

ALICE ATRAVÉS...: TELEVISÃO, REDES SOCIAIS E PERFORMANCES NUM PRODUTO TELEVISIVO EXPANDIDO

ALICE THROUGH ...: TELEVISION, SOCIAL NETWORKS AND PERFORMANCES IN A EXPANDED TELEVISION PRODUCT

Thiago Soares¹

Alan Mangabeira²

RESUMO

A série do canal HBO, “Alice”, possui uma particularidade: os personagens não só existiam na televisão e nas redes sociais (Orkut, Twitter, Facebook) mas também passaram habitar o cotidiano, indo a eventos e criando situações que funcionavam como desdobramentos dos acontecimentos dos episódios. Esta é a premissa para discutirmos, neste artigo, três postulados sobre as novas formas de fruir produtos televisivos: a necessidade de novas partituras narrativas por autores/emissoras; o entendimento das dinâmicas performáticas que envolvem os meios de comunicação e a inserção do cotidiano como mais um ambiente para as narrativas transmidiáticas.

PALAVRAS-CHAVES

Performance; Transmídia; Redes Sociais.

ABSTRACT

The HBO series, “Alice”, has a particularity: the characters not only exist on television and social networks (Orkut, Twitter, Facebook) but now live in the everyday, going to events and creating situations that are a development of the episodes. This is the premise to discuss, in this article, three postulates about new ways to experience television products: the necessity for new narratives by writers / broadcasters; the understanding of the performance as a dynamic involving the media and the insertion of the everyday as an environment for transmedia narratives.

KEYWORDS

Performance; Transmedia; Social Networks.

1 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFPB). thikos@uol.com.br. João Pessoa, BRASIL.

2 Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação UFPB. alanmangabeira@gmail.com. João Pessoa, BRASIL.

Diante das inúmeras possibilidades de itinerários na cultura midiática, os produtos televisivos se encontram num impasse: como se estender para além do sistema da televisão - balizada pela grade de programação, pelo tempo do atrativo, pela duração do intervalo, enfim, pelas normas, digamos, rígidas das emissoras de TV e pelo modelo de gerenciamento da programação televisiva -, num momento em que se vive uma lógica expansiva dos regimes de espetatorialidade? Porque, para além da premissa dicotômica entre massivo e pós-massivo (a televisão sintetizando a ideia de meio de função massiva e a internet dentro da lógica pós-massiva), nos parece sintomático pensar nos agendamentos e agenciamentos entre televisão e internet: como a experiência de ver televisão, hoje, perpassa por comentar os atrativos em redes sociais (Twitter, Facebook), compartilhar trechos de atrações televisivas em plataformas de compartilhamentos de produtos digitais (You Tube, Pinterest) e até fotografar a tela da TV e “usá-la” como imagem fixa dentro da rede social de fotografia Instagram - acionando a modalidade de compartilhamento de um instante, tão usual na experiência fotográfica.

O que parece central em todas essas formas de fruir a televisão é a premissa de que os produtos deste meio estão, cada vez mais, se materializando em outros meios: aparecendo em forma de comentário, destacando um trecho e exibindo-o em uma rede social, tendo uma imagem “usada” como indexação de um ato cotidiano. Soa inusitado constatar que, quando muitos entusiastas da cibercultura e dos estudos sobre fenômenos de internet, davam a televisão como um meio que poderia ser “fagocitado” pela própria internet, o que se observa empiricamente é ainda mais complexo: a internet não só não “fagocitou” a televisão, como grande parte dos conteúdos e compartilhamentos, sobretudo em redes sociais, advém da presença maciça da televisão no cotidiano das pessoas. É premente reconhecer que a internet está servindo como uma espécie de “tatuagem” do cotidiano dos sujeitos com a televisão: assistir a uma novela como “Vale Tudo”³ (que foi reprisada, em 2011, no canal fechado Viva, da Globosat, e virou uma espécie de “fenômeno de comentários” nas redes sociais), à exibição ao vivo dos shows do Rock in Rio⁴ (ocorrido nos meses de setembro e outubro de 2011, e transmitido pelo canal fechado Multishow) ou mesmo aos capítulos da telenovela “Avenida Brasil”⁵, da Rede Globo, ganha em dinâmica experiencial quando se acopla a exibição televisiva com as premissas de comentário das redes sociais.

Uma rede social como o Twitter, por exemplo, passa a ser o registro, minuto a minuto, de “acontecimentos” televisivos: não são poucas as vezes que os *Trending Topics* (TTs),

ou os assuntos mais comentados simultaneamente na rede social, são personagens, expressões, canções ou mesmo *hashtags*⁴ de atrações televisivas que estão sendo exibidas simultaneamente a que as postagens estão sendo redigidas. Ou seja, o Twitter vai deixando uma série de indícios da relação dos indivíduos com os programas de TV, instantâneos de uma dinâmica efêmera, muitas vezes celebratória, outras vezes irônica e jocosa, mas sempre acionando um lugar de compreensão das dinâmicas de espetatorialidade agendadas pela TV na internet. Nossa ideia aqui não é atestar, de maneira excessivamente efusiva, que a experiência pura e simplesmente de se assistir à televisão, sem a co-relação com as redes sociais, não exista. Muito pelo contrário. Talvez seja, inclusive, possível pensar em gêneros e formatos televisivos que seriam mais expansivos que outros, a partir de seus assuntos, endereçamentos de público, entre outros tópicos. No entanto, o que nos interessa pensar neste artigo é a premissa expansiva que vem sendo experienciada nas novas lógicas de espetatorialidade: ver televisão é também comentar a televisão na internet, experienciá-la em outros ambientes da rede. É neste contexto, o da expansão de experiências com a televisão, que nosso artigo delinea uma problemática. Estudamos a série de TV “Alice”, do canal fechado HBO, que particularizou e, digamos, radicalizou a lógica expansiva do produto televisivo: a personagem-título da série tinha endereço de MSN (Messenger da Microsoft), enviava mensagens de texto para o celular dos espectadores, possuía perfil no Twitter, Facebook, Tumblr, entre outros, e, a partir de anúncios nas redes sociais integradas com o FourSquare (rede social que indica a localização do usuário), “aparecia” em cenários reais da cidade de São Paulo para conversar com espectadores. O produto televisivo se estendia de tal forma que transformava o próprio real em ambiente ficcional, mesmo fora do enquadramento de câmeras e do contexto do plano de TV.

“Alice” parece apontar para um tipo de experiência em que não temos apenas o comentário, a crítica, a ironia nas redes sociais, ou aquilo que José Luiz Braga chamou de “sistema de resposta social” (BRAGA, 2006). Há, em particular, um produto que, ele mesmo, se expande, se desdobra, “habita” um outro espaço - para além do televisivo, fazendo uso de sua lógica pós-massiva. Teríamos, então, o que estamos chamando aqui - de forma apressada e um tanto quanto generalista - de “produto televisivo expandido”. Para podermos desenvolver a ideia de produto televisivo expandido, precisamos trazer à tona o conceito de performance e todas as lógicas ligadas aos discursos e aos cenários das performatizações que, talvez, nos ajudem a compreender o que, de fato,

mobiliza este fazer/assistir televisão de maneira contemporânea: operações performáticas que se imbricam e se acionam.

PERFORMANCES: NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E NA VIDA COTIDIANA

Com a profusão de perfis em redes sociais na internet, a questão da performance tem sido trazida à tona como aparato teórico para tentar compreender os discursos engendrados nos contextos dos meios de comunicação. Criar um perfil numa rede social, eleger o que dizer, escolher o que dispor como “texto de apresentação”, que fotografia usar no “avatar” são algumas das operações que se realiza quando se adentra à formação de um ambiente de compartilhamento de conteúdos nas redes sociais. Estas operações parecem sintomáticas de serem compreendidas como enquadramentos/recortes de alguém num cenário de interação mediada. Postar textos, imagens, vídeos, etc., se configura no “atuar” neste ambiente: dessa forma, pode-se perceber “avatars” que são mais românticos, incisivos, polêmicos, irônicos, ingênuos, entre tantas outras formas de classificação. Queremos destacar, assim, que a questão de performatizar - tomando neste primeiro momento, a performatização como uma lógica de atuação, de se comportar, de agir em determinado ambiente - tem sido cada vez mais enraizada nas nossas relações cotidianas. Podemos pensar, entretanto, que, embora demasiadamente presente na nossa forma de agir no cotidiano, há tensões entre formas de performatizar: nem sempre atuar no real e no virtual pode se configurar em ações que se complementam. Há também lógicas performáticas que se negam, se opõem. Portanto, tentar entender as atuações performáticas em ambientes midiáticos significa apreender que estamos diante de jogos, formas de se posicionar, de agir e que precisam ser entendidas como dinâmicas enunciativas. É na enunciação - num contexto, num ato e numa forma de endereçamento para outrem - que se materializa o questionamento acerca da performance.

Falar sobre a relevância da performance diante de um cenário midiático em que os fluxos de informação borram os limites gerados pelas próprias materialidades dos meios nos impele em debater especificidades nos fazeres performáticos. Dessa forma, para discutir a série “Alice” como produto televisivo expandido, sentimos a necessidade de comentar que a expansão deste produto se dá, de alguma forma, diante de um contexto de expansão da própria noção de performance. Pensar a construção das relações per-

formáticas inferidas pela televisão e pela internet nos direciona a reconhecer dinâmicas expansivas na relação dos indivíduos com os meios de comunicação. Faremos aqui uma pausa para debatermos algumas filiações sobre performance que nos serão úteis para pensar a série “Alice”:

1. A performance na enunciação televisiva: a televisão é povoada de atos performáticos: formas de falar, agir, atuar. Reconhecer a enunciação televisiva como um ambiente em que se identificam e modulam performances significa retomar a questão da performance como linguagem (CARLSON, 2010). Na diferença entre língua e fala, Ferdinand de Saussure (2002) apontou para a dicotomia existente entre uma estrutura (língua) e a sua operacionalização (fala), entre uma espécie de partitura e outra de execução. Toda linguagem, em si, é performática, aciona uma maneira particular de ser executada, acionada, materializada. Na televisão, não é diferente. Poderíamos pensar em diferentes modos de performatização a partir dos gêneros e formatos televisivos: os atos de fala do telejornalismo, seu contrato de credibilidade e performatização em torno de um corpo domado e normativo, em oposição à performance numa telenovela, situando a mimese e a verossimilhança como pactos dentro da enunciação. A performance na enunciação televisiva opera com um fruidor que é acionado, mantido diante do quadro expositivo - a tela do aparelho de TV. Há, digamos, uma relação de espectadorialidade da performance: o eu que olha o outro performatizando, em ação. Esta condição de observador da performance televisiva parece ser uma das chaves de entendimento do quão se faz necessário “atuar” em outro meio - comentando, ironizando, elogiando - como se observa, por exemplo, nas redes sociais. O outro é visto e o eu comenta.

2. A performance na enunciação das redes sociais: Pensar a ação de atuar nas redes sociais significa também reconhecer a performance como engrenagem de compreensão dos discursos engendrados nos meios de comunicação. A performance nas redes sociais é também entendida através da máxima dos atos de fala, mas agora, tem-se como questão central a ideia de que a forma de agir na rede é, sintomaticamente, uma maneira de ser visto, acionado e, portanto, julgado. Performatizar em redes sociais nos direciona para o imbricamento de suas noções clássicas sobre performance: a ideia da performance como linguagem, mas também, a performance como dinâmica sociológica (GOFFMAN, 2006, 2010, 2011), que resvala para o questionamento em torno dos sintomas do eu na vida cotidiana: como sou visto, que papel exerço, que impressão passo. Este impasse - performance como ato de linguagem e também como forma de atuar socialmente - se configura como um dos focos possíveis nas abordagens de pesquisas sobre redes sociais. Aqui, nos interessa pensar que esta condição da internet (logicamente falando sobre as redes sociais na internet) - a de ser, em si, o ambiente midiático em que se atua, diferentemente da televisão que é um “outro” onde se observam também “outros” atuando - exerce um forte indício para percepção de que as formas de performatização não só variam de acordo com os meios de comunicação em que ocorrem, como também, diante de quadros contextuais que reenquadram estes atos.

Acionar o atravessamento de performances - na TV, nas redes sociais - assim como as implicações narrativas destas lógicas, nos aciona compreender o que Jenkins (2008)

chamou de transmídia. Nossa questão, aqui, é revisar a premissa original do autor, apontando para uma dinâmica caleidoscópica e dispersiva do conceito de transmídia.

TRANSMÍDIA, CALEIDOSCÓPIO E DISPERSÃO

De acordo com o conceito largamente disseminado por Henry Jenkins (2008), uma narrativa transmidiática compreende numa prática de contar uma história de forma dispersa, através de plataformas midiáticas, fazendo uso de *sites*, *games*, filmes, livros etc., para operar partes diferentes desta narrativa, que juntas, produzirão sentido justamente a partir dos atalhos e dos desdobramentos que as “entrelinhas” presentes nos discursos engendram. Cinco anos após a publicação em inglês do livro “Cultura da Convergência”, e do conceito ser alargado por outros autores, Jenkins (2011) confirma sua reflexão sobre narrativas transmidiáticas através do seu blog:

Narrativa transmidiática representa um processo onde elementos integrais de uma ficção são *dispersos* sistematicamente através de múltiplos canais com o propósito de criar uma unificada e coordenada experiência de entretenimento. Idealmente, cada meio faz sua contribuição única para o desdobramento da história⁵ (grifo do autor).

Percebemos, então, a ubiquidade da informação e do conteúdo como um dos vetores de transmediações e expansão, fazendo uso de mídias que trazem, para o produto, traços pós-massivos, sob os quais mundos inteiros são “ficcionalizados” e vividos por seus personagens e por seu público, como na trilogia “Matrix”. Logo, é preciso haver neste micro-mundo narrativo, plataformas digitais que permitam a interação mútua em um sistema composto por produtos majoritariamente baseados em uma interação reativa⁶(PRIMO, 2008), como é o caso de um produto apresentado exclusivamente ou primariamente com vídeo e áudio, sem adereços.

Previamente ao termo “transmídia”, cunhado por Jenkins, Murray (2003), também pesquisadora do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), define que narrativas contadas no ciberespaço tendem a ser “caleidoscópicas”⁷ e possuem o espectador com peça-chave da história. Umberto Eco (1997) traz o público da obra de arte como fundamental na fruição desta, já que a obra só seria finalizada no momento de fruição, prezando por uma estrutura frutiva. Ao falar de caleidoscópio, Murray trata da imersão no sentido de *pertencimento* à narrativa, onde o participante pode efetivamente compor e reorganizar a história do autor procedimental. Seguindo esta linha, Jenkins fala sobre

convergência de plataformas e conteúdos proporcionado ao fruidor ações que podem ir além de uma interação reativa, previamente calculada.

Com enfoque narrativo, percebemos o conceito de transmídia experimentado em diversos “produtos-raiz”, tais como projetos musicais, livros, *games*, séries, filmes etc., em escala mundial. Nacionalmente, temos algumas experiências televisivas, como a série “Alice”, produzida pela HBO, em 2008, e algumas tentativas nas telenovelas globais “Viver a Vida” (2008 - 2009), “Passione” (2010), “Insensato Coração” (2010) e “Cheias de Charme” (2012).

No seriado norte-americano para televisão “Lost”, temos transmídiações da narrativa da TV (mídia-raiz), para “mobisódios”, *games*, *sites* etc. (ramificações); da mesma forma “Heroes”, série também televisiva e nascida quase dois anos após “Lost”, em 2006, mas já formatada transmidiaticamente em sua essência, se torna ubíqua com quadinhos, web-série e um livro. Da Europa, destacamos a produção da web-série “Kirill”.

A partir do conceito de Jenkins (2008), chegamos a pensar as transmídiações narrativas como deslocamentos de conteúdos entre plataformas, evocando a ideia de que as plataformas acionam maneiras distintas de fruição e experiência de um produto. Atentamos ao fato de que não só devemos levar em conta novos sentidos que os produtos ou seus discursos produzem ao se transmidiarem, mas principalmente que estes produtos necessitam de “bits” informacionais inéditos e profundos estendidos através destas plataformas para comporem uma narrativa transmidiática. É uma combinação entre o novo sentido do produto cultural produzido na recepção ao migrar de plataforma e a adição de compreensão e informação inéditas à narrativa com profundidade para a imersão. Não tratamos então de repetição ou de adaptação narrativa através dos meios usados na expansão.

Como exemplos de conteúdos de ramificações transmidiáticas, Jenkins (2011) elenca um guia dos mundos fictícios (aqui vistos como micromundos), histórias prévias dos personagens, novas perspectiva de personagens da história ou, ainda, ramificações que inspirem participação dos espectadores.

A seguir, precisamos entender as particularidades de “Alice”, a série do canal HBO em questão, para fazermos postulações sobre os “produtos televisivos expandidos”.

ALICE NA TELEVISÃO, NA INTERNET: INTERADORES EM TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS

Enquanto série de TV, “Alice” não deixa de ser televisiva à primeira vista: é criada sobre o tradicional formato dos 40 minutos de episódio intercalados com comerciais, sendo exibida uma vez por semana (aos domingos) pelo seu canal de criação, HBO (Home Box Office), tendo sua narrativa também estruturada nas já usuais temporadas. Como reflexo do sistema que o circunscreve, se tornou tradição do canal a criação de um *hot-site* para suas produções, sendo “Alice” a terceira produção original do canal no Brasil e a primeira a estrear com temporada completa de 13 episódios já filmados.

Com direção de Karim Aïnouz e Sérgio Machado e co-produzida pela Gullane Filmes, produtora de conteúdo criada no final dos anos 1990, a série apresenta a personagem central homônima que mora em Palmas, no Tocantins, e está prestes a casar com seu noivo quando recebe a notícia do suicídio de seu pai, que não vê há anos. O pai havia pulado de um dos prédios da cidade de São Paulo, cenário que recebe a personagem como a “toca do coelho da Alice” do escritor inglês Lewis Carroll.

Nesta nova ambiência, Alice, a de Palmas, se sente intrigada pela cidade, na qual a personagem se desenvolve em um enredo que contempla não só os contatos físicos estabelecidos entre indivíduos, mas também por suas extensões em ambiente virtual. Ou seja, não só a vida da personagem fora do computador é enquadrada pelas câmeras, como também suas interações mediadas por máquinas - sejam estas pelo computador, câmeras digitais, *smartphones* - indo além da “divisão de tela” em duas enquanto fala com uma amiga no telefone.

O objeto “computador” aparece na narrativa então não só como um lugar onde, tal como a cidade, a personagem se relaciona com outros, mas também como uma “toca de coelho” que liga Alice com os espectadores.

Deixando seu noivo em Palmas, Alice (interpretada por Andréia Horta) é seduzida pela cidade e seus novos corpos, vai trabalhar em uma produtora de moda, ajudar sua tia Luli (por Regina Braga) no brechó que administra, se aproximar de sua nova irmã pré-adolescente, Regina Célia (Daniela Piepszyk), ter um caso com o empresário casado Lourenço (Eduardo Moscovis) e se apaixonar por Nicholas (Vinicius Zinn).

Antes da exibição dos episódios, no entanto, o canal de televisão fechada divulgava a série em ação promocional através de peças na WEB e fora dela por quase dois meses. Nos banners em sites era possível ler a frase: “Alice - Uma história começa”, que junto com o ambiente de divulgação (blogs, sites, redes sociais, etc.), nos aciona regimes narrativos de um período de fragmentação que reflete no audiovisual uma ruptura além da sua característica episódica - exigindo do produto certa ubiqüidade. Esta marcação também é lembrada quando a personagem encerra seu trailer de divulgação na WEB com a frase: “Talvez valha mais uma Alice voando, do que mil Alices com os pés no chão”, que nos parece apontar o itinerário da série e seus personagens que seria traçado através de plataformas, discursos e atuações divergentes. Este percurso transmidiático implica em diferentes situações performáticas e tensões que são acionadas por um “produto televisivo expandido” em momento de convergência.



Fig. 1 – Imagem promocional anunciando a série “Alice”

Quando mídias massivas e pós-massivas operam em convergência, funções de ambas se expandem e interferem entre si, também em convergência. Tentando compreender este imbricamento entre televisão e internet, “Alice” se configura como um “produto televisivo expandido” na medida em que, primeiramente, faz deslizar a sua narrativa num percurso que se convencionou chamar de transmídia (JENKINS, 2008), ou seja, como uma instância atravessadora dos espaços midiáticos. Falar sobre espaços conju-

gados, atravessados, em consonância, sejam eles reais ou virtuais, inclusive os agendamentos entre eles, nos lembra que “Alice” parece estar criando aquilo que André Lemos chamou de “território informacional”, ou aquela ideia de que a disposição massiva de um meio, que não presumiria uma audiência em conexão, passa a operacionalizar o indivíduo, de fato, atuando nas engrenagens dos produtos/espços midiáticos. O indivíduo é visto então aqui como um fruidor em forma mais ampla ou também interator. É sobre esta noção de interator que cabe, aqui, um detimento.

Janet Murray (2003) comenta sobre características do que ela chamou - e nos parece útil retomar em “Alice” - de interator, que explica certa mobilidade que traz o ciberespaço para o espectador de uma narrativa que perpassa por ele, como um local de participação.

O autor procedimental é como um coreógrafo que fornece ritmos, o contexto e o conjunto de passos que serão executados. O interator, seja ele navegador, protagonista, explorador ou construtor, faz uso desse repertório de passos e de ritmos possíveis para improvisar uma dança particular dentre muitas danças possíveis previstas pelo autor. (MURRAY, 2003, p. 147)

A autora parece estar tratando de duas instâncias que são agenciadas através não só dos produtos em si, mas também, pelas dinâmicas deslizantes das redes sociais e da internet: autor e fruidor. Neste caso, dentro do sistema de produção televisiva, é importante destacar que a figura do autor segue sendo relevante, uma vez que é ele quem demarca as possibilidades, os trajetos, os percursos da narrativa. No entanto, a partir da dinâmica deste fruidor - que Murray chama de interator - abrem-se as possibilidades de expansão de conteúdos sobretudo na internet, os desdobramentos, as apropriações, as reconfigurações. Interessante destacar que, na própria terminologia de “interator”, nos parece sintomático perceber a ideia de “ator” (“actor”) como alguém que atua neste ambiente - ou seja, performatiza uma ação em alguma de suas redes sociais, por exemplo. A noção de interator é interessante para perceber um “produto televisivo expandido”, uma vez que, por mais que o autor procedimental preveja “danças possíveis” (MURRAY, 2003) do interator, só resta a ele prever.

FIM DA TEMPORADA NA TV, INÍCIO NO TWITTER

A ideia de interator de nada adiantaria se tivéssemos apenas um produto expandido e não contássemos com características anteriores presentes no anseio humano pelo “não visto”. Ainda em 1871, Lewis Carroll escrevia algo em “*Through the Looking-Glass, and What Alice Found There*” próximo do destaque humano dado por Henry Jenkins (2008) à convergência. Em uma conversa com sua gata Kitty, a personagem Alice, a do livro de Carroll, dizia:

Bem, se você ficar só ouvindo, sem falar tanto, vou lhe contar todas as minhas ideias sobre a Casa do Espelho. Primeiro, há a sala que você pode ver através do espelho, só que as coisas trocam de lado. Posso ver a sala toda quando subo numa cadeira... fora o pedacinho atrás da lareira. Oh! Gostaria tanto de poder ver esse pedacinho! (CARROLL, 2010, p. 238)

A premissa de “querer ver mais”, ir além daquilo que é exibido, mostrado, parece ser uma disposição que move os sujeitos como algo inerente à natureza humana. As novas tecnologias voltaram a acionar ainda mais esta premissa. É sobre esta lógica que Henry Jenkins fala sobre um processo entre plataformas, como este “querer ver mais” da inquietação da personagem Alice, de Carroll:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2008, p. 47)

Quando internet e televisão trabalham juntas como ambientes para um mesmo produto, as características apontadas por Jenkins reconfiguram a esfera de produção, exigindo um produto com discursos de gêneros diferentes e que preveja certa abertura para interatores. Em “Alice”, temos dois momentos de gerenciamento de diferentes atuações performáticas em redes sociais. No primeiro, há a adesão das redes sociais, de um blog e do endereço de e-mail na série “Alice”, entre outros, para sua personagem. Através destes, Alice narra seu cotidiano e se coloca em posição horizontal em uma relação que costuma ser tão verticalizada entre produto e consumidor na televisão.

No Orkut, a personagem escreve: “achei.. nic.. desculpa ter deixado vc na mão ontem... foi mal mas eu precisava sair..”, em 29 de setembro de 2008, no mural de recados de Nicholas, que acabara de conhecer e se tornará seu namorado na série. É nesta

plataforma que a personagem começa a se relacionar com outros (fictícios ou não) no ambiente virtual.

Apesar de trocar menos de dez mensagens com os outros três personagens online, Alice fortalece a comunicação com seus espectadores na ferramenta e se lança também no Facebook quando usuários migram do Orkut para esta até então nova rede social. Em ambos, integra vídeos postados na sua conta do You Tube, os quais a personagem aparece gravando em sua câmera digital durante os episódios da série. As redes são então usadas para a expansão e manutenção da identidade narrativa dos personagens, garantir um público conectado em meio a diálogos triviais sobre música, livros, roupas, etc.

Com o fim dos treze episódios na televisão, que sempre convidam o espectador a “consumir” a série na internet através da divulgação do *hotsite* da HBO - o qual ligava aos perfis da personagem na rede, Alice iniciava uma nova temporada através dos 140 caracteres do Twitter (@alicezanetti). Em 8 de setembro de 2010, mantendo-se por cerca de dois anos na rede após o último episódio na TV, vem a primeira postagem no microblog: “Minha vida ia precisar de uns 140 milhões de caracteres. Meus pensamentos talvez caibam aqui”.

Sem os outros personagens ativos na rede, Alice expande sua narrativa ainda os mencionando, mas principalmente, como no Orkut, mantendo maior interação com os seguidores: “@enriquejimene de pijama, nada. desde cedo esperando o encanador pra ver se rola um banho quente. claro que é sexta e ele num vem, né?”, diz a personagem respondendo a um usuário que questiona o que ela estaria fazendo em 10 de setembro de 2010. Alice se mantém na rede até dezembro de 2011, quando anuncia a volta da série para a HBO no formato de telefilme. A exibição vem em forma de especial duplo, tendo cada telefilme 90 minutos de história, retomando a narrativa da rede.

ALICE ATRAVESSA O ESPELHO: PERFORMATIZAÇÕES EXPANDIDAS

Oh, Kitty, como seria bom se pudéssemos atravessar para a Casa do Espelho! Tenho certeza de que nela, oh! há tantas coisas bonitas! Vamos fazer de conta que é possível atravessar para lá de alguma maneira, Kitty. Vamos fazer de conta que o espelho ficou todo macio, como gaze, para podermos atravessá-lo. Ora veja, ele está virando uma espécie de bruma agora, está sim! Vai ser bem fácil atravessar... (CARROLL, 2010, p. 239)

No seu quase monólogo com sua gata, Alice - do país das maravilhas - retoma o anseio pela travessia, pelo espaço contido no reflexo entre duas dimensões opacas, pela imersão.

Enquanto isso, a outra Alice, temos, no lugar do espelho, um aparelho de televisão que tenta ao longo de seus desdobramentos tecnológicos, se camuflar na parede da sala com iluminação própria ambiente, imagens que tentam sair da quadro com três dimensões, qualidade apurada no sistema HD e uma “interatividade” suspeita - até agora - na Televisão Digital Interativa (TVDI). Ainda assim, é fato que o engendramento da televisão com a internet acontece não só no pós-consumo, de crítica e “audiência acompanhada”, como ajuda através aplicativos que se desenvolvem para as SmartTVs e para as TVDIs.

“Alice” usa além da finalização em HD, a sua transversalidade para criar um universo fictício imersivo em rede, convergindo as propriedades maleáveis deste ambiente com o da televisão. A personagem da televisão “atravessa o espelho” no sentido contrário - para fora - da de Carroll, quando integra a rede FourSquare às suas outras performances no ciberespaço.

A auto-descrição desta rede opõe real a virtual, que não é o caso e nem consideramos dois opostos, mas aqui caberia também o dualismo com a ficção. No site da empresa (<https://pt.foursquare.com/>), lê-se: “Torne o mundo real mais fácil de usar. Acompanhe os amigos, descubra o que há por perto, economize dinheiro e revele recompensas”. Como num jogo, o usuário revela seu posicionamento através do GPS ou do endereço do local que se encontra, vê quais os usuários estão próximos fisicamente e pode se tornar prefeito do local que mais frequenta.

A personagem da série Alice faz uso da ferramenta para atravessar o espelho: informa aos usuários do Twitter sua localização, complementado a narrativa com locais reais e em tempo real, em eventos que promove e ainda performatizando a personagem no ambiente concreto. “Tempo estranho. Capuccino ou chá gelado? (@ Vanilla-Caffè) <http://4sq.com/9bCvOe>”, revela a personagem em 18 de outubro de 2010. A ação se repete em locais diferentes e ganha cenário próprio quando ela anuncia uma parceria o brechó de sua tia Luli - agora de Alice - com o Super Cool Market, local onde começa de fato a funcionar concretamente a loja da personagem, com seus itens sendo

vendidos. Através do Twitter, Alice convida os seguidores a encontrá-la para a festa de inauguração, com endereço e horário, para que possam conversar ao vivo.

Temos, neste exemplo, a premissa de camadas performáticas que vão se acionando e se expandindo, assim como o produto televisivo: da performance na televisão, ficcional, atuando claramente em espaços cenográficos, a personagem Alice passa a performatar - como personagem, é importante se destacar - em redes sociais, primeiramente o Orkut e, seguidamente, no Twitter e no Facebook. Estas dinâmicas performáticas acionam sobreposições de produção de sentido que não só acionam um questionamento acerca das modalidades expansivas dos produtos televisivos, como pressupõem também uma espécie de embaralhamento efêmero sobre as ideias de realidade e ficção. Estar em dois ambientes, habitar a TV e as redes sociais como personagem, convocar os espectadores para a inauguração da loja de um personagem da série parecem ser sintomas de um tipo particular de experiência que os produtos midiáticos estão legando e que é preciso estar atento para as formas inerentes de performatizações. O que parece estar em jogo, agora, é que o cotidiano, a vida real, passam a integrar também um ambiente de construção ficcional e diegética das narrativas televisivas. É sobre esta ideia, a de inserção do cotidiano como uma camada performática na narrativa transmidiática, que comentamos a seguir.

QUANDO O COTIDIANO ADENTRA A LÓGICA TRANSMIDIÁTICA

A personagem Alice é uma só, porém desfila holograficamente por diferentes ambientes que convergem numa narrativa. Ou seja, mesmo estando “através”, Alice reúne marcas de todos os seus fragmentos e suas atuações performáticas. O que particulariza a relevância da série “Alice” como uma experiência que aciona um modo particular de compreender as dinâmicas televisivas na contemporaneidade é o fato de se estar diante de um produto em que o cotidiano se dispõe como mais um ambiente performático, borrando as lógicas pré-determinadas do sistema de produção televisiva e contemplando um tipo de fruição que convoca o espaço físico real como apropriação e mimese ficcional. Nada melhor para falar sobre embaralhamentos entre real e ficção do que mencionar o clássico “Alice no País das Maravilhas”, de Lewis Carroll, obra em que os sintomas e os agenciamentos entre realidade e ficção ganham escopos narrativos e são usados como premissa para a criação do seriado de TV “Alice”, do canal HBO.

Este embaralhamento entre o que está disposto como parte da narrativa do seriado de TV, aquilo que se dispõe nas redes sociais e o cotidiano agendado pelos personagens nos faz pensar sobre novas formas de assistir/performatizar produtos televisivos. No momento em que “sai” da TV, passa a existir no cotidiano, a personagem Alice, da série, adere ao cotidiano, acionando no espectador habilidades que visam não mais separar “vida real” e “vida no seriado”, mas operacionalizar os agenciamentos entre eles. Estaríamos diante do que Michel De Certeau infere sobre cotidiano inventado, inserção do lúdico no dia-a-dia, sem haver uma tão radical oposição entre trabalho-lazer, real-ficção, borda-centro. A noção de cotidiano inventado é compreendida como uma camada performática da série “Alice”, em que a personagem, assim como no original de Carroll, “atravessa espelhos” e caminha por entre espaços em que não se tem tão clara a noção entre onde começa a série e onde é “vida real”. A série reforça, no entanto, a existência de um dorso narrativo - portanto, as noções de autoria e de ingerência das instancias produtivas persistem - e reafirma a necessidade da presença do unitário mesmo em um momento de digitalização, fragmentação e pós-consumo que perpassam as engrenagens midiáticas.

O que nos interessa debater é a premissa de que a convergência se dá pela curiosidade, pela busca de novas experiências midiáticas, pela necessidade de imersão em uma “tela”. O percurso de Alice na série parece ser análogo ao nosso enquanto indivíduos fruidores das mídias na contemporaneidade: habitamos o real e o virtual concomitantemente, estamos diante das mídias em busca de contatos, experiências.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. *Simulações e Simulacros*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.
- CARLSON, Marvin. *Performance: Uma Introdução Crítica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- CARROLL, Lewis. *Aventuras de Alice no país das maravilhas & Através do Espelho e o que Alice encontrou por lá*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010.
- CHILVERS, Ian; GLAVES-SMITH, John. *Dictionary of Modern and Contemporary Art*. Estados Unidos: Oxford University Press, 1996.
- DE CERTEAU, Michel. *Artes de Fazer: A Invenção do Cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- ECO, Umberto. *Obra Aberta: Forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1997.
- GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. 13.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
- _____. *Comportamento em Lugares Públicos*. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.
- _____. *Ensaio Sobre Rituais de Interação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- _____. *Transmedia 202: Further Reflections*. 2011. henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html > Acesso em 05 maio de 2012.
- KELLNER, Douglas. *Cultura da Mídia*. Bauru (SP): Editora da Universidade do Sagrado Coração (Edusc), 2001.
- LEMO, André. *Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais*. In: *Matrizes*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. USP, ano 1, n.1, São Paulo, 2007, pp.121-137. Disponível <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Media1AndreLemos.pdf>. Acesso em 05 maio de 2012.
- _____. *Mídias Locativas e Territórios Informacionais*. Salvador, 2008. Disponível em http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf Acesso em 12 de maio de 2012.
- MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Unesp, 2003.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Lingüística Geral*. 30ª Edição. São Paulo: Cultrix, 2002.

NOTAS

- ¹ A novela de Gilberto Braga, exibida originalmente em 1988, acionou uma onda nostálgica nas redes sociais e também gerou perfis *fakes* (falsos) como se os personagens da trama comentassem o próprio desenrolar da história.
- ² O festival de rock que ocorreu no Rio de Janeiro foi transmitido ao vivo pelo canal Multishow e observou-se que, à medida que os shows iam acontecendo, os usuários do Twitter, por exemplo, faziam comentários e colocavam o nome da atração que estava no palco como Trending Topics, ou seja, os assuntos mais comentados daquele momento - evidenciando a prática de ver TV junto ao computador ou ao celular e comentar.
- ³ Sempre que a telenovela vai para o intervalo comercial e entra a vinheta, os usuários do Twitter escrevem a hashtag #oioioi (que é uma reprodução da música da vinheta da trama), “tatuando” assim na rede social a dinâmica televisiva.
- ⁴ A *hashtag* é uma forma de indexar um nome, expressão ou assunto na rede social Twitter, configura-se no uso do “#” antes da palavra.
- ⁵ T.N.: “Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story”.
- ⁶ Alex Primo (2008) define um sistema de interação mútua, como um sistema aberto. Uma ação no sistema não gera a mesma resposta. Se um dos seus elementos é afetado, o sistema se modifica de forma evolutiva como um todo. Já na interação reativa, temos um sistema fechado, composto por respostas predeterminadas. Antes de a interação acontecer, já há respostas roteirizadas, trazendo “sempre os mesmos outputs para os mesmos inputs” (PRIMO, 2008 p.150)
- ⁷ Murray (2003, p. 179) considera que uma composição caleidoscópica é uma “história coerente, não como uma seqüência isolada de eventos, mas como um enredo multiforme aberto à participação colaborativa do interator”.

Artigo recebido: 15 de junho de 2012

Artigo aceito: 17 de julho de 2012