

## **Afeto e Memória: O Consumo da Telenovela no *Twitter*<sup>1</sup>**

Juara Castro da CONCEIÇÃO<sup>2</sup>  
Rosana Maria BORGES<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

A telenovela é um gênero televisivo amplo e abrangente. Estudar o cotidiano dessa narrativa seriada ficcional nos permite relacioná-la com aspectos identitários da sociedade. A relação entre ficção e realidade é tênue e as fronteiras se borram a todo momento. Em tempos de convergência midiática o consumo da telenovela expande seus aspectos temporais e sua influência social é intensificada. O consumo é um processo coletivo, que só faz sentido com a articulação de variadas identidades. O trabalho pretende analisar como a convergência midiática tem interferido no processo de memória individual e coletiva dos consumidores de TV e Internet. Utilizando como recorte o consumo simultâneo de telenovela e redes sociais digitais, com ênfase de análise no uso do *Twitter*.

**PALAVRAS-CHAVE:** convergência; internet; memória; narrativa; redes sociais.

### **O transbordamento da telenovela**

Diante de um cenário de mudanças tecnológicas e diversos arranjos culturais, observamos novos desdobramentos dos meios de comunicação tradicionais. Diante destas alterações, a TV tem se reconfigurado a fim de ampliar a experiência do espectador. A audiência não se limita ao consumo da narrativa em uma única plataforma. Os níveis de audiência também não são mais considerados levando em conta apenas pesquisas de estatísticas ligadas à TV. A dinâmica é muito mais ampla. É preciso produzir conteúdo habilitado em praticamente todos os meios e redes sociais digitais para contemplar o espectador em todas suas opções de consumo.

A telenovela é a narrativa ficcional seriada de maior consumo e repercussão no Brasil. A relação do brasileiro com esse gênero ficcional vai além do consumo. A

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 05 – Rádio, TV e Internet do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Comunicação com ênfase em Mídia e Cultura da Universidade Federal de Goiás (UFG), email: [juaracastro@gmail.com](mailto:juaracastro@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora, Professora no Programa de Mestrado em Comunicação, com ênfase em Mídia e Cultura e Presidente da Coordenação de Extensão da Universidade Federal de Goiás (UFG), email: [professorarosanaborges@gmail.com](mailto:professorarosanaborges@gmail.com)

telenovela faz parte da memória nacional pautando questões de identidade, história e memória individual e coletiva. Observamos atualmente o deslocamento de um eixo cultural tradicional, que é o hábito de assistir telenovelas para um eixo cultural contemporâneo que é o consumo de produtos em múltiplas telas simultaneamente.

Para entender a convergência midiática é preciso observá-la para além de seus desdobramentos técnicos. Pois, de fato, ela acontece na mente das pessoas, ou seja, nas subjetividades. Os meios comunicação tradicionais foram forçados a conviver com os meios emergentes, tornando a integração de velhas e novas mídias uma variável vital para a Comunicação. Com isso, a emissão de conteúdo foi descentralizada. Hoje, o limite entre emissão e recepção é mínimo. A cultura participativa e a inteligência coletiva deram novos rumos à indústria do entretenimento. A cada comentário, compartilhamento e interação, o receptor agrega valor a narrativa e contribui para vitalidade, memorização e semântica da mensagem.

Halbwachs (2006) entende que a memória necessita de uma base comum, portanto, considera que a sua natureza é coletiva. Vassalo (2015) vê a possibilidade de compartilhar afeto por uma narrativa como uma característica histórica. Entretanto, hoje essa possibilidade foi ampliada e facilitada com o uso das mídias digitais. A cultura do fã, potencializada por este cenário, é também o desenvolvimento de uma produção de memória. Pierre Nora (1993) considera a memória um processo de identificação. Assim, podemos notar na aderência do público a determinada telenovela esse processo de identificação, que é também um processo retórico de diminuição de distâncias e alargamento de intersecções identitárias.

### **A telenovela e sua articulação narrativa na Internet**

O twitter é uma rede social digital em formato de microblog que permite o envio e o recebimento de mensagens em 140 caracteres. Seu acesso se dá desde aplicativos para mobile até a entrada clássica através do site. O serviço é grátis e tem sido usado maciçamente tanto por usuários físicos quanto por empresas e conglomerados midiáticos. A rede social do “passarinho” (ícone que representa o *Twitter*) se destaca pelo contato em tempo real e pela necessidade de simplificação da mensagem.

Dentre as ferramentas do *Twitter*, temos o “*trending topics*” que expressam as palavras, *hashtags* ou expressões mais escritas e postadas pelos usuários naquele recorte

temporal. Essa ferramenta demonstra a capacidade que os usuários dessa rede social digital de pautar o que deve ser comentado ou o que, para eles, é relevante. Com um mecanismo inteligente, essa divisão de tópicos é feita por cidade, país e mundialmente. No *Twitter*, podemos considerar que os assuntos pautados como “os mais comentados” expressam experiências e pensamentos comuns a um grupo de usuários. Ter uma telenovela alçada ao assunto mais comentado em uma rede social digital é estar diante de uma nova forma de “assistir”, agora, diretamente ligada ao consumo em segunda tela.

Se a mídia regente, neste caso, a televisão publica conteúdo no *Twitter* concomitante a exibição da telenovela na TV, encontra-se um indicativo de consumo simultâneo. Porém, a temporalidade tem suas especificidades na Internet. Os conteúdos postados com *hashtags*, por exemplo, permitem que a busca por eles seja constante e atemporal. Assim, constrói-se uma espécie de história oral “virtual”, que congrega memórias até então marginalizadas. As experiências e pensamentos comuns a um grupo tornam-se uma comunidade afetiva, que se agrupa em torno da narrativa ficcional através das referências individuais que cada sujeito tem sobre ela.

A convergência midiática é um fenômeno cada vez mais estudado no campo comunicacional, visto que, boa parte dos conteúdos produzidos e disponíveis nas mídias “flutuam”, formando uma espécie de jogo narrativo, onde os limites da história tornam-se cada vez mais imperceptíveis. Lopes (2015) considera os ambientes digitais um espaço propício à expansão e ao desenvolvimento da relação ficcional-simbólico/cotidiano-imaginário entre os mediadores. Assim, a indústria do entretenimento gira em torno da produção de emoções.

A identificação dos telespectadores com a telenovela está ligada a uma necessidade de expressão. A televisão possui um véu espetaculoso, que por muito tempo parecia distante do cotidiano do telespectador. Entretanto, a convergência midiática tem “derrubado” esse muro. Fazendo com que, na Internet, seja possível criar comunidades interpretativas entorno da narrativa ficcional televisiva, onde os usuários podem ser protagonistas do processo. Assim demonstrando que o consumo em segunda tela tem um caráter grupal que agrupa memórias individuais tornando-as coletivas.

As comunidades interpretativas não são definidas por laços de parentesco, ocupação, ou classe social, mas por práticas comuns de consumo e uso da mídia. Possuem padrões de interpretação e uma cultura que fornece critérios compartilhados, regras e códigos de interpretação. Dessa forma, por compartilharem os mesmos gostos, a tendência é que os membros de uma comunidade interpretativa recebam e percebam a mensagens de forma próxima. (LOPES, 2015, p. 92)

Jenkins (2008) fala que a convergência acontece dentro dos cérebros dos consumidores e em suas interações pessoais com os outros. O consumo é um processo coletivo, que só faz sentido com a articulação de variadas identidades. O telespectador é, antes de tudo, um ser social. Ao assistir a telenovela ele dá sentido e refaz significados a partir daquela narrativa. Ao comentar o conteúdo da novela nas redes sociais digitais ele se torna agente de produção de sentido, agora ainda mais protagonista. A vivência sociocultural deste ator social (telespectador) será decisiva para propagação de conteúdo.

### **Articulando Teorias**

Jenkins (2008) nos traz as bases para o estudo da convergência e do entendimento dos conglomerados midiáticos na modernidade. Halbwachs (2006) contribui no que diz respeito à memória e sua característica coletiva. Huyssen (1996) traz um recorte da memória na cultura pós-moderna e fala da reorganização da temporalidade. Pierre Nora (1993) contribui com sua reflexão sobre a memória ser um processo de identificação e trata do alargamento da memória coletiva através da pluralidade de memórias.

Para reflexão deste trabalho entendemos a memória a partir da sua ótica histórica e sua relação com a mídia. O processo de negociação entre memória coletiva e as memórias individuais é necessário. E deve ter sua intersecção em uma base comum, que em nosso recorte é a telenovela.

Para que nossa memória se beneficie da dos outros, não basta que eles nos tragam seus testemunhos: é preciso também que ela não tenha deixado de concordar com suas memórias e que haja suficientes pontos de contato entre ela e as outras para que a lembrança que os outros nos trazem possa ser reconstruída sobre uma base comum. (HALBWACHS, 2006, p.12)

Jenkins (2008) fala da circulação de conteúdo em diversos suportes e denomina tal dinâmica como o “cortejamento” no ambiente da convergência. Na Internet, a produção compartilhada tem muito mais valor estético que comercial, assim permitindo o estreitamento entre a audiência e seus produtores. A digitalização nos deu condições para o desenvolvimento da convergência, permitindo que as formas de recepção sejam cada vez mais distintas. Ainda que atrelada à mudança pragmática na comunicação, que passa a ser mediada por tecnologias da informação, a convergência é fruto da interação social.

No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia. (JENKINS 2008, p. 27).

Diante dessa articulação teórica, perpassamos conceitos que nos permitem chegar à discussão sobre a formação de um sistema comercial transmídia que perpassa as narrativas e contribui com a memória. Marsha Kinder (1991) atenta para exploração do universo narrativo em diversas plataformas midiáticas. Para a autora, essas estratégias utilizadas são um incentivo para o consumo dos produtos, mas também incrementam o fluxo de circulação da narrativa. Lopes (2004) traça o importante cenário da narrativa seriada na era digital. Sua problematização parte da construção simbólica da telenovela no Brasil e da cultura do fã/telespectador. Ela considera a nação um fruto dessa narrativa popular que envolve uma comunidade emocional.

Independente do reconhecimento, seja de sua função ideológica ou de legitimação, o que hoje se enfatiza na ideia de nação é a forte carga simbólica e o caráter cultural que carrega. Dizer, então, que os sentimento de pertencimento são culturalmente construídos não significa necessariamente que eles se fundem em manipulações mistificadoras ou subficções arbitrárias. O acento recai sobretudo sobre a sua capacidade de fundar uma comunidade emocional, de agir como conectores de um “nós” nacional. (LOPES, 2004, p.226)

Nesse cenário entendemos como a digitalização e a convergência contribuem para reconfiguração da indústria televisiva, focando na abertura de possibilidades de expressão despertadas e estimuladas com o uso da mídias digitais pelo telespectador. Entendendo como memórias individuais e coletivas emergem através de práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa. A relação da TV com a Internet desfaz e refaz os aspectos de classe e identidade até então difundidos. O antagonismo da Internet publicizado pelas mídias tradicionais vem caminhando para um diálogo entre as mídias. A relação abre múltiplas possibilidades de discurso e atribuições de sentido.

A noção de articulação/desarticulação interrompe o maniqueísmo ou a rigidez binária da lógica da luta de classe, em sua concepção clássica, como figura arquetípica da transformação. O dialógico invade a ideia da reversibilidade, das mudanças históricas que carregam os traços do passado indelevelmente inscritos no futuro, da ruptura da novidade, sempre envolvida no retorno do arcaico (HALL, 2003, p. 235).

A narrativa seriada traz consigo a herança da tradição oral. O acúmulo de conhecimento e experiência é adquirido através das histórias contadas. A telenovela apresenta-se como o “boletim melodramático modernizado”, pela influência das tecnologias de produção e distribuição atrelada ao modelo tradicional de construção narrativa. A repetição e longevidade das telenovelas são frutos dos folhetins. Segundo Eco (1991) os romances folhetins ofereceram para as telenovelas a sua característica seriada. Essa herança

da tradição oral transporta-se para o digital formando uma espécie de “nova oralidade digital”, onde voltamos a discutir a novela não no sofá ou na “porta” de nossas casas, mas em nossos perfis nas mais diversas redes sociais digitais.

A telenovela na contemporaneidade consegue se impor como um dos principais produtos da televisão ao lado do telejornalismo. Os estudos a cerca do produto tomam fôlego a partir do momento que se entende ser indissociável o estudo de uma memória televisiva e social sem a rememoração das telenovelas. A televisão integra a memória nacional e esta sempre esteve constantemente retratada nas telenovelas, que sempre abordaram questões políticas, econômicas, educativas e culturais a cerca do cotidiano da audiência.

A telenovela mesmo antes da convergência de mídias já era uma produtora nata de produtos correlacionados. Hoje, considerando que ela está presente em diversas telas, estamos diante do contexto da hipertextualidade que propicia que a narrativa televisiva conecte vários textos. Esse jogo retórico dentro das redes sociais digitais considera a policronia e a multidirecionalidade, ou seja, é um discurso com múltiplas relações temporais e de muitos emissores para muitos receptores. Nesse contexto, está o desafio no alongamento e desdobramento dessas narrativas. Que devem ser articuladas e complementares no decorrer do fluxo comunicacional.

A presença de conteúdo e receptores em diversas plataformas é uma estratégia para atração e manutenção dos públicos que no contexto da pós-modernidade encontram-se cada vez mais dispersos. O projeto transmídia na narrativa ficcional é a expansão da experiência televisiva, com objetivo de propagar e fazer ressonar os conteúdos da mídia regente. Essa mídia regente é a referência para os dobramentos e articulações em outros dispositivos. Essa dinâmica torna-se um modelo de produção, onde a narrativa da mídia regente é expandida e começa a produzir valor semântico em outras mídias.

Para entender esse fenômeno que traça uma linha quase imperceptível entre produção e recepção é preciso entender a internet como artefato cultural. Nessa perspectiva observamos a inserção da tecnologia na vida cotidiana, abordando a rede como um elemento de cultura em que a ambiência online e off-line estão integradas. A recepção deve ser entendida no ponto de vista teórico-metodológico se apropriando dos Estudos Culturais. Diante desta relação entre telenovela e Internet abordamos as reconfigurações das práticas de sociabilidade em função das tecnologias da informação e da comunicação.

A produção da telenovela delimita aquilo que o telespectador vai assistir, porém quando ele torna-se um telespectador na *web* suas opções são bem mais extensas. A imagem de cada personagem é trabalhada para perpassar os diversos meios. As mensagens propiciam a interação com a audiência. São levantadas questões morais que antes ficavam estáticas a apresentação, sem um *feedback* dissonante. Agora, as respostas, opiniões e considerações estão a um clique de distância. E são bem mais perceptíveis a todos os usuários.

Na telenovela nos deparamos com a ficcionalização da realidade e a realização da ficção, concretizando o simulacro da realidade. Pode tratar-se de uma cópia imperfeita, mas o certo é que os dramas levantados pelo gênero durante os meses de veiculação vão pautar e agendar parte dos outros gêneros presentes na televisão. A sensação de pertencimento da audiência será praticamente involuntária, pois o consumo de informações presentes na telenovela ultrapassa seus limites de veiculação e acaba sendo aderida aos perfis pessoais da audiência nas redes sociais digitais. Assim o telespectador passa a produzir conteúdo acerca da telenovela, imprimindo suas questões afetivas e de memória.

Manifestações de afeição e hostilidade saem do espaço privado e tomam força nas redes sociais, muitas das vezes impulsionadas pelos perfis institucionalizados de quem produz a telenovela. Inerente ao próprio ser humano, a característica melodramática do gênero vem à tona. A necessidade de criações de recompensa para a conduta de cada personagem é sentida nas redes sociais e em parte concretizada na TV, se por uma decisão subjetiva do autor ela for diferente da esperada pelo público, com certeza esse *feedback* será sentido nos compartilhamentos e comentários na internet.

### **Considerações Finais**

A memória é um aspecto identitário que tem suas nuances no cenário das mídias tradicionais e contemporâneas. Sabemos que o mercado do entretenimento depende diretamente do telespectador. Independente de mensurações de audiência, a telenovela sempre irradia e mantém aspectos identitários da sociedade. Nossa memória é nossa concepção de presente e passado e de ficção e realidade. Na Internet não é diferente, só é mais intenso.

Os estudos acerca da comunicação na Internet são vigorosos, visto que, essa mídia protagoniza o cenário comunicacional atual. Porém, depois do vasto conteúdo acumulado

acerca da comunicação digital é preciso refletir sobre os aspectos identitários e simbólicos desse processo, dentre eles, a memória. . Para entender o fluxo de informação em múltiplos suportes é necessário entender como os conteúdos habilitados utilizam as redes sociais digitais para fomentar diálogo, aglutinar memórias individuais e potencializar a reverberação da narrativa ficcional na *web*. A vivência sociocultural do telespectador é decisiva para propagação de conteúdo. A convergência das mídias está na alteridade e a produção, reprodução e consumo das telenovelas podem nos dizer muito sobre tal fenômeno.

## REFERÊNCIAS

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. Trad. de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**: a coalisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2008.

KINDER, Marsha. **Playing with Power in Movies, Television and Video games**. From Muppet Babies do Teenage Mutante Ninja Turtles. Berkeley/Los Angeles: University of California Press, 1991.

HUYSEN, Andreas. **Memórias do modernismo**. Editora UFRJ, 1996

NORA, Pierre. **Entre memória e história**: a problemática dos lugares. Projeto História, São Paulo, n.10, dez. 1993.

LOPES, Maria Immacolata V. de. **O conceito de identidade coletiva em tempo de globalização**. In: CAPPARELLI, Sérgio; SODRÉ, Muniz; SQUIRRA, Sebastião (orgs.). A comunicação revisitada. Livro da XIII Compós. Porto Alegre: Sulina, 2004, p. 217-232.

LOPES, Maria Immacolata V. de. **Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção**. Intercom. Revista Brasileira de Comunicação Social, São Paulo, vol. XVI, n. 2, p. 78-86, jul./dez. 1993. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/823/730>> Acesso em: 15 out. 2014

ECO, Umberto. **O super-homem de massa**. São Paulo: Perspectiva, 1991.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.