

# GSHOW: A TRANSMIDIAÇÃO COMO AÇÃO ESTRATÉGICA NOS CONTEÚDOS FICCIONAIS DA GLOBO

*Jéssica de Oliveira da Silva*

*Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Silvia Maria de Sousa*  
Mestranda

## **Introdução**

O desenvolvimento tecnológico impulsionou a atualização de antigos formatos para as chamadas “novas mídias” e permitiu aos grandes conglomerados midiáticos a veiculação de seus conteúdos por meio de vários canais diferentes, assumindo, assim, formas distintas e contribuindo para uma mudança no meio cultural, através da criação de novas práticas que acabam por propiciar o aparecimento de novas formas de vida. Nesse sentido, a Internet vem, ao longo dos anos, assumindo papel de destaque para a criação de novas tecnologias midiáticas, bem como para a produção, veiculação e circulação de conteúdos por parte não só dos grandes conglomerados, mas de todos os usuários que tenham acesso a um computador, *tablet*, um aparelho celular do tipo *smartphone*, uma *smart tv* etc. Desse modo, é possível observar, cada vez mais, a transposição, a repercussão e, ainda, a expansão de conteúdos, que antes eram veiculados apenas nas grandes mídias televisivas, em sites e plataformas na Internet.

Esse fluxo de conteúdos através de diversas plataformas de mídia, definido por Jenkins (2009) como convergência, estimulou a transmidiação, modelo de produção orientado pela distribuição de conteúdos associados entre si em distintas mídias e plataformas tecnológicas (FECHINE *et al.*, 2013), e propiciou o surgimento das chamadas narrativas transmídias, em que cada texto contribui de maneira distinta e valiosa para o todo (JENKINS, 2009, p.138). No Brasil, o aparecimento de conteúdos

---

transmidiáticos é observável por meio de sites de grandes empresas de mídia, como é o caso da Rede Globo de Televisão, que veicula através do Portal GShow conteúdos diversos relacionados aos programas de entretenimento que compõem a grade da programação na TV. Sendo uma das principais produtoras de novelas do Brasil e líder de audiência, a emissora tem, cada vez mais, investido na produção de conteúdos relacionados à teledramaturgia para a Internet.

De acordo com Fechine *et al.* (2013), a Globo foi uma das primeiras emissoras de TV brasileiras a explorar e assumir estrategicamente a produção de conteúdos transmídia. Segundo a autora, “a emissora passou a explorar, de modo sistemático, a partir de 2010, estratégias transmídias na teledramaturgia, de tal modo que, hoje, produtores transmídias são incorporados à equipe de cada telenovela produzida” (FECHINE *et al.*, 2013, p.24). A produção desse tipo de conteúdo visa, portanto, a adesão do público, sendo trabalhada como uma via de mão dupla: interessa aos produtores tanto que os telespectadores migrem da TV à Web em busca desses conteúdos, quanto que os internautas passem do conteúdo online para a TV, a fim de que se tornem telespectadores (fiéis, se possível) daquela novela ou série. Diante disso, surge o questionamento: quais estratégias e que tipos de experiência transmídia utilizadas pelos produtores no Portal GShow são mais ou menos eficazes?

A fim de trazer alguma luz sobre estes questionamentos, este artigo tem como objetivo identificar e classificar, no nível de pertinência semiótica da estratégia, proposto por Jacques Fontanille (2006 *in* DINIZ; PORTELA, 2008) como parte constitutiva do percurso gerativo do plano da expressão, as experiências transmídias disponíveis no Portal Gshow relacionadas à novela “Malhação – Sonhos”, temporada 2014. Entretanto, antes de prosseguir com a análise, faz-se necessário expor a base teórica que fundamenta este trabalho.

### **Teoria Semiótica do Texto**

Iniciada na França, em 1960, por A.J. Greimas, a Semiótica busca descrever a produção e a compreensão do discurso, entendido como um produto social resultante da enunciação (FIORIN; DISCINI, 2013), e parte da formulação de Hjelmslev, que define a significação como uma articulação entre os planos da expressão e do conteúdo que constituem a linguagem. Em seus primeiros anos, a fim de compreender os mecanismos de produção e significação dos textos, a teoria se debruça sobre o plano do conteúdo e

---

concebe um Percurso Gerativo de Sentido, definido como “uma sucessão de patamares, cada um dos quais suscetível de receber uma descrição adequada, que mostra como se produz e se interpreta o sentido, num processo que vai do mais simples ao mais complexo” (FIORIN, 2011, p.20).

Tais patamares, os níveis fundamental, semionarrativo e discursivo, foram muito bem estudados e desenvolvidos pela teoria. Entretanto, o avanço teórico e tecnológico vem fazendo com que os textos produzidos atualmente apresentem suportes cada vez mais sofisticados, desafiando a Semiótica a desenvolver cada vez mais seus conceitos, a fim de contemplar a significação em suas produções mais modernas. De acordo com Fontanille (2006 *in* DINIZ; PORTELA, 2008), a prática semiótica ultrapassou os limites textuais, interessando-se, por exemplo, pela arquitetura ou, de um modo mais geral, por uma semiótica das situações ou mesmo da experiência, seguindo as proposições de Landowski, como destaca o autor. Para ele, é preciso redefinir a natureza daquilo de que se ocupa a semiótica (as “semióticas-objeto”) para “assumir teoricamente essas múltiplas e necessárias pesquisas conduzidas fora do texto, [...] que se justificam na medida em que se submetem à coerção mínima de uma solidariedade entre expressão e conteúdo e não constituem escapadas ‘fora da semiose’” (FONTANILLE, 2006 *in* DINIZ; PORTELA, 2008, p.18).

Retomando a noção de Hjelmslev do princípio de imanência<sup>1</sup>, que é muito bem ilustrada pelo slogan “Fora do texto não há salvação!”, Fontanille (2006 *in* DINIZ; PORTELA, 2008) destaca que isso não é mais uma verdade para o semioticista que trabalha com objetos, práticas e formas de vida, já que estruturam áreas inteiras da cultura. O autor propõe, então, no que ele chamou de descrição da estrutura semiótica das culturas, um percurso gerativo do plano da expressão, composto por seis planos de imanência ou níveis de pertinência, dispostos hierarquicamente:

---

<sup>1</sup> De acordo com a definição do Dicionário de Semiótica, a imanência, ou autonomia da linguística, foi “retomada por Hjelmslev sob a forma do princípio de imanência: sendo a forma (ou a língua no sentido saussuriano) o objeto da linguística, qualquer recurso aos fatos extralinguísticos deve ser excluído por ser prejudicial à homogeneidade da descrição” (GREIMAS; COURTÉS, 2013, p.255).

Quadro 1: Níveis de Pertinência

TIPO DE EXPERIÊNCIA	INSTÂNCIAS FORMAIS	INSTÂNCIAS MATERIAIS
(1) Figuratividade	<i>Figuras-signos</i>	Propriedades sensíveis e materiais das figuras
(2) Interpretação	<i>Textos-enunciados</i>	Propriedades sensíveis e materiais dos textos
(3) Corporeidade	<i>Objetos</i>	Propriedades sensíveis e materiais dos objetos
(4) Prática	<i>Cenas predicativas</i>	Propriedades sensíveis e materiais das cenas
(5) Conjuntura	<i>Estratégias</i>	Propriedades sensíveis e materiais das estratégias
(6) Ethos e comportamento	<i>Formas de vida</i>	Propriedades sensíveis e materiais das formas de vida

Fonte: DINIZ e PORTELA, 2008, p.20.

Cada um desses níveis pode ser analisável independentemente do outro ou considerando-se a integração entre eles, ou seja, organizando-se em *intensão* e *extensão*. “Em intensão, para dar uma definição formal e operatória do que é uma cultura do ponto de vista semiótico e, em extensão, para especificar seus elementos e níveis pertinentes” (FONTANILLE, 2006 in DINIZ; PORTELA, 2008, p.20). Este trabalho se atará especificamente ao nível das estratégias, entretanto, sempre que houver necessidade, abordaremos outros níveis aos quais ele se relaciona significativamente.

O nível da estratégia é descrito por Fontanille (2007) como o nível em que a situação semiótica é mais ou menos previsível ou programável e em que cada cena predicativa, que compõe o nível anterior, pode se ajustar, no espaço e no tempo, a outras cenas e práticas, tornando a experiência subjacente uma conjuntura. Nas palavras do autor:

*A dimensão estratégica resulta, portanto, da conversão em dispositivo de expressão de uma experiência de conjuntura e de ajustamento entre cenas predicativas práticas. Consiste numa implantação*

---

figurativa, espacial e temporal da situação (notadamente em termos de ancoragem dêitica e não-dêitica), bem como coerções diversas (modais e isotópicas) inerentes ao ajustamento ao ambiente. (FONTANILLE, 2007, p.8. Tradução nossa)<sup>2</sup>

O autor evoca, assim, as noções de programação, estratégia e ajustamento, trabalhadas por Eric Landowski, entre outros<sup>3</sup>, em seu livro *Interações Arriscadas*. Landowski (2014) explica que há diferenças e aproximações entre os três regimes de interação. A programação trata do /fazer ser/ novas realidades e implica, desta forma, a noção de ação, enquanto transformação dos “estados de coisas”, dada no nível semionarrativo do Percorso Gerativo de Sentido. A interação estratégica, por sua vez, trata da manipulação, de um /fazer crer/ para /fazer fazer/, que se baseia num princípio de intencionalidade. Na manipulação, um dos atores (o manipulador potencial) atribui ao outro um estatuto semiótico idêntico ao seu, ou seja, o de sujeito, com competências sintáticas e modais. Reconhece-se, assim, que os atores-sujeitos são dotados de um /querer/, que os tornam, efetivamente, sujeitos. O regime de ajustamento, entretanto, trata do /fazer sentir/ pelo contato, em que “as partes coordenam suas dinâmicas por meio de um *fazer conjunto*” (LANDOWSKI, 2014, p.50). Dessa forma, o ajustamento ocorre por meio de uma competência *estésica*, a capacidade de sentir reciprocamente.

Com o ajustamento, acabamos de reconhecer esses mesmos sujeitos como dotados, ademais, de um corpo e, por isso mesmo, de uma sensibilidade. Consequentemente, a interação não mais se assentará sobre o fazer crer, mas sobre o fazer sentir – não mais sobre a persuasão, entre inteligências, mas sobre o contágio, entre sensibilidades: fazer sentir que se deseja para fazer desejar, deixar ver seu próprio medo e, por esse fato mesmo, amedrontar, causar náusea vomitando, acalmar o outro com sua própria calma, impulsionar – sem empurrar! – só por seu próprio ímpeto, etc. (LANDOWSKI, 2014, p.50-51)

Se, na programação, havia uma distância entre o sujeito e seu objeto (programável) e, na manipulação, havia certa distância entre o sujeito-manipulador e seu interlocutor, o ajustamento põe em cena um contato direto entre corpos que sentem

---

<sup>2</sup>La dimension stratégique résulte donc de la conversion en dispositif d’expression d’une expérience de conjoncture et d’ajustement entre scènes prédictives pratiques. Elle consiste en un déploiement figuratif, spatial et temporel de la situation (notamment en termes d’ancrage déictique ou non-déictique), ainsi qu’en contraintes diverses (modales et isotopiques) inhérentes à l’ajustement à l’environnement.

<sup>3</sup> Fontanille cita, em seu artigo, a proposta de Landowski “De la stratégie, entre programmation et ajustement” e o artigo de Erik Bertin, “Penser la stratégie dans le champ de la communication. Une approche sémiotique”, NAS n° 89-90-91, Limoges, Pulim, 2003.

---

e são sentidos. Essa sensibilidade pode ser perceptiva, permitindo ao sujeito experimentar pelos sentidos as variações perceptíveis ligadas à presença de outros corpos-sujeitos ou aos elementos do mundo-objeto, bem como sentir as modulações internas que afetam o próprio corpo; e uma sensibilidade reativa, em que os objetos são construídos de tal modo que respondem muito rapidamente aos impulsos dados pelo sujeito. Dessa forma, a interação pelo ajustamento sensível pode se dar entre corpos, entre corpos e o mundo-objeto, entre corpos e objetos mecânicos, etc.

Tendo em vista todos estes conceitos, o tópico a seguir passará a análise das estratégias utilizadas no Portal GShow para a transmediação de conteúdos referentes à novela “Malhação – Sonhos”, temporada 2014.

### **Malhação: estratégias utilizadas para a construção de conteúdos transmidiáticos**

O GShow é o portal da Rede Globo de Televisão na Internet, responsável por divulgar e disponibilizar conteúdos de entretenimento relacionados aos programas, novelas e séries que compõem a grade da programação da emissora na TV. Uma das produções mais clássicas da emissora é a novela voltada para o público adolescente “Malhação”. No ar há 20 anos, a novela ainda faz sucesso entre os jovens e renova seu elenco a cada ano, trazendo novas histórias a cada temporada. Entretanto, houve um período em que o público vinha reclamando que a novela estava chata, que não era mais a mesma e que boas mesmo foram as primeiras temporadas, que consagraram André Marques como o personagem Mocotó e Nuno Leal Maia como o “Professor Pasqualete”. Com o uso das tecnologias cada vez mais presente no dia-a-dia dos jovens (e de toda a população!) e certa insatisfação do público, os produtores da novela começaram a arriscar. Para este artigo, foi eleita como objeto de análise a temporada de 2014, intitulada “Malhação Sonhos”, por ser uma das temporadas que mais ousou na produção de conteúdos transmidiáticos com participação ativa do público no site da novela na Internet.

As temporadas anteriores já vinham investindo emblogs dos personagens, um tipo de conteúdo transmídia classificado por FECHINE (2014) como estratégia de expansão por conteúdos diegéticos, que inserem o telespectador no conteúdo ficcional. Em “Malhação Sonhos”, a personagem Jade gravava vídeos no espaço figurativo da Ribalta, a escola de artes da temporada, que ficava numa fábrica antiga. Jade gravava todos as confusões que aconteciam envolvendo outros personagens e postava em seu

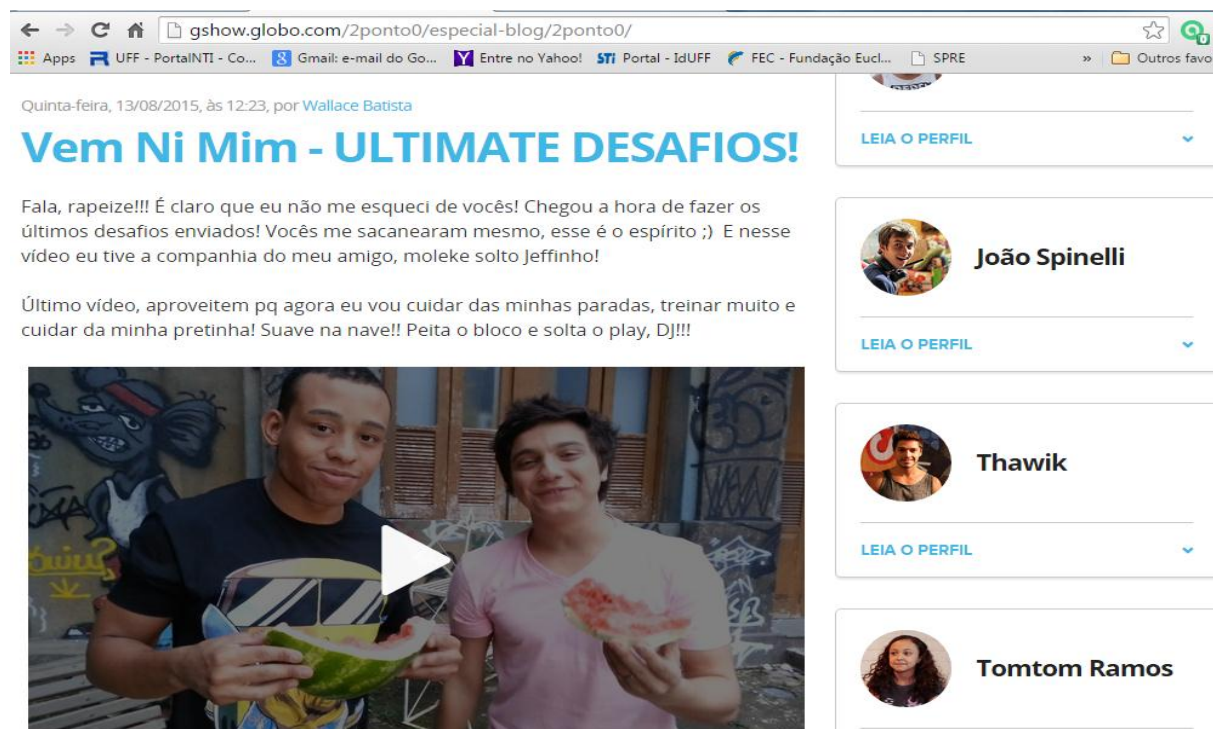
---

blog com a *hashtag* #sincerijade. O conteúdo dos vídeos gravados pela personagem era realmente disponibilizado no site da novela, na página “2ponto0” que concentra o blog de vários personagens da trama, inclusive de temporadas anteriores. Os internautas e fãs podem comentar as postagens, assistir os vídeos postados pelos personagens e, inclusive, enviar desafios para serem cumpridos por eles, como foi o caso do blog do personagem Wallace.

Através do blog, o personagem recebia desafios dos internautas e gravava vídeos cumprindo os desafios em resposta aos fãs. No último vídeo do blog, houve a participação de outro personagem, o Jeff, que era o melhor amigo do Wallace na trama. Tal estratégia implica o ajustamento à cena figurativa, espacial e temporal que constituem a novela, de modo que, ainda que não seja o ator que encarna o personagem Wallace a atualizar o blog no site, a escrita seja semelhante ao palavreado utilizado por ele na novela e, na gravação dos vídeos, seja a mesma figurativização do personagem que apareça. Essa estratégia implica também o agenciamento de fãs, que interagem diretamente com o personagem através do blog. Nesse sentido, a estratégia adotada pelos produtores de lançar mão deste tipo de conteúdo transmídia foi bem sucedida, visto que houve o engajamento dos fãs da novela que interagiram com os personagens visualizando os posts e deixando seus comentários.



Imagem 1: Blog do Wallace



Fonte: GShow (2015)

Outro exemplo dessa estratégia, muito bem sucedido, foi o lançamento do clipe da personagem Solange. A estratégia dos criadores da novela foi liberar o clipe da personagem na web, que só poderia ser visualizado com o uso de uma senha, que falada no capítulo da novela. Ao final do capítulo, os telespectadores puderam acessar o site e assistir o clipe da música *Rockstar*, cantada por Solange. Depois de alguns dias, o clipe foi liberado para visualização no blog da personagem sem ser necessário o uso de senha.

Entretanto, o caso mais interessante de transmidiação utilizado no site de Malhação Sonhos foi uma página criada exclusivamente para a produção de *fanfiction* por parte da audiência. As chamadas *fanfic* são desdobramentos da narrativa feitos, geralmente, por fãs e seguem os mesmos princípios estratégicos de implantação do universo figurativo, temporal e espacial adotado pelos produtores responsáveis pela criação de conteúdos transmidiáticos.

Ao disponibilizar um espaço institucional para que os fãs possam escrever suas histórias sobre os personagens, os produtores do site de “Malhação Sonhos” lançam mão de algumas estratégias de transmidiação, sendo a primeira delas a manipulação. Para que ocorra uma tentativa de manipulação, é necessário, antes de tudo que o enunciador atribua ao enunciatário um estatuto semiótico igual ao seu próprio, o de sujeito, com a competência modal do /querer/. Reconhecendo-o como o sujeito de um



/querer/, é necessário fazer com que ele queira se engajar e escrever uma *fanfiction*. Para tanto, os produtores se valem de uma tentação: o autor da melhor *fanfic* terá direito a passar um dia no PROJAC e assistir nos bastidores de Malhação a gravação da cena escrita por ele. Reconhecendo o valor inserido na proposta, o enunciatório resolve se vai aceitar ou não a manipulação. Nesse sentido, a estratégia de transmediação foi muito bem sucedida e teve grande adesão do público, que escreveu diversas *fanfictions* criativas.

Como há um risco na manipulação, já que não se sabe se o outro sujeito irá aceitá-la, e, caso a aceite, como irá proceder, visto que se trata de um sujeito do querer e não um sujeito programado, a estratégia adotada pelos produtores visa também ter algum controle sobre a criação dos conteúdos por parte dos fãs, para que se possa encaixar a *fanfic* vencedora na trama de modo coerente: eram dadas regras e temas sobre os quais o público deveria criar uma história. Foram dois os temas dados, um de cada vez: sonho de romance e sonho de terror. O fã deveria seguir os princípios de implantação do universo figurativo, não acrescentando nenhum personagem novo à história e não poderia mandar sua *fanfic* dividida em partes. O concurso foi realizado, as duas vencedoras foram escolhidas e foram ao PROJAC acompanhar a gravação das cenas escritas por elas.

Imagem 2: Fanfic de Terror



The image is a screenshot of a web browser displaying a Gshow article. The browser's address bar shows the URL 'gshow.globo.com/especial-blog/fanfic/'. The page has an orange header with the 'gshow' logo and the word 'FANFIC' in large white letters. Below the header, the article title is 'Mestre vampiro?! Veja a ideia escolhida pelo Fanfic Malhação que virou cena' in bold orange text. A sub-headline reads 'Segunda-feira, 03/08/2015, às 12:08, por Gshow'. The main text begins with 'Gente! Finalmente chegou a hora de ver a Fanfic vencedora sendo encenada pelos nossos personagens queridos! A cena vai ao ar no capítulo de hoje, mas você já pode conferir o resultado aqui! Dá o play:'. To the right of the text is a section titled 'SOBRE A PÁGINA' with a short paragraph and social media sharing icons for Facebook, Twitter, Google+, and Pinterest. At the bottom of the article is a video player with a play button icon over a dark, blurry image.

Fonte: GShow (2015)

---

Essa estratégia de transmídiação envolve o conceito de cultura participativa, enquanto um fenômeno de “criação e compartilhamento de conteúdos entre os consumidores de mídia, motivados pela crença de que suas contribuições importam para os outros” (JENKINS, 2006, apud FECHINE, 2014, p.5) e, portanto, o agenciamento de fãs. Conforme foi observado, a estratégia foi bem sucedida, no que se refere à manipulação e a respeito do conteúdo temático e figurativo de cada *fanfic*. Por fim, resta esclarecer ainda que a disponibilização de um espaço no site da novela para a criação de conteúdo transmídia com a participação do público se apresenta também como uma estratégia de ajustamento do Portal GShow às práticas de fãs, de maneira geral, que vêm criando esse tipo de conteúdo na Internet através de sites, blogs, grupos e comunidades de fãs destinadas a esse fim. O Portal mostra, dessa forma, que enquanto corpo empresarial está sensível às práticas do público por ele visado, se ajustando a elas ao disponibilizar esse espaço dentro de seu site institucional. Mais do que isso, os desdobramentos da narrativa de *Malhação Sonhos* nos revela que o enunciador (no caso os produtores de conteúdo da novela e, em última instância, a Rede Globo) visa, muito mais do que expandir o conteúdo da novela e prolongar seu contrato de fidedelidade com o enunciário, promover uma autorreferencialidade, não só no que diz respeito aos elementos do plano da expressão e do plano do conteúdo de *Malhação*, mas também da própria emissora, que utiliza a transmídiação como forma de reforçar a marca “Globo” fazendo com que seus produtos sejam consumidos em todos os meios: televisão, Internet, celular, etc.

### **Considerações Finais**

Neste trabalho, observou-se que o desenvolvimento das tecnologias proporcionou às grandes empresas midiáticas o ajuste às novas formas de entreter e comunicar, fazendo com que incorporassem a transmídiação ao desenvolvimento de seus produtos. Nesse sentido, viu-se o caso da Rede Globo de Televisão, que passou a produzir, a partir de 2010, conteúdos associados à teledramaturgia para o seu site, o Portal GShow, no que diz respeito às narrativas transmidiáticas, em que cada texto novo contribui de maneira distinta e valiosa para o todo (JENKINS, 2009).

Por meio da perspectiva da semiótica das culturas, um dos desenvolvimentos mais recentes da Teoria Semiótica do Texto, iniciada na França por A.J. Greimas,

---

analisou-se, levando-se em conta o nível de pertinência das estratégias, proposto por Jacques Fontanille (2007) como parte do percurso gerativo do plano da expressão, as estratégias transmídias adotadas pelo Portal GShow no que se refere ao conteúdo da novela teen “Malhação – Sonhos”, temporada 2014.

Observou-se que o enunciador, compreendido aqui como os produtores de conteúdos do site, lançou mão das estratégias de ajustamento e manipulação na produção dos conteúdos transmidiáticos, fazendo a implantação de um mesmo universo figurativo, temporal e espacial no desdobramento do conteúdo da novela, no que se refere aos blogs dos personagens, bem como fazendo com que os conteúdos transmidiáticos produzidos através da cultura participativa dos fãs também seguissem essas estratégias. Vale ressaltar que a implantação do mesmo universo figurativo garante que o conteúdo se enquadre no conceito de narrativa transmídia, uma vez que permite o reconhecimento imediato do universo ficcional a que se refere. Outra estratégia transmídia utilizada pelos produtores da novela foi a de liberar o acesso à visualização do clipe da personagem Solange por meio de uma senha divulgada num capítulo da novela.

Todas as estratégias analisadas adotadas pelo Portal GShow no que se refere ao conteúdo da novela “Malhação – Sonhos” visavam o engajamento e participação dos fãs, sendo a mais impressionante delas a inserção de duas *fanfictions* criadas por telespectadores no conteúdo veiculado na novela. Para o engajamento do público, o enunciador utilizou-se da estratégia de manipulação por tentação, oferecendo não só uma visita ao PROJAC e aos estúdios da novela, como a gravação de sua *fanfic* pelos atores. Entretanto, como a estratégia de manipulação envolve certo risco, os produtores decidiram, como parte da estratégia, dar temas para a escrita das histórias e orientações para que o conteúdo das mesmas se ajustasse às cenas figurativas, espaciais e temporais da novela. O ajustamento ocorreu também por parte do Portal, que incorporou ao seu espaço institucional uma página para a criação de fanfictions, sabendo-se que esta é uma prática que está se tornando cada vez mais comum entre os fãs de determinada série, filme, livro ou franquia de entretenimento. Por fim, observou-se que a transmídiação é utilizada pela Rede Globo de Televisão não só como uma forma de prolongar o contrato fiduciário entre enunciador e enunciatário, mas, ao promover uma autorreferencialidade no que diz respeito aos planos da expressão e do conteúdo da novela, autorreferencia a

---

própria emissora a fim de reforçar a marca “Globo” e fazer com que seus produtos sejam consumidos em todos os meios.

Com isso, este trabalho buscou, em sua análise, verificar quais estratégias são utilizadas na produção de conteúdos transmídias, colocando em uso a proposta de descrição da teoria semiótica das culturas, de Jacques Fontanille, e contribuindo de certa forma com a teoria, no sentido de verificar a aplicabilidade do modelo em novas práticas de construção de textos e objetos. Conclui-se que, a dimensão estratégica, conforme especificado por Fontanille (2007) põe em prática, no objeto analisado, a implantação do universo figurativo, temporal e espacial, utilizando estratégias de ajustamento (ao ambiente) e manipulação, bem definidas no trabalho de Eric Landowski, Interações Arriscadas.

## REFERÊNCIAS

FECHINE, Yvana. **Transmídiação e Cultura Participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras.** Pará: XXIII Encontro Anual da Compós/UFP, 2014. Disponível em: <[http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14\\_PRATICAS\\_INTERACIONAIS\\_E\\_LINGUAGENS\\_NA\\_COMUNICACAO/yvanafechine\\_compos2014\\_revisado\\_2268.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14_PRATICAS_INTERACIONAIS_E_LINGUAGENS_NA_COMUNICACAO/yvanafechine_compos2014_revisado_2268.pdf)>

FECHINE, Yvana; et al. **Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo.** In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). *Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira.* Porto Alegre: Sulina, 2013.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso.** 15.ed. – São Paulo: Contexto, 2011.

FIORIN, José Luiz; DISCINI, Norma. **O uso linguístico: a pragmática e o discurso.** In: *Linguística? Que é isso?* – São Paulo: Contexto, 2013.

FONTANILLE, Jacques. **Práticas semióticas: imanência e pertinência, eficiência e otimização.** In: DINIZ, Maria Lúcia Vissoto Paiva; PORTELA, Jean Cristus (org.). *Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias.* Bauru: UNESP/FAAC, 2008.

\_\_\_\_\_. **Textes, objets, situations et formes de vie. Les niveaux de pertinence du plan de l’expression dans une sémiotique des cultures.** In: BERTRAND, Denis; COSTANTINI, Michel (dir.). *Transversalité du Sens.* Paris, P.U.V., 2007.

GREIMAS, A.J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica.** 2.ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

---

GShow. “Malhação”. Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/malhacao/2014/>

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

LANDOWSKI, Eric. **Interações Arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores: Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2014.

### **CRÉDITOS DAS IMAGENS:**

DINIZ, Maria Lúcia Vissoto Paiva; PORTELA, Jean Cristus (org.). *Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias*. Bauru: UNESP/FAAC, 2008, p.20.

GShow. “Malhação”. Disponível em:  
<<http://gshow.globo.com/novelas/malhacao/2014/>>