



Quando o final não é feliz: telenovela, consumo e produção de sentidos¹

Geilson Fernandes de OLIVEIRA²

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES³

Samir Magoya de Medeiros SANTOS⁴

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, Mossoró, RN

RESUMO

Considerada como um dos principais produtos da tv brasileira, a telenovela, mesmo diante das novas configurações culturais e midiáticas continua a evidenciar o seu potencial mobilizador na produção de sentidos e agendamento de temas. Tomando como base estas questões, aqui, nos propomos a analisar a repercussão da audiência da telenovela *Império* na sua última semana de exibição, quando foi propagado em sites de entretenimento informações sobre a morte do protagonista *José Alfredo – o Comendador*. As nossas reflexões centram-se na análise dos discursos produzidos a partir dos comentários destas notícias emitidas na última semana da telenovela, bem como, *tweets* postados durante a exibição do último capítulo. Em suma, estes comentários e *tweets* expressaram em sua maioria um discurso de recusa e frustração dos telespectadores em aceitar a morte e consequente final não feliz do protagonista, com base nas premissas convencionais do imaginário tradicional do *happy end*.

PALAVRAS-CHAVE: Telenovela; Império; Produção de Sentidos.

Considerações iniciais

Enquanto parte de um campo que abarca diversas nuances produtivas, a telenovela pode ser apontada como sendo um dos principais produtos da indústria midiática brasileira. Sendo um produto nacional e internacionalmente conhecido, nela – embora para muitos, seja apontadas somente como uma espécie de espetáculo para a promoção de pessoas, produtos e modos de vida – constitui-se uma fonte de impressão

¹ Trabalho apresentado no DT 05 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015. As discussões e resultados presentes neste artigo estão vinculados às pesquisas desenvolvidas no projeto de pesquisa “Discursos da Felicidade: produções de sentidos e modos de subjetivação”, aprovado pelo edital MCTI/CNPq/MEC/CAPES Nº 43/2013.

² Mestre em Ciências Sociais e Humanas pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas (PPGCISH), da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Membro do Grupo de Pesquisa Informação, Cultura e Práticas Sociais, atuando na linha Mídia, Discurso e Tecnologias, email: geilson_fernandes@hotmail.com.

³ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas (PPGCISH) e do Departamento de Comunicação Social (DECOM) da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Líder do Grupo de Pesquisa Informação, Cultura e Práticas Sociais, email: marciliamendes@uol.com.br.

⁴ Discente do Curso de Comunicação Social, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Email: samirmagoya@outlook.com.



inesgotável de nossa cultura, como indica Nicolosi (2009), ao caracterizar este produto televisivo como fruto da história da televisão e da cultura nacional, que vem evoluindo em conjunto com o desenvolvimento e modernização do meio social, de tal modo que os seus enredos, por exemplo, vão se ajustando de acordo com os momentos históricos e sociais a que pertencem e transitam.

De acordo com Lopes (2009), a telenovela, do modo como conhecemos hoje em seu formato de ficção televisiva, teve seu surgimento no ano de 1963. Hoje, após os seus mais de 50 anos de existência e sucesso, mesmo diante das reconfigurações de produção, emissão e consumo, ela pode ser definida como “[...] uma narrativa ficcional de serialidade longa, exibida diariamente e que termina por volta de 200 capítulos, ou seja, é levada ao ar seis dias por semana e tem uma duração média de oito meses” (LOPES, 2009, p. 22).

Com uma história marcada por preconceitos e exclusões por parte do campo acadêmico (MELO, 2004), a telenovela vem assumindo em nossos dias lugar privilegiado para discussões sob diferentes temas e âmbitos, entre os quais ganha destaque os debates em torno das dimensões do consumo, apropriações e produções de sentidos. Com uma exibição durante um intervalo de tempo tão extenso (de seis a oito meses), diferentemente de outras obras ficcionais (como o cinema, minisséries, etc), as telenovelas, promovem a disseminação de diferentes culturas que são apontadas nas narrativas, servindo como um modo de fazer o público conhecer diferentes realidades, abrindo espaço para a discussão de diversos assuntos como aborto, homoafetividade, pedofilia, diferenças de classes, etc., temas recorrentes principalmente nas novelas do horário das 21h, as quais geralmente tem um público já adulto (o que não se trata de uma regra) e tendem a tratar com mais assiduidade temas polêmicos, mostrando-se como um espaço para discussão sobre diversos assuntos, em seus diferentes níveis de complexidade.

Para melhor entendimento sobre o gênero em si, Lopes (2009) propõe uma tentativa de periodização da telenovela brasileira em três fases. Respectivamente, temos: a fase sentimental (1950-1967), a realista (1968-1990) e a naturalista (desde 1990). A fase da telenovela marcada pela característica “sentimental” expressa um momento histórico em que as suas produções tinham como objetivo narrativas que abordassem dramalhões, novelas que pudessem, de fato, fazer chorar considerando o seu aspecto melodramático. Entretanto, segundo Lopes (2009), este modelo não rendeu bons frutos



por muito tempo em solo brasileiro, apesar de ainda ser recorrente através das produções mexicanas exibidas na TV aberta.

Já a fase “realista” da telenovela nacional foi marcada pela forte crítica a realidade social, cultural e política do país, o que proporcionou muito sucesso, como por exemplo, através da telenovela *Vale Tudo* (1988, Rede Globo), mas também certa rejeição, tendo em vista a cobrança pelo retorno ao “lazer” e “entretenimento” característico dessas produções, isto é, o excesso de realismo produziu a necessidade de algo que pudesse não só retratar o real, mas nos casos mais críticos, demonstrar o papel lúdico e educativo das produções televisivas, valendo-se da máxima de que a realidade já é por si só difícil e problemática de se lidar.

Por último, na fase naturalista, identifica-se a continuidade do tom realista característico da fase anterior, entretanto, o efeito de verossimilhança a partir do aprofundamento no tratamento de temáticas sociais nas tramas passa a ser realizado com um maior cuidado em relação à proximidade da realidade, de modo que haja credibilidade e legitimidade nos temas tratados, mas também a sua função pedagógica. Em suma, a fase naturalista incorpora várias das características das fases anteriores. A adequação destes fatores incorporados tem suscitado na contemporaneidade sentidos cada vez mais próximos do real e os espectadores, por sua vez, vêm demonstrando o seu papel ativo nessa produção de sentidos.

As temáticas apresentadas nas telenovelas dão margem para que o telespectador se envolva com seus personagens e muitas vezes possam até mesmo ter o poder de interferir no enredo, pois através das pesquisas de audiência que são feitas, os autores podem saber como está sendo a aceitação do público. Sobre a configuração da telenovela enquanto uma trama que sempre se encerra no ponto mais alto do capítulo, é importante recordar que as telenovelas tiveram sua origem no folhetim, literatura originária da França, cujo objetivo central é o de entreter, com histórias do cotidiano das classes baixas e altas. Estas narrativas eram contadas sob a forma de fatias, no sentido de que as histórias eram narradas diariamente, ou seja, em série, com a finalidade de prender a atenção do leitor e instigá-lo a continuar a acompanhar o desfecho da trama, atendendo por sua vez, a uma necessidade comercial.

Essa linha de raciocínio é facilmente identificada hoje no âmbito da teledramaturgia, particularmente na telenovela, considerada como outra forma de narrar em série. Mas é preciso considerar que a forma do folhetim serviu de orientação na produção da novela no mundo moderno, quando seus enredos e narrativas ficcionais, ao



trabalharem com temas do cotidiano e de conhecimento da população de modo tão verossímil, confundem-se com a própria realidade:

[...] a ancoragem das telenovelas em temas do cotidiano, de tal forma sintonizados com os acontecimentos do dia-a-dia, causando nos telespectadores a sensação de que os seus capítulos muitas vezes retratam os fatos correntes com maior fidelidade que os telejornais (MELO, 2004, p. 108).

Abordando questões com um relevo rico em nuances, não seria muito afirmar, como propõem alguns estudiosos sobre a temática, que diante do sucesso e repercussão alcançado, a telenovela através de suas narrativas problematiza a nossa sociedade, atuando e produzindo uma releitura do real, ou mais do que isso, um efeito do real desde questões relacionadas à intimidade até os problemas sociais mais sérios. Diante disso, não há como consentir com as perspectivas que insistem em atribuir a este gênero ficcional apenas a dimensão do lazer ou entretenimento. Ao mesmo tempo em que problematiza o nosso país, a telenovela forma uma narrativa sobre ele, propiciando uma imagem em torno dele. Por parte dos telespectadores, os seus modos de recepção permitem-lhes o reconhecimento, o imbricamento do consumo da vida que é narrada com as próprias vidas que são vividas, como atesta Lopes (2009): “os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano” (2009, p. 29).

Ainda relativo ao seu consumo, percebe-se que este se dá através dos diversos níveis, pois, independente de classe, sexo, idade ou religião, pessoas das mais distintas participam dos territórios de circulação da telenovela, mesmo quando não a assiste, considerando, para tanto, o fato da telenovela não ser somente vista, mas também falada, comentada e discutida nos espaços de convívio familiar, do trabalho, da escola, etc., onde os seus sentidos vão sendo continuamente reelaborados, ganhando novos significados, sentidos e apropriações. Não à toa, Lopes (2009) define a telenovela como um recurso comunicativo, isto é, “a novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamento, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada” (2009, p. 23). Melhor explicando, segundo a autora, a novela se configura como uma das principais mediações que influenciam de forma decisiva na formação e elaboração da agenda de debates nos diversos níveis, desde os mais íntimos até os de interesse público de um modo mais geral, compreendendo discussões e a tomada de posicionamentos.



Para compreendermos a função da telenovela como um recurso comunicativo, basta atentarmos para os assuntos que são tratados nas conversações cotidianas, observar a sua proeminência, pois, muitas vezes, a sua origem está justamente nos diálogos que são travados entre os personagens das telenovelas. Ainda, basta abrirmos os sites de notícias, jornais impressos, revistas: lá estão presentes muitas conversações que tem sua fonte nos enredos da ficção. Ademais, o pensamento de Lopes (2009) coaduna com a perspectiva apresentada por Melo:

Na medida em que elas se tornam verossímeis ampliam consideravelmente a audiência, induzindo os dramaturgos a escreverem obras cujas fronteiras imaginárias se diluem pouco a pouco. Por isso suscitam grande impacto na sociedade, uma vez que desde a eclosão do fenômeno elas já agendavam temas das conversações diárias dos cidadãos. Mais do que isso: criam hábitos, mudam rotinas, inovam as relações sociais (2004, p. 130).

Como pode ser percebido, tal é o seu poder de pautar a agenda pública, a telenovela é acompanhada e discutida nacionalmente, durante todo o período de sua exibição, o que indica a sua relação com a teoria da *agenda setting* (em português, agendamento). Aqui não aprofundaremos a discussão sobre a relação entre telenovela e agendamento, tendo em vista termos outros interesses para o momento. De todo modo, há de nossa parte o reconhecimento destas relações, sendo necessário para tanto, a realização de outros estudos mais aprofundados. Neste momento, no entanto, a nossa análise se direciona as formas de consumo e produção de sentidos propiciados pela telenovela, diante das novas configurações do campo da comunicação, da sociedade e do cenário da convergência midiática.

Telenovela, Consumo e Produção de Sentidos

No tópico anterior, realizamos uma breve discussão sobre a telenovela enquanto o principal gênero ficcional da cultura brasileira, analisando as suas nuances, transformações e o seu trabalho incisivo de retratar e produzir por meio de seus discursos, um efeito de real, a constituição de uma realidade ficcional que toma como base a realidade vivida, fator que expressa-se como uma das principais características da telenovela brasileira. Neste tópico, interessa-nos discutir sobre as formas de consumo e produção de sentidos sobre a telenovela frente às mudanças culturais, sociais, históricas e tecnológicas que nos rodeiam, tratando, especialmente, das suas formas de circulação.



Sobre esta questão, Jacks (2008) ressalta que os processos pelos quais transitam e circulam os conteúdos das telenovelas não se restringem apenas ao momento de interação com os meios de comunicação, tendo o seu início bem antes, quando há um certo preparo por parte do espectador para assistir a produção, estendendo-se após o seu término, fundindo-se com as práticas cotidianas das vidas dos receptores. Para a autora, nestas relações os discursos das telenovelas vão sendo apropriados e reapropriados continuamente, ganhando ou não novos sentidos, por meio das formas de negociações que são estabelecidas tanto em relação ao sujeito receptor, quanto em conformidade com as mediações nas quais ele está inserido, como a família, a escola, o local de trabalho, etc.

Em estudos mais recentes, Lopes e Mungiolli (2011) e Jacks e Ronsini (2011), avançam nesta questão e enfatizam que na atualidade, a circulação das telenovelas assumem outras dimensões além das citadas no parágrafo anterior, dando destaque para a sua circulação na internet através das conversações estabelecidas em rede por parte dos telespectadores. Este novo processo é apontado como parte da convergência midiática, conceito trabalhado por Jenkins (2008) em referência ao fluxo de informações e conteúdos a partir dos diversos suportes tecnológicos e midiáticos.

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. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p. 27).

É importante salientar que a convergência não se restringe a questão relacionada à técnica, ou a utilização simultânea de suportes e/ou tecnologias, ao contrário, trata-se de uma transformação cultural que perpassa as práticas socioculturais, evidenciando novos modos de produção e consumo. Neste sentido, com a convergência midiática, percebe-se um “transbordamento midiático” (JACKS, ROSINI, 2011; LOPES, MUNGIOLI, 2011) da telenovela frente ao fluxo constante de informações e conteúdos sobre a telenovela.

Este “transbordamento” pode ser explicitado pelo fato dos conteúdos produzidos nas mais diferentes plataformas e suportes proporcionarem outras formas de consumo, circulação, apropriação e produção de sentidos sobre os discursos da ficção televisiva e, mais do que isso, por indicar novas nuances dos processos de recepção, quando os telespectadores passam a serem também produtores de conteúdos, como vem



demonstrando alguns estudos como o de Oikawa, John e Avancini (2012), ao analisarem os processos de apropriação e produção de conteúdos dos telespectadores da telenovela *Avenida Brasil*⁵.

Dessa forma, reforçamos que este fenômeno pode ser compreendido como uma transformação cultural, conforme as condições de seu tempo de existência. De acordo com Lacalle (2010, p. 79) “a incorporação crescente dos usuários na Rede propicia a configuração de um entorno midiático onde as fronteiras entre produção e recepção são cada vez mais difusas, o que está transformando a Rede no principal aliado da ficção televisiva”. Como já apontamos, tais (re)configurações são o principal interesse de análise neste artigo, que toma como objeto empírico para reflexão, os modos de consumo, apropriação e produção de sentidos a partir dos *posts* e comentários dos telespectadores da telenovela *Império*, especialmente durante a sua última semana de exibição.

A telenovela *Império* foi produzida e exibida pela Rede Globo de Televisão no horário nobre das 21h. Sua duração correspondeu aos moldes tradicionais, ou seja, esteve durante 8 meses no ar, desde o dia 21 de julho de 2014 a 13 de março de 2015, totalizando 203 capítulos. Escrita por Aguinaldo Silva⁶, os últimos capítulos desta telenovela⁷ tiveram bastante repercussão em sites de entretenimento e nas redes sociais, tendo em vista principalmente o assassinato do protagonista, *José Alfredo – O Comendador*, pelo próprio filho – *José Pedro*⁸.

Já nas últimas semanas, pôde ser observada a repercussão em torno da telenovela, quando não somente sites de entretenimento, mas também de notícias, promoviam discussões sobre o final da telenovela. É sabido, como apontam alguns estudos, que os finais de algumas telenovelas constituem-se como verdadeiros eventos em nosso país, dado o tamanho da popularidade dessas produções em nossa formação cultural, todavia, a repercussão em torno de *Império* se dava sobre um viés não tão comum nas telenovelas: a possível morte do protagonista, informação que provocou reações das mais diversas, como a que dispomos adiante:

⁵ Ver trabalho em nossas referências.

⁶ Autor de outras novelas de sucesso como *Senhora do Destino*, *Duas Caras*, etc.

⁷ Como a narrativa em si da telenovela não é o nosso foco, para mais informações sobre o seu enredo indicamos o acesso ao seguinte endereço: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Imp%C3%A9rio_\(telenovela\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Imp%C3%A9rio_(telenovela))>.

⁸ Personagens interpretados pelos atores Alexandre Nero e Caio Blat, respectivamente.

Imagem 1



Fonte: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/03/04/em-imperio-jose-pedro-mata-jose-alfredo-com-um-tiro-pelas-costas.htm#comentarios>>.

Os comentários acima se referem à matéria intitulada “*Em império José Pedro mata José Alfredo com um tiro pelas costas*”, publicado na sessão “*Uol Entretenimento*” do portal de notícias *Uol*⁹. A partir da materialidade exposta, é possível perceber o “transbordamento” da circulação das telenovelas, especialmente em relação à recepção. Neste âmbito, o transbordamento é identificado pela participação efetiva dos telespectadores emitindo suas opiniões e posicionamentos sobre os rumos da telenovela, de modo que a convergência midiática expressa-se como umas das principais possibilitadoras dessas (re)configurações. Nos comentários expostos quando da matéria sobre o fim “trágico” do protagonista da telenovela, a negação é uma das principais características, isto é, a morte do *Comendador* é vista como “*o pior final possível*” ou “*morrer na praia*”. Arelado aos modos de consumo típicos dos processos de convergência da contemporaneidade, nota-se um forte papel de projeção e identificação (MORIN, 1997) que agora estende-se a uma produção de significações por parte dos receptores no que diz respeito a telenovela.

Ademais, esta circulação exemplifica outros modos de recepção e produção de sentidos, as quais vão se convertendo em uma extensão dos conteúdos, enredos e

⁹ Por questões éticas, as fotografias dos indivíduos nos comentários ou postagens a serem reproduzidas neste trabalho serão borradas. O nome, no entanto, será mantido como uma forma de identificação, considerando o fato de haver inúmeros sujeitos/usuários com nomes semelhantes ou iguais.

narrativas das telenovelas, tornando evidente a figura do espectador ativo com a produção de sentidos e conteúdos imediatos e instantâneos quando comparados ao que postulavam alguns estudos frankfurtianos. Revela-se, desta forma, uma recepção, consumo e produção de sentidos simultâneos e em diferentes meios, indicando mudanças nos hábitos de se acompanhar e ver a telenovela ou, melhor dizendo, do consumo midiático frente aos processos de convergência.

A crescente interconexão entre a televisão e as novas tecnologias, junto com o atrativo que exercem entre os jovens, converteram os espaços de Internet em verdadeiras *extensões* dos programas, onde os internautas compartilham e retroalimentam suas interpretações mediante a contínua construção e desconstrução de *comunidades interpretativas* que se conformam e se deformam com a mesma velocidade com a que sucedem a maior parte dos programas. Tais comunidades preconizam uma nova era da televisão, caracterizada pela crescente *apropriação dos textos televisivos por parte de uma recepção* que substitui as tradicionais relações de identificação e de projeção por uma verdadeira produção de significação (LACALLE, 2010, p. 90).

Os processos de convergência vêm proporcionando outras formas possíveis para a circulação e produção de sentidos sobre a telenovela. Especificamente, a internet vem sendo utilizada como lugar de apropriações e reapropriações dos conteúdos dos “meios tradicionais” como o rádio, TV e imprensa, contudo, sem substituí-los, expressando o potencial mobilizador de respostas, interação ou contribuição dos receptores na produção de conteúdos e discursos midiáticos. Corroborando com o pensamento de Lacalle (2010), Oikawa, John e Avancini (2012, p. 111-112) afirmam que “[...] a atual forma de consumir as narrativas ficcionais segue uma tendência mais ativa – embora em diferentes níveis –, e os receptores, por meio da Internet e das tecnologias digitais, podem acessar e experienciar coletivamente o desenrolar das histórias [...]”.

Imagem 2



Fonte: < <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/03/11/internautas-suplicam-para-aguinaldo-silva-nao-matar-ze-alfredo-em-imperio.htm>>.



Na imagem 2 (acima) podemos visualizar esse receptor mais ativo que acessa e experiencia coletivamente – através das conversações nos comentários – a telenovela. Em letras garrafais, “samuel pe recife” solicita a Aguinaldo Silva, autor da novela, para que *Zé Alfredo* fique vivo, argumentando para tanto sobre a luta empreendida pelo protagonista para crescer. Observa-se nos dois últimos comentários enunciados certa intimidade dos receptores em relação tanto aos personagens da trama, bem como ao autor, endereçando-lhe, inclusive, “um abraço”. Com uma duração tão extensa, não é de se estranhar que as narrativas da telenovela promovam tamanha aproximação e fidelização, ainda mais quando se trata de um gênero enraizado em nossa formação cultural. Outrossim, mais uma vez há a referência e apelo para que o protagonista tenha o seu final feliz, acontecimento que não se efetivou e resultou em um grande volume de comentários não só nos sites de notícia e de entretenimento, mas igualmente em diversos *posts* nas redes sociais, entre as quais destacamos o *twitter* e discutimos em tópico posterior.

Antes, vale enfatizar que a web e as tecnologias digitais de comunicação e informação não inauguram tais práticas do receptor cada vez mais ativo, mas as potencializam, através dos modos de consumo e apropriação que possibilitam, acarretando outros comportamentos, modos de recepção dos conteúdos e sentidos a partir de condições de possibilidades dadas.

Quando o final não é feliz: a morte do comendador

Como já indicado neste trabalho, assim como por outras pesquisas, a telenovela é comentada e discutida antes, durante e depois de sua exibição e o ato de sua assistência. Em se tratando do comportamento do telespectador, várias alterações vêm ocorrendo a partir dos processos de convergência midiática que têm alterado práticas cotidianas de consumo e apropriação de conteúdos, entre elas, como propõe Murray (2003), a simultaneidade das ações. Melhor explicando, se antes o telespectador primeiro assistia a telenovela ou outros conteúdos para somente depois interagir com conhecidos ou desconhecidos que não partilhavam do mesmo ambiente de copresença, hoje, tais ações podem ser realizadas em um mesmo tempo.

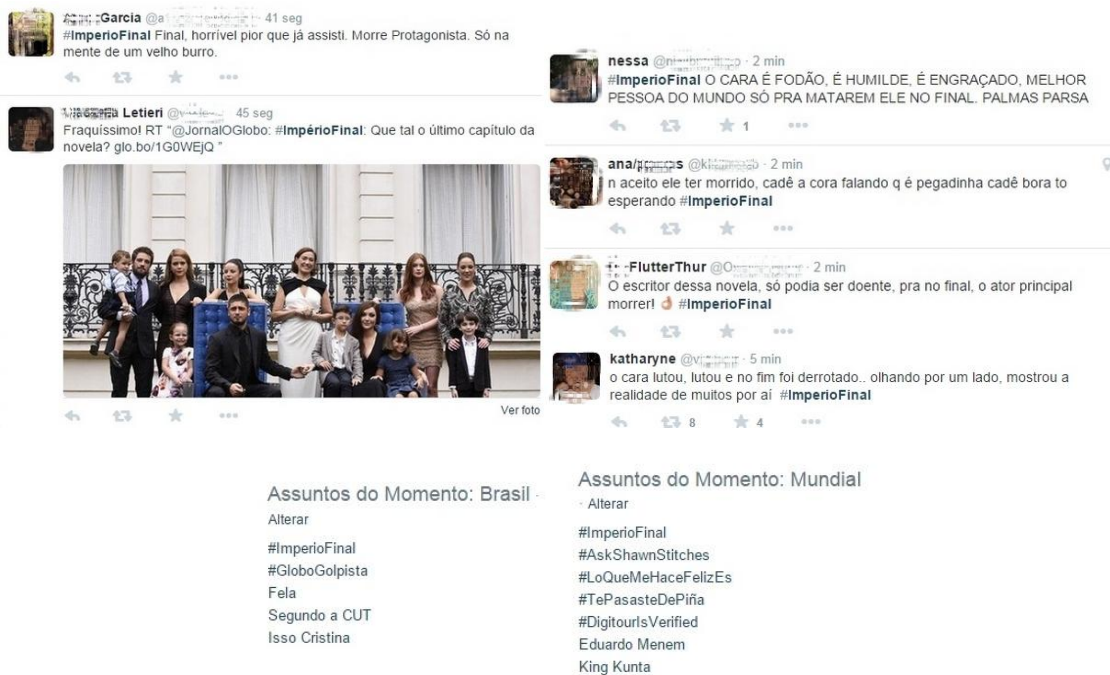
Em nossos dias, a circulação da telenovela conta com uma grande diversidade de espaços para o seu trânsito, sendo os mais recorrentes no contexto da convergência as redes sociais e os sites de entretenimento, os quais permitem a efetivação de mensagens

e conteúdos permeados por comentários e opiniões sobre os rumos que as produções da ficção deverão tomar, sendo ainda constantes os juízos de valor em relação aos personagens e suas características morais. Com este tipo de circulação, os espectadores assumem novos papéis diante de canais marcados pela rapidez e instantaneidade, aspectos que alteram o escoamento de discursos dos próprios espectadores, ultrapassando a unilateralidade dos “meios tradicionais” e de sua “quase-interação mediada”¹⁰ (THOMPSON, 1998). Assim sendo, os sites e redes sociais na internet vêm possibilitando tanto outras formas de circulação de conteúdos televisivos, quanto uma forma diferente de assistir TV.

Cada vez mais certos nichos de receptores recorrem às redes sociais *online* para emitir opiniões a favor ou contra, discutir, trocar impressões ou simplesmente acompanhar o que seus “amigos” estão dizendo sobre determinado conteúdo televisivo, inclusive a telenovela, ou ainda, trocar impressões entre pares (JACKS, RONSINI, 2011, p. 335-336).

Os aspectos acima elencados podem ser observados nas imagens coletadas via *twitter*¹¹, exibidas a seguir:

Imagens 3, 4 e 5



Fonte: twitter.com

¹⁰ Sobre as formas de relações/interações face a face, mediada e quase mediada, ver THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Trad. Wagner de Oliveira Brandão; revisão da trad. Leonardo Avritzer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

¹¹ Criado em 2006, o *twitter* é uma rede social online que permite aos seus utilizadores o envio e/ou postagem de atualizações pessoais, com imagens e/ou textos de até 140 caracteres. A coleta dos *posts* no *twitter* foi realizada durante a exibição do último capítulo da novela *Império*, isto é, na noite do dia 13 de março de 2015.



Nos *posts* do *twitter*, os espectadores compartilharam suas opiniões sobre o último capítulo da telenovela, que inclusive ficou entre os assuntos mais comentados no Brasil e no mundo (TT's¹²) no *twitter* durante a sua exibição, demonstrando o quanto a telenovela é na atualidade consumida na *web*, como pode ser visto pelas interações dos indivíduos que utilizam a rede para escoar os sentidos produzidos sobre as tramas, assim como, marcar suas posições no contexto da produção de discursividades do/pelo público. Para Aquino e Puhl (2011, p. 35) “os comentários feitos no Twitter sobre a telenovela sustentam a hipótese de que a convergência das mídias TV e web potencializam a visibilidade do conteúdo ficcional, além de permitir a construção de novos significados em relação à narrativa [...]”, os quais podem ser tanto de aprovação como de reprovação, como ressalta Lacalle (2010, p. 95), ao postular o sujeito receptor como um “juiz”, como vemos nos enunciados dos comentários nos quais o final de *Império* foi visto como ruim ou uma “*pegadinha*”. A percepção negativa por parte dos telespectadores e ecoada na rede comprova o quanto o telespectador apropria-se dos sentidos da ficção e os traduz em seu cotidiano e sua própria realidade, tornando-se, portanto, familiares.

A repercussão negativa sobre o final de *Império* evoca o apego dos consumidores aos modelos tradicionais da ficção, pautador pelo *happy end* (final feliz), como nos mostra Morin (1997). Segundo o estudioso francês, o universo da tragédia tão recorrente durante tanto tempo, se desfez com a introdução massiva do *happy end* pela indústria cultural ou cultura de massas, passando a serem raras as produções que acabam com a morte ou com o fracasso do herói. Para tanto, “a ideia de felicidade se torna o núcleo afetivo do novo imaginário” (MORIN, 1997, p. 93-94), e os novos modelos culturais estabelecem somente o sucesso e a felicidade como imperativos¹³ (FREIRE FILHO, 2010), cabendo ao fracasso somente a sua fuga.

Nos comentários nos sites de entretenimento ou nos *posts* do *twitter*, a morte do *Comendador*, ocorrida na telenovela foi negada como se ela tivesse ocorrido na própria realidade, indicando que ao assistir e consumir os discursos da telenovela, a própria vida é consumida. Para Hamburger (1998), ao retratarem a vida cotidiana e os costumes

¹² Os *TT's* (*Trending Topics*) são uma lista em tempo real dos termos mais postados e comentados no *Twitter*.

¹³ A novela *A vida da gente* (Rede Globo, 2011-2012), por exemplo, teve sua narrativa alterada após seu conteúdo ser considerado “angustiante” e conter “desgraças demais”, tanto pelos telespectadores quanto pelo Ministério Público. Ver: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/a-vida-da-gente-autora-ameniza-doencadila-de-juacutelia-sem-leucemia-ela-teraacute-hepatite-4001234.html>> e <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/ministeacuterio-da-justiccedila-vecirc-conteuacutedos-angustiantes-em-vida-da-gente-muda-classificaccedilatildeo-indicativa-da-novela-3323450.html>>.

sociais, as telenovelas permitem ao espectador uma sensação de muita proximidade com os personagens estabelecendo identificações com as situações por eles vivenciadas, mesmo sabendo-se e reconhecendo-se o caráter ficcional da obra. Segundo Lopes e Munglioli (2011, p. 276) “há um envolvimento perceptível durante a exibição da telenovela, as tomadas de posição apaixonadas a favor de personagens ou contra eles, as expressões veementes, verdadeiras “torcidas” que traduzem o “capital emocional” dos fãs [...]”.

Imagem 6



Fonte: Twitter.com

Imagens 7 e 8



Fonte: <http://televisao.uol.com.br/enquetes/2015/03/13/o-que-voce-achou-do-final-de-imperio.htm>

Nos posts acima (via *twitter* e comentários em enquete da *Uol*), o envolvimento dos telespectadores com a telenovela evocam a função socioeducativa destas produções, defendendo e propondo que o fato do filho matar o pai (como ocorreu no último capítulo de *Império*) ser um desserviço à educação e um exemplo equivocado para a sociedade. Constata-se, neste sentido, o papel do trabalho com a realidade que é conferida a telenovela, conferindo-lhe a função educativa, sendo, deste modo, não mero entretenimento, mas uma coisa séria. Destarte, não podemos deixar de lado que estes enunciados têm o seu pertencimento a um regime discursivo do *happy end*, o qual já está instaurado em nossa cultura e em nosso inconsciente coletivo. Para muitos, quando



há a sua negação na ficção, comumente vista como uma válvula de escape diante das adversidades do dia a dia, é como se isso também pudesse ocorrer na vida do próprio telespectador, daí o seu receio.

Considerações finais

Podendo ser considerada como o gênero narrativo mais popular da contemporaneidade, a telenovela cada vez mais é vista como um lugar de produção dos mais diversos sentidos. Como afirma Lopes (2009), a telenovela é hoje um produto estético e cultural que possui reconhecimento público internacional e se constitui como uma das características centrais da identidade nacional. Frente a tantas transformações e mudanças ocorridas no desenrolar da própria história, a telenovela vai se reinventando, assim como os seus modos de circulação, consumo e produção de sentidos, como podemos agora identificar diante do contexto da convergência midiática, que altera não somente os usos das mídias e tecnologias, mas os comportamentos dos sujeitos em relação a elas.

A guisa de conclusão, evidenciamos novos modos de consumo e produção de sentidos sobre a telenovela. Destarte, observamos a partir da análise das discursividades expressas nos comentários efeitos de sentidos que demonstram o apego dos receptores aos modelos tradicionais da cultura da mídia, como o final feliz, o que vem a justificar a repercussão negativa.

REFERÊNCIAS

AQUINO, M. C.; PUHL, P. Vale tudo no Twitter: a visibilidade da ficção televisiva em tempos de convergência midiática. *ALCEU* - v. 12 - n.23 - pp. 34 – 48, jul./dez. 2011.

FREIRE FILHO, J. (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

HAMBURGER, E. *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2005.

JACKS, N.; RONSINI, V. Telenovela em múltiplas telas: da circulação ao consumo. In: LOPES, M. I. V. de. (Org.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

JACKS, N. (Coord.); MENEZES, D.; PIEDRAS, E. *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulinas, 2008.



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

LACALLE, C. As novas narrativas da ficção televisiva e a internet. In: *Matrizes*. V. 3, n. 2. São Paulo: ECA/USP/Paulus, 2010.

LEITE, M. M. R.; OLIVEIRA, G. F. de; NOGUEIRA, M. A.; MENDES, M. L. G. da C. Telenovela e produção de sentido: relações entre ficção e reconhecimento. In: *Anais do XIII Congresso de Comunicação da Região Nordeste – INTERCOM*, 2011, Maceió. São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0679-1.pdf>> Acesso em 02 de julho de 2012.

LOPES, M. I. V. de; MUNGIOLI, M. C. P. Ficção televisiva transmidiática: temas sociais em redes sociais e comunidades virtuais de fãs. In: LOPES, M. I. V. de. (Org.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

LOPES, M. I. V. de. Telenovela como recurso comunicativo. In: *Matrizes*. V. 3, n. 1. São Paulo: ECA/USP/Paulus, 2009.

MELO, J. M. de. Telenovela: de gata borralheira a cinderela midiática. In: MELO, J. M. de. *A esfinge midiática*. São Paulo: Paulus, 2004.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: neurose*. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. 9. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MURRAY, J. H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural, Unesp, 2003.

NICOLOSI, A. *Merchandising social na telenovela brasileira*. Um diálogo possível entre ficção e realidade em Páginas da Vida. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), USP, 2009.

OIKAWA, E., JOHN, V., AVANCINI, D. De @berilopassione a #MeServeVadia: Passione e Avenida Brasil no contexto de convergência midiática. *Ciberlegenda*. Nº 27, 2012. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/584/336>>. Acesso em: 11 Mai. 2015.