

A Cultura Participativa nas Indústrias Audiovisuais Brasileiras: Algumas Considerações a Partir de ‘Cheias de Charme’ e ‘Faroeste Caboclo’

Silva H.L.; Bruno T.C.

UniFOA – Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

A pesquisa esteve centrada em compreender de que forma a lógica da cultura participativa presente na convergência midiática (JENKINS, 2008) vem sendo incorporada pelas indústrias audiovisuais no Brasil, comparando a sua utilização recente no campo do cinema e da televisão. Além de realizar um breve levantamento histórico sobre os usos da cultura participativa como estratégias de promoção dos produtos audiovisuais nesses dois campos, o trabalho apresentou um estudo de caso da telenovela global ‘Cheias de Charme’ a partir do videoclipe do grupo formado na trama (Empreguetes) e promovido por outros programas da TV Globo. Tratou-se de comparar os resultados da divulgação promovida pelo Fantástico para a produção de clipes amadores pelos fãs da telenovela e do grupo com as ações promocionais do filme ‘Faroeste Caboclo’, que começaram a ser investigadas em uma pesquisa anterior. Do lado da indústria cinematográfica, além de ‘Faroeste Caboclo’, apenas ‘Meu Nome não é Johnny’ trabalhou estrategicamente com a cultura participativa no Brasil, ambos ao longo de suas fases de produção. Os dois mostraram um poder de mobilização pequeno diante do apresentado pela telenovela, segundo os dados levantados. Os resultados nos levaram a postular que a maior capacidade de articulação da indústria televisiva com a cultura participativa vai além da confirmação do lugar de centralidade ainda ocupado pela TV em geral, e pelas telenovelas (sobretudo as da Rede Globo) em particular, na cultura brasileira. Sugere-se que o maior sucesso desse tipo de ação no caso da novela é explicado em parte também pelo regime de presença instaurado pelo dispositivo televisivo, ancorado em uma serialidade narrativa que se caracteriza por uma temporalidade mais ajustada à marcação do tempo cotidiano.

Palavras-chave:: cultura participativa; televisão; cinema.

htr428@gmail.com