja vista que os espectadores de telenovelas, minisséries ou séries da Globo têm espaço apenas nos blogs para publicar conteúdo - as *homepages* oficiais não disponibilizam esse ambiente - o blog oficial das ficções é local passível de “mexer no texto do outro”, de fazer parte mais diretamente da ficção.

Apesar da discrepância entre o número de comentários entre os *posts* do blog de André Newmann - uns chegam a 90 outros apenas cinco – o espaço é disponibilizado, ou seja, há estímulo do produtor (essa própria discrepância é também prenhe de significação e será analisada à luz da Análise do Discurso em outro momento da pesquisa). Quando há comentários pontua-se aí a produção de sentidos; a expressão de cada telespectador sobre o que lhe é dado tanto na televisão quanto no ciberespaço. É nesse processo, sustentado pela transmidiação, que se observa a interatividade no espaço virtual, essencial para a produção de discursos, que como teoriza Bakhtin (2002) são produzidos na relação social, mesmo que, nesse caso, virtualizada.

No total foram escritos 51 textos divulgados no blog de autoria do personagem André Newmann durante o tempo de exibição da minissérie. O primeiro deles foi publicado no dia 20 de outubro de 2010, um mês antes do início da transmissão da minissérie na Globo:

Oi. Me chamo André. Newmann. André Newmann. Prazer. Digo, não é “André Newmann Prazer”... Claro... No momento, muito pelo contrário... Enfim! Oi. É a primeira vez que escrevo um blog. E talvez a última que escreva uma tese... Sim, estou tentando escrever uma tese de doutorado. Em psicologia. Sobre? Lá vamos nós... Sobre a famosa pergunta que Freud fez e jamais conseguiu responder: afinal, o que querem as mulheres?” Alguma dica?

Como alguns internautas pontuaram em seus comentários, os *posts* por vezes têm uma característica de devaneio. O autor do blog escreve como que imitando seu fluxo de pensamento, tom também da minissérie, narrada segundo a perspectiva do próprio André Newmann e suas impressões sobre os diferentes momentos de sua vida.

Os escritos do blog seguem um “padrão de qualidade” justificável ao levarmos em consideração o fato de o autor do blog – o enunciador - ser o personagem André Newmann e não o ator. Consequentemente, quem escreve é um doutor em psicologia e escritor de um famoso livro sobre o querer feminino, dono de um estilo que reflete sua individualidade e molda seu discurso. Ainda como uma consequência desse discurso da minissérie e do personagem principal, o público alvo - ou seja, os co-enunciadores da minissérie - são telespectadores diferentes dos de outras ficções televisivas, como a telenovela. Resumidamente, leva-se em conta a questão básica da construção de um



discurso, segundo Bakhtin: “Um traço essencial (constitutivo) do enunciado é o seu *direcionamento* a alguém, o seu *endereçamento*. (...) O enunciado tem autor (...) e destinatário” não é construído cegamente (BAKHTIN, 2003, p.301).

O primeiro *post* supracitado elucidou 67 diferentes tipos de comentários. No blog de André Newmann, o maior número de comentários analisados é marcado pela conversa com o personagem, em um tipo de interatividade não direcionada estritamente ao contexto da trama da minissérie. Uma sondagem inicial aponta a predominância de comentários de pessoas do sexo feminino com uma capacidade discursiva acima da média observada em outros espaços virtuais. Os comentários se pretendem não apenas elogiosos, mas, sobretudo, ricos em conteúdo.

Sobre essa observação inicial também é possível recorrer à Bakhtin que teoriza a compreensão de enunciados como “preenche de resposta”: “Toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativa-responsiva” (2003, p.271). Disponibilizar espaços para comentários da audiência é compreender essa necessidade humana de produzir sentidos, significar: responder. Nesse processo deixamos de lado a concepção de telespectador passivo para aceitarmos a proposta de Bakhtin na qual “o ouvinte se torna falante” no processo de enunciação, justamente quando sacia a sua ânsia responsiva real e plena (2003, p.271).

Quando, no *post* transcrito, André Newmann coloca: “estou tentando escrever uma tese de doutorado. (...) Sobre a famosa pergunta que Freud fez e jamais conseguiu responder: afinal, o que querem as mulheres?” Alguma dica?” vários internautas se detiveram em responder à questão posta por André no *post*. Essa atitude responsiva possibilita apreender os sentidos estabelecidos tanto no momento da leitura do *post* apenas, quanto na leitura conjunta à assistência da minissérie. Alguns comentários foram escolhidos para análise inicial:

A pergunta em questão “O que querem as mulheres?” foi formulada muito antes de Freud. Ela aparece num dos mais importantes e conhecidos contos – “A Esposa de Bath” – (...) escritos por Geoffrey Chaucer (...). A pergunta literalmente formulada é: “O que as mulheres querem mais do que tudo?”

Cabe ainda transcrever outros: “A mulher quer absolutamente tudo. Quer sempre mais porque o que tem, a partir do momento da posse, já não a satisfaz”, “(...) o pai da psicanálise (...) talvez não tenha se dado conta que estava diante da mulher como o outro, seu espelho, cuja pergunta se voltava para si mesmo: afinal o que quer o ser humano?”.



Os trechos selecionados demonstram a preocupação do internauta em produzir comentários compatíveis com os *posts* do blog no que tange à qualidade do texto, não necessariamente no quesito gramatical, mas no conteúdo. Essa resposta “à altura” é explicada pelo gênero do discurso que prevalece na linguagem do blog/minissérie. “(...) nós falamos por gêneros diversos sem suspeitar da sua existência. Até no bate-papo mais descontraído e livre nós moldamos o nosso discurso por determinadas formas de gênero” (BAKHTIN, 2003, p.282). Cada internauta não “(...) é o primeiro falante, o primeiro a ter violado o eterno silêncio do universo, e pressupõe (...) alguns enunciados antecedentes” (BAKHTIN, 2003, p.272). Esses enunciados antecedentes são os de André Newmann, e que também não foram os primeiros discursos no silêncio mudo do mundo: foram moldados pelo discurso da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?*. Assim caminhamos por uma “(...) corrente complexamente organizada de outros enunciados<sup>12</sup>” (BAKHTIN, 2003, p.272).

Em *post* do dia 10 de dezembro de 2010, próximo do término da minissérie, André Newmann escreve sob o título “Eu sempre achei que o amor, que o grande amor”.

Eu sempre achei que o amor, que o grande amor fosse incondicional. Que quando houvesse um grande encontro entre duas pessoas tudo pudesse acontecer... Porque se aquele fosse o grande amor, ele sempre voltaria triunfal... Mas nem todo amor é incondicional... Acreditar na eternidade do amor é precipitar o seu fim. Porque você acha que esse amor aguenta tudo, então de um jeito ou de outro você acaba fazendo esse amor passar por tudo... Um grande amor não é possível. E talvez por isso é que seja grande – para que nele caiba o impossível.

Há no texto um tom de romantismo e, novamente, o “padrão de qualidade” dos textos do personagem. Assim como no primeiro *post* divulgado no blog, os comentários seguem um estilo discursivo muito similar ao dos textos do próprio personagem.

A postagem “Eu sempre achei que o amor, que o grande amor” reuniu 82 comentários dos quais cabe destacar: “Sartre diz que o inferno são os outros. Creio que para o André o inferno são as mulheres” ou “O grande amor, não é incondicional. O amor incondicional é efêmero. Acaba toda vez que esbarra na primeira condição. O grande amor é aquele que se faz grande toda vez que se escolhe amar a mesma pessoa(...)”.

---

<sup>12</sup> Bakhtin (2003) chama essa relação entre diversos enunciados de interdiscurso.



Na tentativa de não reduzir os comentários em um único padrão, também há aqueles que comentam especificamente sobre um episódio da minissérie, sobre o desempenho do ator Michel Melamed ou estabelecem diálogos mais informais com o personagem no blog. Esses comentários também serão analisados à luz da Análise do Discurso em outro momento da pesquisa em andamento.

É possível verificar, por ora, um discurso comum entre os internautas freqüentadores do blog de André Newmann (telespectadores ou não da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?*): discurso de pertencimento, de envolvimento com a trama e, sobretudo, vontade de desvendar junto com a minissérie a questão deixada por Freud. Os discursos só comprovam que o produto transmidiático pensado pela produção da minissérie cumpre o papel para o qual foi elaborado. Mesmo os diferentes estilos de comentários, com os temas mais diversos, apontam a eficácia desse produto como resposta à necessidade do telespectador da era da convergência midiática de caminhar por diferentes plataformas.

### **Conclusões incipientes**

A pesquisa, ainda em processo inicial, é fruto de várias inquietações, poucas delas respondidas. Busca-se ao final da trajetória a compreensão do fenômeno da transmidiação e mais especificamente, como a internet e esse “caminhar por diversas mídias” potencializa a produção de sentidos em espaços virtuais.

Os primeiros contatos com o objeto em questão já desvela a tentativa da televisão nacional, em caso particular a Globo, em colocar-se de maneira efetiva e criativa no âmbito da transmidiação. Não se trata apenas de exibir ficção, mas de compreender que o telespectador anseia por mais; por assistir a minissérie não apenas na tela da tevê, mas em todas as outras telas que as mídias podem oferecer.

### **Referências bibliográficas**

ALMEIDA, C. A.; KARHAWI, I. S.; POSSARI, L. H. V. **Transmidiação**: A saga Crepúsculo continua na produção da fandomination. Revista Linguagem, ed.15, Outubro de 2010. Disponível em: <<http://migre.me/4pBYf>> Acesso em 28 nov. 2010.

BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: 2003.

\_\_\_\_\_. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Editora Hucitec Annablume, 9ª Ed., 2002.



BALOGH, A. M.; MUNGIOLI, M. C. P. **Adaptações e remakes**: entrando no jardim dos caminhos que se cruzam. In.: LOPES, M. I. V. (org.). **Ficção Televisiva no Brasil**: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009, pp. 313-352.

DE CERTEAU, M. Fazer com: usos e táticas. In. DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Vol.1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

HALL, S. Codificação/Decodificação. In. HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

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

LEMOES, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 3º Ed., 2007.

\_\_\_\_\_. Aspectos da cibercultura. In: PRADO, J. L. A. (org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker Editores, 2002, pp.111-129.

LÉVY, P. **A conexão planetária**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. São Paulo: 34, 2001.

\_\_\_\_\_. **O que é o Virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LOPES, M. I. V.; BREDARIOLI, C.; ALVES, C. G.; FREIRE, D. O. **Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira**. In.: LOPES, M. I. V. (org.). **Ficção Televisiva no Brasil**: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009.

ORLANDI, E. P. **Terra à vista!** Discurso do confronto: velho e novo mundo. São Paulo, Cortez: Campinas, Editora da Unicamp, 1990.

POSSARI, L. H. V. **Educação a distância**: sua concepção como processo semiodiscursivo. In: POSSARI, L. H. V.; NEDER, M. L. C. **Educação a distância – material didático para a EaD**: processo de produção. Cuiabá: Ed. UFMT, 2009, pp.63-77.

PRIMO, A. **Blogs e seus gêneros**: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa. MATRIZES, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://migre.me/4pBV3>>. Acesso: 21 abr. 2011.

SCOLARI, C. A.. **Transmedia Storytelling**: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, n.3, 2009. Disponível em: <<http://migre.me/3qvHe>> Acesso em 29 dez. 2010.