

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

JUARA CASTRO DA CONCEIÇÃO

“VERDADES SECRETAS” NO *TWITTER*:
***HASHTAGS* E MEMÓRIA COLETIVA ACERCA DA NARRATIVA**
FICCIONAL NA *INTERNET*

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS
DE TESES E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: ☒ **Dissertação** ☐ **Tese**

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

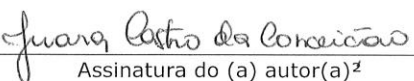
Nome completo do autor: Juara Castro da Conceição

Título do trabalho: "VERDADES SECRETAS" NO TWITTER: HASHTAGS E MEMÓRIA COLETIVA ACERCA DA NARRATIVA FICCIONAL NA INTERNET

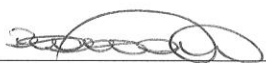
3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento ☒ SIM ☐ NÃO¹

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.


Assinatura do (a) autor(a)²

Ciente e de acordo:


Assinatura do(a) orientador(a)²

Data: 03 / 05 / 18

¹ Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente
- Submissão de artigo em revista científica
- Publicação como capítulo de livro
- Publicação da dissertação/tese em livro

²A assinatura deve ser escaneada.

JUARA CASTRO DA CONCEIÇÃO

**“VERDADES SECRETAS” NO *TWITTER*:
HASHTAGS E MEMÓRIA COLETIVA ACERCA DA NARRATIVA
FICCIONAL NA *INTERNET***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, nível Mestrado, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como requisito para à obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania

Linha de Pesquisa: Mídia e Cultura

Orientação: Prof^a Dr^a Rosana Maria Ribeiro Borges

Goiânia, abril de 2018.

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Conceição, Juara Castro da
"VERDADES SECRETAS" NO TWITTER:
HASHTAGS E MEMÓRIA COLETIVA ACERCA DA NARRATIVA
FICCIONAL NA INTERNET / Juara Castro da Conceição. - 2018.
162 f.: il.

Orientador: Profa. Dra. Rosana Maria Ribeiro Borges.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás,
Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Programa de Pós
Graduação em Comunicação, Goiânia, 2018.

Bibliografia.

Inclui fotografias, lista de figuras.

1. Consumo. 2. Memória. 3. Redes Sociais. 4. Telenovela. 5.
Televisão. I. Borges, Rosana Maria Ribeiro , orient. II. Título.

CDU 654.19

ATA 07/2018



ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Aos dois dias do mês de abril do ano de dois mil e dezoito, a partir das quatorze horas, na sala nove da Faculdade de Informação e Comunicação, realizou-se a sessão pública da Defesa de Dissertação de Mestrado de JUARA CASTRO DA CONCEIÇÃO, intitulada **“VERDADES SECRETAS” NO TWITTER: HASHTAGS E MEMÓRIA COLETIVA ACERCA DA NARRATIVA FICCIONAL NA INTERNET**. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores Rosana Maria Ribeiro Borges (orientadora/FIC/UFG), Alexandre Tadeu dos Santos (FIC/UFG), Valéria Cristina Pereira da Silva (PPGeo/UFG). Após a arguição, os membros da banca se reuniram em sessão secreta para concluir a avaliação e definir o parecer final da dissertação, que foi aprovada. Por fim, lavrou-se a presente ata, que segue assinada pelo Presidente e pelos demais membros da banca.

Profa. Dra.  (Presidente)
Rosana Maria Ribeiro Borges

Prof. Dr. 
Alexandre Tadeu dos Santos

Profa. Dra. 
Valéria Cristina Pereira da Silva

JUARA CASTRO DA CONCEIÇÃO

**“VERDADES SECRETAS” NO *TWITTER*:
HASHTAGS E MEMÓRIA COLETIVA ACERCA DA NARRATIVA
FICCIONAL NA *INTERNET***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, nível Mestrado, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como requisito para à obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania

Linha de Pesquisa: Mídia e Cultura

Orientação: Prof^a Dr^a Rosana Maria Ribeiro Borges

Dissertação avaliada pela seguinte Banca Examinadora:

Profa. Dra. Rosana Maria Ribeiro Borges (orientadora)
Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Alexandre Tadeu dos Santos (convidado)
Universidade Federal de Goiás

Prof. Dra. Valéria Cristina Pereira da Silva (convidada)
Universidade Federal de Goiás

Goiânia, abril de 2018

“Somos herança da memória”
(Identidade - Jorge Aragão)

AGRADECIMENTOS

O Mestrado tem sido uma grande experiência. Cresci certamente como nunca irei crescer outra vez. Pensei que sabia de tudo, fui sacudida e vi que o mundo é bem maior do que o meu quarto. Como toda grande caminhada, deixamos e encontramos pessoas pelo caminho. São elas que fazem cada passo ter sentido, brilho nos olhos, vontade de ficar, vontade de voltar e dúvidas como toda boa estudante tem. **Primeiramente, #ForaTemer.** Depois dos “deveres” políticos, quero aqui prestar homenagens aos que estiveram comigo nessa jornada e em muitas outras que ainda virão.

Deus, obrigada! Por me fazer sentir esse amor que vem do alto e que a gente não consegue explicar. Pela proteção, carinho e aconchego. Por plantar no meu coração o desejo de “vai”, “recua”, “pensa”, “agradece”. À minha mãe pretinha, Nossa Senhora Aparecida. Que esteve comigo em cada passo e que me deu conforto e amor. Obrigada forças do universo por estarem a cada dia renovando minhas esperanças e por não me deixarem parar de acreditar na maior força de todas: O AMOR.

Família, eu amo vocês mais que tudo. Pai, nada seria possível sem o seu amor, a sua calma e o seu empenho. Me espelho em você e nesse tempo pude ver o quanto somos parecidos e como isso me faz feliz. Muito obrigada! Mãe, grande parte da minha educação vem dos seus esforços e da sua renúncia. Obrigada pela entrega, pelo carinho, pela preocupação, pelo ciúme. Posso ir pra qualquer lugar, mas meu coração baterá em ti. Irmã, quem diria que os “mais novos” pudessem trazer tanta calma, apoio e luz para nossas vidas. Te amo, te respeito e te admiro. O nosso laço é eterno! Vó, musa da minha vida. Te amo com toda a força do meu ser. A mulher que me inspira, me acalma e me faz querer ser mais. Obrigada pelas orações e por cada benção tua. Você é meu coração!

Graças a Deus sou uma mulher de amigas e amigos. Eles me fortalecem, me aconchegam e me fazem ser e buscar o que há de melhor em mim. Poderia passar dias citando todo mundo, mas aqui vou prestar uma homenagem aos antigos e bons que andam comigo: Mariana Amado, Agricio Matheus, Rhayra Melo (e Tiago Melo), Pauliny Mariah, Agda Nathaly, Victor Hugo, Kyron Soares, Carina Andrade, Iasmin Diniz, Patrícia França, Rayssa Alves, William César. Saúdo também as peças “mais novas” do meu quebra cabeça de amor: Henrique Coutinho, Nathália Paiva e Marlon Abrantes. Vocês foram saudade, alegria e palavras de conforto. Obrigada por caminharem comigo.

Grata pelas surpresas e afetos que Goiânia me trouxe. Sempre achei que fosse difícil para amizades, mas a gente nunca sabe o que vai acontecer na próxima parada. Gratidão por

toda energia, apoio e palavras de amor: João Lúcio, Zanza Gomes, Evaldo Gonçalves, Weber Félix, Jackson Leal, Lucas Lustosa, Mayllon Oliveira, Raphaela Ferro, Vivian Duarte, Adrielly Campos e Lidianne Porto. Vocês são pessoas incríveis e quero tê-los sempre ao meu lado. Preciso citar meus pais postigos que foram e são base, apoio e braços prontos para ajudar. Nayala Duailibe e Arthur Abreu, obrigada por cada aventura, conversa, carinho e cuidado! Goiânia teve outro sentido com a presença de vocês. E claro, a *roomie* mais legal, doida e virginiana, Bruna Almeida.

Não poderia chegar aqui sem as minhas mestras e mulheres inspiradoras. Aqui agradeço à todas as minhas orientadoras (até agora), mas por meio delas, saúdo todos os professores que tive nessa trajetória acadêmica. Rose Ferreira, obrigada pelo carinho, disponibilidade e afeto. Você é uma inspiração pra mim! Gisela Maria de Sousa, obrigada por sempre acreditar no meu potencial, por ser essa pessoa acolhedora e querida. Sempre comprando minhas ideias e dizendo “torço por ti”. Muita gratidão por ter você na minha trajetória! Larissa Leda, obrigada pela disponibilidade e pelo carinho com que acolheu uma RP que ama audiovisual. Tua alegria e dedicação empolgam qualquer pessoa. Esse projeto tem muito das nossas reuniões e conversas. Muito obrigada! Por fim, mas não menos importante, a minha parceira nessa aventura. Rosana Maria Ribeiro Borges, que mulher! Autêntica, guerreira e repleta de conhecimento. Obrigada por me acolher não só como orientanda, mas como amiga. Te admiro e te quero muito bem!

A gente nomeia, mas na verdade nunca é possível dizer o nome de cada um. Enfim, agradeço a cada ser de energia que esteve comigo nessa caminhada. Cada conversa no ônibus, na praça, no café, no barzinho. É lindo viver um sonho! Desbravar um lugar totalmente diferente, se encontrando, se perdendo e tentando sempre crescer com cada experiência. Eu sou uma nova pessoa depois de tudo isso. O que é um título? Quase nada perto do que vivi até hoje. Aqui aprendi o que é primavera, o que é secura, o que é a vida sem mar – mas nunca sem amar. Só quero levar tudo isso no coração junto com tanta gente maravilhosa que eu esbarrei, conheci, abracei, beijei. Um título que é fruto do amor transborda qualquer papel.

RESUMO

A pesquisa aqui exposta trata-se de um estudo analítico acerca da memória coletiva da narrativa seriada ficcional na *Internet*. Consiste em, a partir de um Estudo de Caso e de uma Netnografia, compreender como a *hashtag* “Verdades Secretas” traz à tona traços de memória coletiva entre os usuários do *Twitter* no período de exibição da telenovela e um ano após o seu último capítulo. A partir de uma análise qualitativa do objeto empírico, que é a telenovela “Verdades Secretas” (Rede Globo de Televisão, 2015), a *hashtag* “#VerdadesSecretas” foi coletada no *Twitter* e teve suas postagens documentadas e analisadas. Diante disso, buscou-se entender como os *tweets* encontrados interagem para a formação da memória individual e coletiva dos consumidores da telenovela “Verdades Secretas”, que utilizam o *Twitter* para complementar sua experiência midiática. Especificamente, debruçou-se sobre a análise dos comportamentos digitais que constituem as memórias a partir do fortalecimento da cultura participativa. Para tal análise, retomou-se as matrizes fundamentais da telenovela com Jesus Martín-Barbero (2015) e seus referenciais: Benjamin (1985) e Bakhtin (1981). Com Stam (2000) refletiu-se acerca do popular no contexto do audiovisual brasileiro e Arlindo Machado (2000) contribuiu no que diz respeito a dinâmica da TV brasileira. Com Jesus Martín-Barbero (2015) e Canclini (2006), buscou-se compreender as faces do consumo na contemporaneidade. Com Pallotini (2012) e Fachine (2011) abordou-se a dramaturgia no âmbito brasileiro. Para balizar as discussões acerca da *Internet*, convocou-se Castells (1999), Jenkins (2008) e Lúcia Santaella (2010). Em conversa com os demais referenciais teóricos, Pierre Nora (1993), Maurice Halbwachs (2003) e Huyssen (2014) trazem para pesquisa suas reflexões acerca da memória e seus lugares. A pesquisa de abordagem qualitativa utilizou o Estudo de Caso e a Netnografia como métodos de investigação, análise e sistematização dos dados. O uso dos métodos plurais se deu pela problematização do objeto que encontra-se na trincheira entre o analógico e o digital. As conclusões apontam um cenário onde a interação e a propagação de conteúdo no *Twitter* apontam caminhos para pensar uma memória do presente na *Internet*, que mantém seu caráter documental e demonstra a emergência de novas dinâmicas de consumo midiático.

Palavras-chave: Consumo. Memória. Redes Sociais. Telenovela. Televisão.

ABSTRACT

The research presented here is an analytical study about the collective memory of fictional serial narrative on the Internet. It consists in understanding, from a case study and a netnography, how the hashtag "Verdades Secretas" brings to the surface features of collective memory between Twitter users during the telenovela's run and one year after its final chapter. From a qualitative analysis of the empirical object, which is the telenovela "Verdades Secretas" on Twitter and had its posts documented and analyzed. Thus, we sought to understand how the tweets that were found interact to form the individual and collective memory of the viewers of the telenovela "Verdades Secretas", which use Twitter to complement their media experience. Specifically, it focused on the analysis of the digital behaviors that constitute the memories from the strengthening of the participatory culture. For this analysis, the fundamental matrices of the telenovela with Jesus Martín-Barbero (2015) and its references: Benjamin (1985) and Bakhtin (1981). With Stam (2000) it was reflected on the popular in the context of the Brazilian audiovisual and Arlindo Machado (2000) contributed with regard to the dynamics of Brazilian TV. With Jesus Martín-Barbero (2015) and Canclini (2006), we sought to understand the faces of consumption in contemporary times. With Pallotini (2012) and Fekine (2011) the dramaturgy in the Brazilian scope was approached. To mark the discussions about the Internet, Castells (1999), Jenkins (2008) and Lúcia Santaella (2010) were convened. In conversation with the other theoretical references, Pierre Nora (1993), Maurice Halbwachs (2003) and Huyssen (2014) bring to research their reflections about memory and its places. The research of qualitative approach used both the case study and netnography as methods of investigation, analysis and systematization of the data. The use of a combination of methods was due to the problematization of the object that is in the process of changing from the analog and the digital. signal The conclusions point to a scenario where the interaction and the propagation of content on Twitter indicate ways to think of a memory of the present on the Internet, which maintains its documentary character and demonstrates the emergence of new dynamics of media consumption.

Keywords: Consumption. Memory. Social networks. Telenovela. Television.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa das Mediações	63
Figura 2: Estratégias e Conteúdos Transmídias	95
Figura 3: Compilação de Postagens	127
Figura 4: Compilação de Postagens	129
Figura 5: Compilação de Postagens	130
Figura 6: Compilação de Postagens	132
Figura 7: Compilação de Postagens	133
Figura 8: Compilação de Postagens	135
Figura 9: Compilação de Postagens	137
Figura 10: Compilação de Postagens	138
Figura 11: Compilação de Postagens	139
Figura 12: Compilação de Postagens	141
Figura 13: Compilação de Postagens	142
Figura 14: Compilação de Postagens	144
Figura 15: Compilação de Postagens	145
Figura 17: Compilação de Postagens	146
Figura 18: Compilação de Postagens	148
Figura 19: Compilação de Postagens	149

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	11
1.1	CAMINHOS METODOLÓGICOS	14
1.1.1	VARIÁVEIS CONSIDERADAS	15
1.1.2	ENTRE ESTUDO DE CASO E NETNOGRAFIA	15
1.2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	17
	CAPÍTULO I – TELENVELA, LEITURA DIALÓGICA E NARRATIVAS SERIADAS FICCIONAIS NA TV	21
1.1	A TELENVELA COMO LITERATURA DIALÓGICA	21
1.2	MATRIZES CULTURAIS DA TELENVELA	27
1.3	MATRIZES FUNDAMENTAIS DA TELENVELA E SEUS DESDOBRAMENTOS	30
1.4	TELEVISÃO E SUAS TESSITURAS	35
1.5	A TELEVISÃO E A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA	39
1.6	NARRATIVAS SERIADAS FICCIONAIS NA TV	42
	CAPÍTULO II - ARTICULAÇÕES ENTRE TELEVISÃO E REDES SOCIAIS DIGITAIS	45
2.1	TELEVISÃO E TELENVELA	45
2.2	ESTUDOS CULTURAIS E A COMUNICAÇÃO	53
2.3	O PANORAMA LATINO-AMERICANO	58
2.4	ARTICULAÇÕES ENTRE CONSUMO, TELEVISÃO E TELENVELA	74
2.5	INTERATIVIDADE MULTIMIDIÁTICA, MEMÓRIA E TELEVISÃO	80
2.5.1	A convergência midiática e o ciberespaço	80
2.5.2	O <i>Twitter</i> e suas conexões	86
2.5.3	Convergência no Contexto Brasileiro de Ficção: escrita, <i>hashtags</i> e telenovela	88
2.5.4	Memória em Rede	98
2.5.5	Memória e Narrativas Contemporâneas	108
2.5.6	Memória no Contexto do Ciberespaço	116
	CAPÍTULO III – VERDADES SECRETAS	124
3.1	VERDADES SECRETAS – A TRAMA	124
3.2	A ESCOLHA DE “VERDADES SECRETAS” PARA PESQUISA	125
3.3	SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	126
3.4	ANÁLISE DAS POSTAGENS DO DIA 24/09/2015	127
3.7	ANÁLISE DAS POSTAGENS DO DIA 25/09/2015	139
3.6	ANÁLISE DAS POSTAGENS DO DIA 24 e 25/09/2016	146
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	152
	REFERÊNCIAS	158

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema as *hashtags* e a memória coletiva acerca da narrativa ficcional na Internet, a partir do objeto de estudo “Verdades Secretas”, que foi uma telenovela do ano de 2015, escrita por Walcyr Carrasco e Maria Elisa Berredo, mas assinada apenas pelo primeiro autor. A produção teve colaboração textual de Bruno Lima Penido e direção geral de André Felipe Binder, Natália Grimberg e Mauro Mendonça Filho. A direção geral de núcleo ficou a cargo de Mauro Mendonça Filho e a telenovela foi exibida entre os dias 08/06/2015 e 25/09/2015, no horário das 23 horas, com o total de 64 capítulos¹. A trama principal gira em torno das seguintes temáticas: prostituição, drogas, moda, traição, suicídio e um triângulo amoroso que envolve mãe e filha.

Neste trabalho os aspectos mais abordados centram-se na relação entre telenovela, televisão, memória e consumo no *Twitter*. Por meio do objeto empírico – “Verdades Secretas”, problematiza-se como o uso das *hashtags*, no cenário da convergência, evidencia a existência de uma memória coletiva da narrativa na *Internet*. Parte-se da hipótese de que o uso das *hashtags* no cenário da convergência midiática contribui para a formação de uma memória coletiva da telenovela a partir de seus consumidores.

Pierre Nora (1993) considera a memória como um processo de identificação. Com base neste conceito, observa-se que, no *Twitter*, o uso de uma *hashtag* indica a identificação do usuário com o tema discutido (que pode ser uma telenovela). Dessa forma, observa-se que a memória nasce nos grupos “vivos”, ou seja, das comunidades afetivas. Ela pode parecer suspeita e vulnerável, ainda mais em um cenário de fluidez e intensidade midiática, todavia, é ela que garante a continuidade das tradições coletivas da sociedade – como, por exemplo, ao comentar o que se assiste na televisão.

Com o advento das múltiplas plataformas de tecnologia e propagação de informações, a Comunicação possui cada vez mais redes dinâmicas. Cada meio começa a traçar suas estratégias de expansão, porém elas não são arbitrárias e independentes, mas sim sinérgicas. Cada uma em sua forma, agrega valores para propagar e expandir o conteúdo das narrativas ficcionais seriadas em múltiplas plataformas. Fechine (2014) aponta para a concatenação de conteúdos em diversos veículos de comunicação compondo um texto englobante e inter-relacionado entre as narrativas.

¹Informações extraídas do site Memória Globo
<<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/verdades-secretas.htm>>.

Assim sendo, por meio deste trabalho, propõe-se realizar uma discussão acerca do uso das *hashtags* no *Twitter* e as significações de memória coletiva acerca da narrativa ficcional seriada (telenovela) na *Internet*, já que, diante de um cenário de mudanças tecnológicas e diversos arranjos culturais, observamos novos desdobramentos dos meios de comunicação tradicionais. 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 estatística ligadas à TV (IBOPE², por exemplo). 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 as suas aspirações e opções de consumo.

No presente trabalho, pretende-se também, num plano geral, entender como o cenário da convergência midiática (Jenkins, 2008) é um vetor de produção para uma nova configuração de memória coletiva. Isso porque, compreende-se que a telenovela é a narrativa ficcional seriada de maior consumo e repercussão no Brasil. No entanto, a relação do brasileiro com esse gênero ficcional vai além do consumo. A telenovela faz parte da construção de nacionalidade pautando questões de identidade, história e memória tanto individual, quanto coletiva. Observa-se atualmente o deslocamento de um eixo cultural tradicional - que é o hábito de assistir telenovelas na TV, para um eixo cultural contemporâneo - que é o consumo de produtos audiovisuais em múltiplas telas simultaneamente. Diante dessas alterações, a televisão tem se reconfigurado a fim de ampliar ao máximo a experiência do espectador.

A narrativa traçada por Walcyr Carrasco e as estratégias de propagação da mesma foram ao encontro de um momento singular de popularização dos dispositivos móveis e da prática interacional de assistir televisão e ao mesmo tempo navegar (e comentar o que está assistindo) na rede mundial de computadores. A emergência de influenciadores digitais, o uso de conteúdos meméticos e a expressividade do *Twitter* como reverberação da TV marcaram seu período de exibição. Destacamos nesse caso, a navegação específica no *Twitter* e o uso da *hashtag* da própria novela (em sua últimos dias de exibição e após um ano) - **#VerdadesSecretas**.

Na análise, entende-se a convergência midiática para além de seus desdobramentos técnicos, pois, de fato, ela acontece na mente das pessoas (Jenkins, 2008), ou seja, em suas subjetividades. Os meios de comunicação tradicionais foram levados à um cenário de integração entre velhas e novas mídias, o que nota-se ser uma variável vital para a

² Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

Comunicação na contemporaneidade. Diante disso, a emissão de conteúdo foi descentralizada. Hoje o limite entre emissão e recepção é mínimo e híbrido. 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 sua vitalidade, rememoração e semântica da mensagem.

Levanta-se também, a hipótese de que o uso das *hashtags* no cenário da convergência midiática pode ser considerado uma história oral virtual. Quando a aderência do telespectador à narrativa televisiva transborda para outras mídias paralelamente, entendemos que existe um resgate, quase instantâneo, de uma vivência. No *Twitter*, podemos considerar que os assuntos pautados como “os mais comentados” (*trend topics*) expressam experiências e pensamentos comuns a um grupo de usuários (comunidades de interesse). 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 à exibição da telenovela na TV, encontra-se nesse ato um indicativo de interesse em 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 – o que possibilita esta pesquisa. Assim, constrói-se uma espécie de história oral “virtual”, que congrega memórias que até então estavam anônimas. As experiências e pensamentos comuns a um grupo tornam-se uma comunidade afetiva, que se agrupa em torno da narrativa ficcional por meio das referências individuais que cada sujeito tem sobre ela.

Esta pesquisa tem abordagem qualitativa e constitui-se em um Estudo de Caso da telenovela “Verdades Secretas”, de forma que como citado anteriormente, trata-se de uma produção peculiar que marcou tanto o seu horário de exibição, quanto a história do autor. Todavia, em virtude da convergência midiática que está sendo aqui debatida, o método adotado foi a Netnografia, ou seja, uma espécie de Etnografia aplicada ao ambiente da *web*, que como aponta Braga (2007) leva em conta aspectos de consumo midiático na *Internet*. Trata-se portanto de um estudo que se encontra no campo da Cibercultura, mas que também versa por questões televisivas, memórias orais e processos comunicacionais.

1.1 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Esta análise tem abordagem de cunho qualitativo, ainda que para filtragem, em alguns momentos, usou-se recortes quantitativos com o objetivo de garimpar algumas proposições. “A pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações das realidades sociais, e é considerada pesquisa *soft*” (BAUER et al, 2012, p.23). Compreende-se que não há quantificação sem qualificação, por isso o número de *tweets* com a *hashtag* “#VerdadesSecretas” (nosso *corpus* de análise) não nos dirá muito se isolarmos tais números do contexto social de reverberação dessa telenovela e seu consumo na *Internet*. O que buscamos explicitar em nosso trabalho é que:

A mensuração dos fatos sociais depende da categorização do mundo social. As atividades sociais devem ser distinguidas antes que qualquer frequência ou percentual possa ser atribuído a qualquer distinção. É necessário ter uma noção das distinções qualitativas entre categorias sociais, antes que se possa medir quantas pessoas pertencem a uma ou outra categoria. Se alguém quer saber a distribuição das cores num jardim de flores, deve primeiramente identificar o conjunto de cores que existem no jardim; somente depois disso pode-se começar a contar as flores de determinadas cor. O mesmo é verdade para os fatos sociais. (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2012, p.24)

Os dados não falam por si mesmo, por isso esta interpretação não se findou na reunião de dados. A coleta dos mesmos foi realizada a partir da articulação da ferramenta de raspagem de dados “*Web Scraper*”³ e também da busca avançada do próprio *Twitter*, que permite a filtragem a partir das datas, *hashtags* e localização. A partir de uma observação *online*, os *tweets* escolhidos foram documentados por meio do recurso *print screen*. As postagens analisadas estão inseridas no recorte temporal de exibição da telenovela, porém a análise será baseada nos seguintes recortes: penúltimo e último capítulo de “Verdades Secretas” (24/09/2015 e 25/09/2015, respectivamente) e as mesmas datas no período após um ano da exibição (24/09/2016 e 25/09/2015, respectivamente) com objetivo de identificar traços de rememoração mesmo após um período considerável de tempo de exibição da telenovela na TV. Buscou-se verificar qual o “fôlego” que a narrativa tem para continuar reverberando em uma rede social digital marcada pelo efêmero – o *Twitter*. O *corpus* de análise foi as

³ É uma técnica de engenharia de software muito utilizada por empresas para extrair dados/conteúdos existentes em websites. Em uma forma mais simples de explicar, é um programa que faz leitura de códigos HTML ([HyperText Markup Language](#)) de páginas web e gera tabelas de dados quantitativos. (Renan Rodrigues Ramos, blog “Developer is Coming”).

postagens e os desdobramentos das mesmas (curtidas, compartilhamentos e a presença da **#VerdadesSecretas** no *Twitter*).

1.1.1 VARIÁVEIS CONSIDERADAS

Ressalta-se que os *posts* escolhidos foram reunidos em grupos por período de postagem. Além de tratar de “Verdades Secretas” (temática primeira em comum), buscou-se identificar na mensagem dos *tweets* traços de outras variáveis como: cotidiano, afetividade, conteúdo memético ou conteúdo informacional. As postagens filtradas via “*Web Scraper*” foram encontradas a partir do recorte de que o *tweet* apresentasse alguma interação (*retweet* e/ou *reply*) indicando assim, que um interesse coletivo se formou a partir daquela postagem. A sistematização desses dados se deu pela produção de sentido que essa estratégia (uso das *hashtags*) obteve no período de exibição da novela, tendo seu conteúdo documentado e memorizado coletivamente, além do acesso facilitado, pois a *hashtag*, trata-se também de um mecanismo de busca.

Nesta pesquisa a *Internet* é entendida como artefato cultural. De forma que, observou-se a inserção da tecnologia na vida cotidiana, sobretudo no consumo das telenovelas. O universo de pesquisa escolhido foi a rede social digital *Twitter*. A razão de escolha está baseada pela expressividade que a novela “Verdades Secretas” apresentou nessa rede em seu período de exibição e também posteriormente. Este trabalho está inserido na temática de apropriação tecnológica, que aborda as reconfigurações das práticas de sociabilidade em função das tecnologias da informação e da comunicação e por isso propõe-se a discussão acerca da memória coletiva.

1.1.2 ENTRE ESTUDO DE CASO E NETNOGRAFIA

Buscando uma avaliação qualitativa, almejou-se nesta pesquisa a hibridização de um método qualitativo clássico e um contemporâneo: Estudo de Caso e Netnografia, respectivamente. O *corpus* desta pesquisa vai ao encontro ao que segundo Duarte (2009, p. 233) é uma característica particular do Estudo Caso: “nos estudos de caso, os detalhes de um objeto, o tornam único, pois suas imperfeições, na verdade, traduzem sua história. Cada fenômeno analisado é, portanto, fruto de uma história que o torna exclusivo. O que poderia significar uma imperfeição no estudo caso é o que leva à diferenciação”. Entende-se que há uma unicidade em “Verdades Secretas” que a difere das demais telenovelas tanto em termos de consumo quanto de estrutura. Apesar de ter uma quantidade de capítulos mais recorrente

em minisséries (tem 64 capítulos), a novela tratou-se de uma obra aberta, o que portanto a enquadra como telenovela, apesar do número peculiar de capítulos exibidos. Em termos de consumo, no que diz respeito a recepção, foi uma das produções pioneiras em que o “sucesso” foi reconhecido e transbordou por diversas plataformas e que também foi reconhecido pelos pares em uma premiação tradicional que é o *Emmy*⁴.

Fez-se a condução dos nossos dados coletados a partir da particularidade do objeto, pois como complementa Duarte (2009, p. 234) o estudo de caso é: “o estudo das peculiaridades, das diferenças daquilo que o torna único [o objeto] e por essa mesma razão o distingue ou o aproxima dos demais fenômenos”. A partir de tal singularidade, entendeu-se que a cada comentário, compartilhamento e interação, o receptor (telespectador de telenovela e usuário do *Twitter*) agrega valor à narrativa e contribui para sua vitalidade, rememoração e semântica da mensagem. Diante disso, emerge a problemática: *como o uso das hashtags no cenário da convergência evidencia a existência de uma memória coletiva na Internet?* É a partir daí que hibridiza-se o Estudo de Caso e Netnografia, pois considera-se que há uma unicidade na narrativa de “Verdades Secretas” e, nesta análise, seus sentidos de memória serão buscados na *Internet*, mais especificamente, no *Twitter*. Diante disso, esta pesquisa tomou um caráter analítico de “rede” e sobre “rede”. Na contemporaneidade, o espaço virtual é uma área de socialização da audiência. Dessa forma, os consumidores ao debaterem suas ideias interagem com os suportes midiáticos produzindo sentidos e propagando mensagens. Assim, a Netnografia foi utilizada como método de investigação, visto que trata-se de uma “descrição por escrito de uma cultura online instruída pelos métodos da antropologia cultural” (KOZINETTS, 1997, p.470).

Noveli (2010, p.109) aponta que a Netnografia é: “um método que nasce em função da necessidade da academia abordar um ‘novo’ espaço, o virtual, o *online*”. Para o autor, a identificação do campo é justamente o que entende-se neste trabalho como a *hashtag* “**VerdadesSecretas**” – que é “uma comunidade da *internet* cujo o interesse comum é o consumo de algo” (NOVELI, 2010, p.109). Nesse caso, o “algo” neste trabalho, é a telenovela. Entende-se que o mundo *online* e o mundo *off-line* estão imbricados nesta análise, visto que, o objeto atua no trânsito entre esses dois locais. A Netnografia torna-se o método adequado a esta reflexão à medida que nela:

⁴ Evento organizado pela Academia Internacional de Artes & Ciências - reconhecido como uma espécie de “Oscar da Televisão”. Verdades Secretas levou a estatueta de melhor novela no dia 21 de novembro de 2016.

Os mundos, *online* e *off-line*, não são necessariamente realidades separadas – mundo real versus mundo virtual – mas podem ser considerados um *continuum* da mesma realidade. De tal forma, o pesquisador deve desenvolver técnicas que o permita analisar esse *continuum*. Nesse sentido, é interessante notar que, dentre as comunidades ou os grupos que um pesquisador viria a estudar, pode-se destacar os puramente virtuais, ou seja, que são socialmente criadas no ambiente virtual; as que são construídas tanto *online* quanto *off-line*; e as que são construídas puramente *off-line* ou seja, no ambiente físico. (NOVELI, 2010, p.109, grifos do autor)

A proposta colocada aqui indica uma tendência e também uma necessidade do campo da Comunicação em colocar seus objetos ao alcance de variadas metodologias. A complexidade dos processos comunicacionais contemporâneos convocam que pesquisadoras e pesquisadores realizem esforços metodológicos que posteriormente irão ocorrer em análises mais englobantes e encorpadas de seus objetos. Lidando com seres e objetos em trânsito, nada mais justo e necessário que fazer um uso híbrido e em certa medida transgressor dos métodos que a Ciência tem disponibilizado no decorrer da sua evolução e existência.

1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para esta análise, segue-se os procedimentos apontados por Kozinets (2002) para uma Netnografia: (1) *entrée*, (2) coleta de dados, (3) análise e interpretação, (4) ética de pesquisa, (5) validação com os membros pesquisados. Ressalta-se que a análise tem seu início em uma comunidade virtual derivada de uma rede social digital que é o *Twitter*. Entende-se que o uso da *hashtag* “**VerdadesSecretas**” é uma produção de sentido que começa no consumo televisivo (na telenovela) e concomitantemente torna-se também uma cultura cibernética, pois desdobra-se na *Internet*. Assim, a Netnografia torna-se uma ferramenta exploratória para entender o cenário da convergência e a emergência da memória.

O *entrée* trata-se, como indica Noveli (2010, p. 117) da “formulação da pergunta de pesquisa e a identificação da comunidade online de interesse para o estudo”. Nesse caso, a pergunta de pesquisa é: como o uso das *hashtags* no cenário da convergência evidencia a existência de uma memória coletiva na *Internet*? A comunidade de interesse é representada pelos usuários do *Twitter* que postaram conteúdos com a **#VerdadesSecretas** no período do recorte temporal de análise indicado.

A coleta de dados são propriamente a observação das interações. Como foi proposto anteriormente, eles foram documentados por meio de *print screen*, a partir da busca avançada realizada no próprio *Twitter* e da ferramenta de raspagem “*Web Scraper*”. Como propõe Noveli (2010, p. 117): “os dados ainda podem consistir de notas de campo do pesquisador sobre as experiências de campo, combinados com artefatos da cultura ou comunidade” .

A análise e interpretação é a fase em que a frequência será observada de forma que possa ser analisada a partir de uma reflexão textual qualitativa. Noveli (2010) destaca a utilização de *softwares* nessa etapa, o que nesta pesquisa foi possível pela filtragem da **#VerdadesSecretas**, nos recortes temporais pré-estabelecidos que refletem tanto uma memória mais veloz, quanto a perenidade de sentido que a novela obteve na rede social digital, mesmo depois da sua exibição na televisão.

A ética de pesquisa gira em torno da sua idoneidade. No caso do deste trabalho, os perfis dos usuários serão usados apenas para identificação das mensagens, sem que suas identidades sejam usados para outros fins que não sejam de pesquisa. Ressalta-se que os perfis que aparecem nesta filtragem de dados são “abertos”, ou seja, o usuário permite que o seu perfil seja buscado livremente e que ele possa também ser “retuitado” e comentado por outros usuários da mesma rede social digital.

No que diz respeito a validação com os membros pesquisados, faremos uma ressignificação do que seria “o relatório de pesquisa junto aos indivíduos pesquisados” (NOVELI, 2010, p.118). Tomando como base o Estudo de Caso e a liberdade para uma reflexão da pesquisadora, em nossa análise, é a própria investigadora que “procura explicar um fenômeno, estipulando um conjunto de elos causais em relação a ele” (Duarte, 2009, p. 232). Nessa dinâmica, observa-se como as mensagens e a memória coletiva são socialmente construídas a partir do consumo de telenovela na TV e no *Twitter*, em uma interação entre seus produtores e consumidores. A compreensão empírica só se torna possível na observação e constatação de diferenças e correspondência entre os dados estudados. Para isso, buscou-se a operacionalização intelectual que alinha relevância teórica, mensagem e contexto para a formação de conteúdo científico relevante.

A análise dos dados foi sistematizada a partir da filtragem dos *tweets* encontrados a partir da **#VerdadesSecretas**, que foram postados na última semana de exibição de “Verdades Secretas” e um ano depois, ou seja, entre os dias 24 e 25 de setembro de 2015 e também nos dias 24 e 25 de setembro de 2016, de forma que buscou-se analisar as nuances de memória a partir da interação e entre consumidores, telenovela e *Twitter*. A análise das postagens contou com um breve momento de apresentação do objeto de estudo – a telenovela “Verdades Secretas” seguida da exposição e análise das postagens encontradas. A partir da filtragem dos dados, com o auxílio do mecanismo de busca avançado do *Twitter*, as postagens foram encontradas por meio da *tag* utilizada. Fez-se uso também da extensão *Web Scraper*, para o encontro das postagens mais relevantes, no sentido de apresentarem interação (*retweets*, *replies* e comentários). Com os dados dispostos, os *tweets* foram compilados em montagens

para melhor visualização dos seus conteúdos. A partir deles, foi proposta a análise das postagens em três dimensões: verbal, estética e memorial. Onde buscou-se, a partir do texto e do conteúdo imagético, compreender as nuances memoriais que cada postagem apresentava.

O produto desta pesquisa está disposto em três capítulos. O primeiro capítulo, começa com o regaste histórico da narrativa seriada ficcional de TV a partir das pesquisas de Jesus Martín-Barbero (2015). É por meio dele que convoca-se Benjamin (1985) e Bakhtin (1981) para a discussão com o objetivo de entender a telenovela como uma literatura dialógica que também representa uma retomada das narrativas tradicionais. Colocando pensadores brasileiros no primeiro capítulo - "Telenovela, Leitura Dialógica e Narrativas Seriadas Ficcional de TV" - Robert Stam (2000) e Arlindo Machado (2000) fomentam o pensamento do panorama brasileiro a partir de uma perspectiva culturalista, carnalizada e popular da televisão. São debatidas ainda, as matrizes culturais da telenovela e seus desdobramentos; a televisão e suas tessituras, a experiência televisiva brasileira e as nuances das narrativas seriadas ficcionais na TV - em diálogos a partir dos Estudos Culturais no panorama Latino-Americano que traz: Jesus Martín-Barbero (2015), no sentido de localizar nosso debate dentro da América Latina, Nestor Canclini (2006) e sua reflexão integrada de consumo e Ana Carolina Escosteguy (2007) que nos auxilia no resgate cronológico dos Estudos Culturais e traz um viés nacional para nossa discussão

Em seguida, no segundo capítulo, parte-se para uma discussão das "Articulações entre Televisão e Redes Sociais" – que é o título do capítulo. Em um percurso histórico e analítico coloca-se a mídia tradicional (TV) para conversar com a mídia contemporânea (*Internet*), com o objetivo de entender a memória em uma perspectiva de rede. Nesse momento, emergem sobretudo as autoras e autores: Renata Pallotini (2012) no que diz respeito ao entendimento dos contares da telenovela na TV; Lúcia Santaella (2010) e sua definição do que é *Twitter*; Manuel Castells (1999) e o debate sociológico de rede; Yvana Fachine (2011) que baliza a discussão de Henry Jenkins (2008) em um contexto brasileiro de teledramaturgia no cenário da convergência midiática e por fim os pensadores de memória, Andreas Huyssen (2014), Maurice Halbwachs (2003), Pierre Nora (1993), Paul Virilio (2006), Kevin Warwick (2006) e Serge Moscovici (2006) onde busca-se a intersecção das reflexões entre meios tradicionais e contemporâneos com a formação da memória coletiva no ambiente virtual.

No terceiro capítulo, propõe-se uma experimentação teórico-metodológica a partir da Netnografia e do Estudo de Caso, sistematizando os dados encontrados a partir da análise de seus conteúdos. Por se tratar de uma pesquisa na *Internet* e sobre a mesma, entende-se que a Netnografia se faz necessária para a compreensão dessa dinâmica social (a memória) nas

redes sociais digitais. O Estudo de Caso é pensado à medida que considera-se “Verdades Secretas” um acontecimento singular na teledramaturgia brasileira, no que diz respeito ao transbordamento narrativo da telenovela da TV para o *Twitter*. A sistematização dos dados proposta por meio da análise dos conteúdos é pensada no sentido do “garimpo” das temáticas recorrentes que serão organizadas por dia de postagem. A recorrência textual é “#**VerdadesSecretas**”, no entanto, busca-se em campo, quais complementações são feitas pelos telespectadores/usuários do *Twitter* ao “*tuitarem*” conteúdos acerca da telenovela e suas produções de sentido.

A partir dessa construção teórica, metodológica e histórica, pretendeu-se trazer para o campo da Comunicação Social uma reflexão interdisciplinar acerca do consumo de telenovelas na televisão e nas redes sociais digitais simultaneamente. O objetivo é atualizar a reflexão dos aportes teóricos, entendendo que seus apontamentos podem ser prismas para compreender as dinâmicas comunicacionais na contemporaneidade. Grande parte dos estudos acerca da Comunicação na *Internet* destacam a fluidez e o caráter fugaz desse meio. Entretanto, como dito, pretendeu-se com este estudo despertar também para reflexões acerca do caráter histórico e perene que as mídias sociais digitais são capazes de apresentar. Além disso, buscou-se situar quais os desdobramentos de sentido as telenovelas provocam na atualidade – suas temáticas, lembranças e memórias. Caminhou-se, sobretudo, para analisar como as articulações entre a comunicação tradicional e a contemporânea tornam-se espaços sociais que corroboram para o entendimento de nós mesmos enquanto sujeitos e produtores de mídia, memória ou de memórias midiáticas.

CAPÍTULO I –

TELENOVELA, LEITURA DIALÓGICA E NARRATIVAS SERIADAS FICCIONAIS NA TV

Neste capítulo busca-se identificar e compreender as matrizes culturais da telenovela enquanto narrativa contemporânea que integra a televisão brasileira e particulariza a experiência comunicacional deste cenário.

1.1 A TELENOVELA COMO LITERATURA DIALÓGICA

A telenovela nos moldes contemporâneos é fruto do hibridismo de duas importantes matrizes culturais - o folhetim francês e o melodrama - que levam ao entendimento do que na contemporaneidade contempla-se, consome-se e conhece-se como telenovela. Aqui propõe-se um (dos vários) pontos de vista para compreender a relevância cultural dessa narrativa seriada ficcional como literatura dialógica, sobretudo em uma perspectiva latino-americana, com foco em produções brasileiras. Para a construção deste prisma, toma-se como base Jesus Martín-Barbero (2015) que convoca Benjamin e Bakhtin para desenvolver seus estudos acerca dos meios e das mediações passando pelos produtos midiáticos que protagonizam a comunicação nos ditos até então “países de Terceiro Mundo”.

Bakhtin (1981) não discorre em suas obras diretamente sobre as culturas da América Latina, porém quando fala dos aspectos marginais do “carnavalesco” em relação à cultura europeia, e sua relação entre periferias e metrópoles, parece ter, sem pretensão, lançado o que seria utilizado - sobretudo na contemporaneidade - como peça chave para o entendimento dos textos latino-americanos. A aproximação das culturas latino-americanas com o conceito de carnavalesco bakhtiniano, dá-se, sobretudo pelo protagonismo da cultura oral nesses países, entendida a partir do dialógico. Entender o carnavalesco, nessa perspectiva regional, é aproximar a produção cultural da criação e popularização das “grandes narrativas”, que devem, em sua maioria, sua circulação aos aspectos orais de publicidade.

O método dialógico de busca da verdade se opõe ao monologismo oficial que se pretende dono de uma verdade acabada, opondo-se igualmente à ingênua pretensão daqueles que pensam saber alguma coisa. A verdade não nasce, nem se encontra na cabeça de um único homem; ela nasce entre os homens, que juntos a procuram no processo de sua comunicação dialógica.. (BAKHTIN, 1981, p. 94)

A marginalização regional apontada por Mikhail Bakhtin (em relação às cidades do interior europeu) é a base para o desenvolvimento do que hoje conhece-se como “dialogismo” e “carnavalização”. A partir desses dois conceitos, é possível buscar e entender as intertextualidades nos textos produzidos durante toda a humanidade. Um texto é sempre uma quebra, uma aproximação, um hibridismo, ou até mesmo tudo isso reunido para formação de um novo texto, mas com resquícios de seu precursor. Analisando a cultura latino-americana, tem-se um cenário marcadamente mestiço, que é crucial para o entendimento das relações de cultura e significação. Stam (2000), analista de Bakhtin, entende que a “carnavalização” pode ser entendida como uma identidade nacional, o que permite a compreensão de uma espécie de “personalidade brasileira” a partir das sensibilidades do carnaval. Analisando o cenário brasileiro, Stam (2000, p.50) pontua: “No Brasil, o carnaval constitui uma expressão cultural proteica, que cristaliza uma cultura profundamente polifônica”. Na afirmação destaca-se o caráter gerativo do carnaval e a presença de várias vozes presentes em seu texto (simbolismos). Traçando um paralelo entre a carnavalização e a telenovela, entende-se que em ambas, a celebração coletiva e a resistência discursiva são motivadoras para as suas construções simbólicas.

Jesus Martín-Barbero (2015) como leitor de Bakhtin, traz para sua teoria das mediações o que baliza a teoria discursiva bakhtiniana: o entendimento da existência de hegemonias internas dentro de grandes grupos divisórios e ao mesmo tempo agregadores como os gêneros, as classes e as etnias. Diante de uma contradição “carnavalesca”, compreende-se a complexidade do carnaval, que ao mesmo tempo que figura como um ideal democrático e igualitário, pelo menos em termos simbólicos, é também uma “festa” de vivências e significações diferentes. Assim também pode-se analisar a telenovela, que traz amplas pluralidades de sentido, em harmonia com as plurais vivências existentes no carnaval. A telenovela é a mesma, em termos narrativos e de circulação, mas as significações que serão construídas a partir dela são as mais diversas e pulverizadas. Tanto no carnaval, quanto na telenovela tem-se uma dramatização da vida, que pode transgredir ou manter a ordem social e moral instaurada. No entanto, a realidade nunca se mantém inalterada após um “bloco” passar, seja ele de carnaval ou de novela.

Em termos de textualidade, é necessário entender a telenovela enquanto repertório, tanto no âmbito da sua produção, como em seus lugares de recepção. No texto folhetinesco, tem-se a coabitação de imagens tanto do popular como do erudito e a presença de estratégias artísticas que se deixam entender a partir dos símbolos e das metáforas. A telenovela joga com os papéis socialmente construídos, ora com sutileza, ora com densidade. Entender a

telenovela como uma “literatura dialógica” é revelar que nessa narrativa sempre existe algo que instiga a mudança de posição e a inversão de valores preestabelecidos. É da natureza de uma narrativa ficcional seriada a existência de uma confusão fluida que abarca o leitor, o autor, os atores e suas personagens, além dos limites, muitas vezes invisíveis, entre ficção e realidade. Esse dialogismo narrativo causa certa confusão proposital no que se refere à história como construção social. Daí, entende-se que qualquer teoria acerca da telenovela e da carnavalização (dialógico) precisa considerar as pluralidades:

Qualquer teoria do carnaval que se pretendia fiel à realidade teria de levar em conta também as ambiguidades políticas do carnaval. A teoria do “carnavalesco” tem de ser relacionada também a noção bakhtiniana de “heteroglossia”, das diversas linguagens sociais que fariam parte do carnaval. Qualquer que seja o impulso utópico expresso pelo carnaval, o carnaval, o carnaval real, social enquanto “enunciado historicamente situado”, como ele é vivido, por exemplo numa sociedade contemporânea como a brasileira, é inevitavelmente influenciado pelas hierarquias sociais, pelas assimetrias de poder. Branco e negro, homem de mulher, operário e patrão, heterossexual e homossexual, neste sentido, vivem carnavais distintos. (STAM, 2000, p.51. Grifos do autor).

A (H)história⁵ é sempre algo vivido, escrito e reescrito. Porém suas formas, por muitas vezes, não são engendradas em ordem linear e factual. Os aparatos tecnológicos sempre mediam a oralidade e a memória de mulheres e homens e tal dinâmica, também acontece ao falarmos da telenovela. Ao entender tal narrativa audiovisual, vê-se que a telenovela é uma mediação histórica vídeo tecnológica, que conta e resgata histórias por meio das telas. A partir disso, ressignifica a vida sendo imbricada no cotidiano da sociedade por meio de práticas sociais que nos levam a ouvir, ver e compartilhar histórias.

As narrativas passam a ter novos sentidos que são tão legítimos quanto o roteiro e as sensações preestabelecidas pela sinopse do seu texto. Desse modo, entender a telenovela é: “desvendar, na lógica de seu próprio enredo, a narrativa desse espetáculo paradoxal, e situar na sua perspectiva o papel dos meios de comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 321). A presença do popular no massivo não deve ser aproximada do conceito de manipulação. É necessário refletir sobre como a sociedade vive seus acontecimentos e racionaliza esses tensionamentos. Por vezes a racionalidade se liga ao pensamento da objetividade e da informação em detalhes. Porém, o cérebro humano, considerando Vygotsky (1994) é

⁵ O uso do “H” maiúsculo e minúsculo refere-se tanto a história como narrativa, quanto a História enquanto ciência. Ao estudar a narrativa como elemento histórico, por vezes, ambas se misturam.

“eminentemente cultural”⁶, o que não permite sintetizar informação e conhecimento sem aspectos populares.

Além de entender a telenovela como uma literatura dialógica, é possível também a apropriação do seu aspecto de narração apresentado por Barbero ao resgatar Benjamin (1985). A telenovela é uma narrativa de forte ligação, o que implica no desenvolvimento de uma ligação dramática, sólida e contínua durante toda a sua exibição e até mesmo no “pós-exibição” considerando a técnica contemporânea de conteúdos por demanda. É necessário que a narrativa seja permeável à atualidade para que ela se mantenha pulsante. Na telenovela, a qualidade não está no alcance e tão pouco na qualidade de informação, mas o juízo de valor da “qualidade” se ancora nos sentidos que podem ecoar a partir das subjetividades que consomem tais narrativas.

Segundo Benjamin (1985) a arte de narrar está em extinção. Para o autor, isso está relacionado à decadência da faculdade primordial do ser humano que é a de compartilhar experiências contando histórias. Contar uma história é comunicar uma experiência. Entretanto é possível tensionar a concepção de Benjamin colocando-a frente à cultura da convergência⁷. Ao abordar as narrativas seriadas ficcionais na contemporaneidade, entende-se que por meio da *Internet*, das redes sociais digitais e de suas narrativas transmidiáticas tem-se o retorno “do narrar”, onde compartilhar experiências volta a ser vital e recorrente.

De modo geral, Benjamin diferencia a narrativa do romance. Ele entende que a diferença está justamente em suas matrizes. A narrativa repousa sobre a oralidade e no intercâmbio de experiências, já no romance a introspecção e a solidão são mais protagonistas. Por mais que se discuta o romance e suas significações diante do leitor/espectador, isso sempre será mais subjetivo e não comum a todos. Barbero (2015) refaz os caminhos para voltar à tradição oral. As lendas, os contos de fadas, as novelas - e de forma genuinamente brasileira, a literatura de cordel, são expoentes da tradição oral vigente ao redor do mundo. Tais narrativas orais possuem uma natureza bem distinta do romance. Enquanto uma narrativa oral propõe um intercâmbio de experiências, o romance isola os indivíduos. Quando compartilha-se uma narrativa inicia-se a construção da “a moral da história” em conexão com o outro ou “os outros”. O romance é predominantemente solitário e seu fim é decretado pelo autor sem que existam aberturas para outros “fins”.

A narrativa assume um papel de amplitude se comparada a informação. Na narrativa o sabor do sentido é dado pelo ouvinte, na informação tem-se uma substituição da experiência,

⁶ Trata-se de uma tese trazida da psicologia e apropriada pela antropologia cultural.

⁷ Termo cunhado por Henry Jenkins que será aprofundado no decorrer deste trabalho.

onde o sentido é previamente imposto. Ao desenvolver suas teses sobre a História, Benjamin expõe o papel paradoxal que a narrativa emprega no mundo, que se aplica não na narrativa em si, mas sim em suas ressonâncias. “Independente do papel elementar que a narrativa desempenha no patrimônio da humanidade, são múltiplos os conceitos através dos quais seus frutos podem ser colhidos” (BENJAMIN, 1985, p. 214).

O que se propõe não é entender a telenovela como uma narrativa aos moldes benjaminianos. Ainda que se evidencie aproximações, não é possível a relação dos contares da telenovela, em seu caráter industrial, com os contares baseados apenas nos vislumbres de uma história compartilhada. Um autor de telenovela não se aproxima do “narrador” de Benjamin, visto que não está firmado no povo e nem nas camadas artesanais. A aproximação sugerida aqui, está fincada no consumo coletivo de histórias, onde cria-se uma relação permanente entre narrativa e ouvinte. É notável que o consumo das telenovelas, ainda que com mudanças temporais e estruturais, ainda se dá de forma coletiva.

Stam (2000, P.52) sinaliza o que segundo ele são os temas e estratégias bakhtinianas: “inversões carnavalescas, dialogismo paródico, heteroglossia social e artística, polifonia cultural e textual”. Apesar de analisar obras literárias genuínas, podemos a partir da ideia de texto, entender a telenovela como local fértil para o desenvolvimento dessas temáticas e estratégias. Quando coloca-se a telenovela como expressão popular, fala-se de uma busca constante pela construção de linguagens comuns, ainda que seus públicos sejam distintos. É possível identificar nas novelas o que Stam (2000) denomina como “colcha de retalhos discursiva”, onde um imaginário carnavalesco é posto para desfrute, a partir de um romance em moldes clássicos, mas com aspectos narrativos inovadores. O imaginário prodigioso é uma característica que baliza os textos das telenovelas, por isso o “novela é tudo igual” é um grande senso comum, pois ainda que as matrizes culturais sejam mantidas, há sempre uma ruptura e superação do que vem sendo concebido. A telenovela desdobra-se então, como um espaço permissivo, seguindo a lógica do carnaval. Apesar de fazer uma análise específica acerca do cinema brasileiro, entende-se a partir do que Stam desenvolve à luz de Bakhtin, a compreensão dos aspectos carnavalescos nas narrativas:

A concepção de Bakhtin do carnavalesco constitui um instrumento particularmente adequado para a investigação do cinema brasileiro, que sempre foi profundamente impregnado pelos valores culturais associados ao carnaval. As formas dessa presença carnavalesca vão desde a incorporação, no filme, de atividades carnavalescas reais - incorporação essa que caracterizou desde as primeiras “panorâmicas” do início século até *A idade da terra*, de Glauber Rocha (1980) - e de alusões mais difusas, através da música ou do vestuário, até a adoção de estratégias de paródia e de inversão sem nenhuma alusão direta ao carnaval. (STAM, 2000, p. 53. Grifos do autor)

A carnavalização então funciona como uma estratégia de renovação de contrato com os espectadores. A cada telenovela exibida o contrato renovado com categorias estéticas diferentes, mas que de alguma forma sempre apresentam uma transgressão de ordem pré-estabelecida. As narrativas seriadas ficcionais desdobram seus universos muitas vezes baseadas na paródia, não como uma mera cópia ou reprodução, mas sim com a intenção de produzir um (multi) discurso. As articulações da carnavalização propostas por Bakhtin vão ao encontro a capacidade dessas intertextualidades quebrarem uma hegemonia. Assim as narrativas se desenvolvem:

Apropriando-se de um discurso existente e, ao mesmo tempo, introduzindo nesse discurso uma orientação oblíqua ou mesmo diametralmente oposta à do original, a paródia adapta-se particularmente bem às necessidades dos oprimidos e impotentes, precisamente porque *assume* a força do discurso dominante só para aplicar essa força, através de uma espécie de jiu-jitsu artístico, contra a dominação. (STAM, 2000, p. 54).

Bakhtin (1988) alerta que a intertextualidade é inevitável e por isso o dialogismo além de ser uma concepção de análise do discurso é um movimento de autoconhecimento. Ao analisar as narrativas ficcionais, sobretudo em um panorama latino-americano, vê-se que sua concepção está arreigada de críticas geográficas, que não se configuram como vitimismo, mas buscam demonstrar que além de intercâmbio (com produções estadunidenses e europeias), há também uma remixagem dessas influências colocando no centro a cultura popular local. Identifica-se uma nova forma de paródia, que articula hegemonias.

Hegel afirmou que a paródia surge quando os artistas ultrapassam as convenções e se dispõem a dissociar-se do passado. Os parodistas latino-americanos acrescentam a essa crítica historicizante temporal uma dimensão espacial, até geográfica mesmo, ao enfatizar a inadequação dos modelos metropolitanos, que nem por isso deixam de ser onipresentes. (STAM, 2000, p.56).

Portanto, a telenovela é como uma colagem de gêneros aparentemente incompatíveis, mas que se harmonizam culturalmente. A proposta de Bakhtin (1988) quando considera a carnavalização e o dialogismo é capaz de superar os preconceitos comuns no entendimento das narrativas ficcionais como a telenovela. Há uma certa “padronização” no rebaixamento desses produtos midiáticos, que advém justamente da polarização de termos culturais, discursivos e populares.

Esses preconceitos têm em comum a noção de alto/baixo, superior/inferior; formam um conjunto complexo de homologias, unindo hierarquizações paralelas que abrangem questões de corporalidade, classe e sexo. Neste sentido, a própria crítica bakhtiniana carnavaliza a tradição oficial, derrubando hierarquias e resgatando

formas marginais desvalorizadas pela crítica, para colocá-lo no centro da discussão. (STAM, 2000, p.57).

O dialogismo não abandona o antagonismo, pois aquilo que se opõe deve ser pensado como algo além da pureza e não como algo que seja plenamente desprendido de referenciais. O antagonismo sempre faz parte de vários polos e cada um deles carrega sempre algo que ainda não foi explicado. A telenovela pode ser entendida como aquilo que é vivido pelo povo. Sendo que, com o seu texto carnavalesco, ela abre espaço para mudanças sociais e simbólicas. As narrativas mudam o curso da história e da memória por meio de um jogo simbólico que se desdobra em cena. É no tensionamento de variadas estéticas que a novela expõe um mundo que em boa parte do tempo ocupa a margem.

1.2 MATRIZES CULTURAIS DA TELENVELA

As matrizes fundamentais da telenovela – o melodrama e o folhetim francês – têm sua origem no século XIX. Porém, para compreender os “contares” híbridos da telenovela é preciso caminhar um pouco mais no passado deparando-se com uma matriz ainda mais antiga: as fábulas. A fertilidade das narrativas ficcionais produz frutos ao longo da existência humana. Assim, é possível encontrar antecedentes do que atualmente é denominado como telenovela em formatos narrativos anteriores e em demasia diversos. Para estudar tais matrizes culturais, Jesus Martín-Barbero (2015) propõe que é preciso considerar a telenovela em duas óticas: uma de Walter Benjamin, que traz a concepção do que é narração e outra de Bakhtin, que pensa a narrativa como uma literatura dialógica.

Para entender Bakhtin (1996) é preciso considerar os dialogismos. O autor apresenta em sua obra a dualidade da narrativa. Para ele, existe um mundo extraoficial, mas que ao mesmo tempo é legalizado. Esse mundo é baseado no prazer do corpo e no princípio do riso. Este mundo escapa à oficialidade e é invertido. A todo o momento acontecem trocas entre o “alto” e o “baixo”, onde o “alto” representa o racional e o “baixo” o gozo. A telenovela possibilita a existência desses “dois mundos”. Onde subjetividades e racionalidades são colocadas à prova por meio de experiências estéticas. A telenovela é uma forma de expressão popular que bebe na fonte do realismo grotesco. Em síntese, boa parte das expressões populares compartilha essa mesma fonte, como por exemplo, o próprio carnaval e o folclore. O grotesco é uma categoria estética de vertente clássica. “Nessa categoria ocorre a destruição da ordem natural através do estranho, do irreal ou antinatural, mas tal relação sempre se dá a partir do irreal criado com materiais reais” (SILVA, 2010, p. 97). Assim, entende-se que a

relação entre o real e o grotesco e seu trânsito estético⁸, que permite o transbordamento de uma categoria dentro da outra (o grotesco no realismo). O grotesco traz o rebaixamento de valores, assim só existe a partir do real, que seria onde esses valores estariam em seus devidos lugares e pedestais.

No realismo grotesco os princípios materiais e corporais comandam o espetáculo. Estes princípios estão diretamente ligados ao caráter animalesco do homem e que são em síntese: beber, comer, defecar e fornicar. Nas expressões populares “abundam gestos e expressões grosseiras, profanações, heresias e paródias” (MACHADO, 2011, p. 73). Assim entende-se o porquê das temáticas recorrentemente levantadas pelas telenovelas. Amor, traição, prazer, casamento, homoafetividade e outras pautas estão fincadas no caráter literário-dialógico do melodrama.

O melodrama é um gênero sem nenhuma pretensão de pureza, pois a confusão entre narrativa e vida é proposital. O gênero traz o intercâmbio entre os lugares do autor, do leitor e dos personagens da história. Assim, o melodrama acaba fazendo uma paródia das categorias estéticas clássicas, como a tragédia, o drama e o romance. Segundo Silva (2010), a natureza do melodrama é: “a do impressionante e do exagero, e seus discursos, como os sentimentos que suscita, exagerados ao extremo do paródico, favorecem no espectador uma identificação fácil e uma catarse barata” (SILVA, 2010, p. 103). Considerando a existência “evolutiva” dos gêneros, pode-se dizer que na contemporaneidade, para além da telenovela como expoente melodramático, tem-se também os *reality shows*.

As questões identitárias também figuram nas matrizes culturais da telenovela. Considerando a literatura e telenovela como formatos, encontra-se na telenovela uma experiência literária que é aberta a reações, desejos e motivações públicos, o que supera o caráter solitário e mais lento da literatura. A gênese da telenovela demonstra que ela não é uma cisão, mas sim várias incorporações narrativas. “Nada mudou não me iludo, contudo...”,⁹ Gal Costa canta um trecho que talvez seja a conclusão de várias pesquisadoras e pesquisadores de telenovela: há muito mais hibridização, do que de fato mudanças e cisões. É nesse “contudo” que compreende-se que narrativas tradicionais, novas narrativas e narrativas alternativas possuem muito mais em comum do que se imagina.

⁸ Por trânsito estético se entende que determinada categoria não se limita a uma exclusiva modalidade de realização compósita, a um exclusivo suporte material. É próprio da categoria estética transitar entre diferentes formas de expressão simbólica. (SILVA, 2010, p. 91)

⁹ Trecho retirado da música “Como dois e dois” – composição de Caetano Veloso (1971) e interpretação famosa de Gal Costa.

O princípio dialógico formulado por Bakhtin propõe a ideia de que o meu “eu” só pode ser definido por meio do meu relacionamento com o outro. Assim, a compreensão de mim mesmo só pode acontecer pelo dialógico. Diante disso, entende-se que toda definição do “eu” passa pelo outro. Trazendo tal princípio para o campo da Comunicação vê-se, por exemplo, a relação narrativa entre o jornalismo e a telenovela. Por diversas vezes as pautas levantadas pelo telejornal são as mesmas presentes nas telenovelas, porém a palavra tem um determinado sentido de acordo com quem fala. A telenovela sempre esteve mais perto do real que o jornalismo (sobretudo em sua fase realista), justamente por ser um texto dialógico.

No princípio dialógico não existe uma regra fixa para conferir sentido a um enunciado. Existem múltiplas possibilidades de lugares de enunciação, considerando as diversas posições na estrutura social. Porém, nesse caso, compreende-se as estruturas como algo imutável e sisudo, de forma que assim, quebra-se o maniqueísmo do próprio marxismo, que é revisado pelos Estudos Culturais. O maniqueísmo vai contra o dialogismo, pois o dialógico permite diversas atribuições de sentido no mesmo terreno discursivo. Para o dialogismo, a co-vocalização, que é a autoria do “eu”, é constituída a partir do diálogo com o outro.

Entender a novela como um texto dialógico é entendê-la também como um texto carnavalesco, como na metáfora proposta por Bakhtin. O carnaval, assim como a novela, é um momento onde tudo é vivido segundo as leis da liberdade, é uma segunda vida do povo, é um momento onde o riso e os suspiros se tornam prioridades. Nessa segunda vida, as relações hierárquicas são quebradas, é um momento onde todos são “iguais”, até mesmo aqueles que na vida cotidiana não teriam um livre contato.

Ao contrário da festa oficial, o carnaval era o triunfo de uma espécie de libertação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus. Era a autêntica festa do tempo, a do futuro, das alternâncias e renovações. Opunha-se a toda perpetuação, a todo aperfeiçoamento e regulamentação, apontava para um futuro ainda incompleto (BAKHTIN, 1996, p. 8-9).

Hall (2003) retoma o princípio dialógico em seus estudos. Ele trata da noção de articulação/desarticulação do maniqueísmo. O dialógico invade a reversibilidade, ou seja, sempre tem a capacidade de voltar ao primitivo. A novidade, assim, não se trata de uma ruptura, mas de algo novo que sempre está envolvido, de certa forma, pelo arcaico. Hall analisa a obra de Bakhtin em seus estudos, por se constituir como um aglutinador teórico dos estudos de cultura popular e identidade. Mais uma vez ele traz a relação do “alto” e do “baixo” como uma espécie de deslocamento.

O alto e o baixo podem não ter o status canônico que se reclama para eles; mas eles continuam sendo fundamentais à organização e regulação das práticas culturais. “Deslocá-los” não significa abandoná-los, mas mudar o foco da atenção teórica das categorias “em si mesmas”, enquanto repositórios de valor cultural, para o próprio processo de classificação cultural. Este se revela *necessariamente arbitrário* – como uma tentativa trans-codificada de um domínio ao outro, de fixar, estabilizar e regular uma “cultura” em uma ordem hierárquica ascendente, utilizando toda a força metafórica “de cima” e “de baixo”. (HALL, 2003, p. 239. Grifos do Autor).

Em sintonia com Bakhtin, entendemos que a cultura está viva. Tão viva que seu fluxo contínuo e circular é capaz de regenerar o tempo e a memória social. Na sociedade, os grupos produzem dialogicamente suas visões de mundo. Os discursos são sempre polifônicos, ou seja, possuem muitas vozes e também formas. Dessa forma, também são variadas as formas pelas quais esses discursos se materializam. Assim, a cultura seria as posições que mulheres e homens possuem diante da vida. Onde a própria vida se configura como um retrato da polifonia das identidades.

1.3 MATRIZES FUNDAMENTAIS DA TELENÓVELA E SEUS DESDOBRAMENTOS

Retomadas as matrizes agora é possível acompanhar as matrizes fundamentais nas quais se apoia a telenovela: o folhetim e o melodrama. Entretanto, existe um elemento identitário que acoplou a telenovela seu caráter comercial: a *soap-opera* americana. Esse modelo de negócios deu ao mercado brasileiro o entendimento de como uma telenovela deveria ser desenvolvida para a geração de lucros. Porém, é devido acrescentar que desde a sua gênese a telenovela foi pensada com o intuito de construir um produto nas redes da indústria cultural, porém com elementos populares incorporados por essa mesma indústria. Diante disso, é fato que a telenovela enquanto negócio/indústria vale muito, mas as narrativas não se esgotam nesse caráter tão superficial e econômico.

A partir de Jesus Martín-Barbero (2015) e suas leituras ideológicas, entende-se que é necessário mudar as problemáticas recorrentes para se que se entenda a vastidão do popular. É preciso compreender o popular não como aquilo que somente dá prazer, mas também por meio de dinâmicas muito mais profundas de memória e dos imaginários. Diante de pessoas que assistem novelas e sentem prazer nesse consumo, não é possível reduzir tal fenômeno à dominação ideológica e uma determinação mercantil. O entendimento é bem mais engenhoso. O que leva à prática de ouvir/ver uma mesma história todos os dias? Quais memórias e imaginários são ativados para que essas matrizes culturais se mantenham? É nesse sentido que

busca-se entender as matrizes. Não como um retorno puramente ao arcaico, mas como uma ponte que se mantém conectada à vida das pessoas até hoje.

Não seria a telenovela a “tradução” atualizada de um velho gênero que jornais, revistas (a Fon-Fon), fascículos prolongaram pelo século XX, recontando através de novos veículos? Um produto novo, de refinada tecnologia, nem mais teatro, nem mais romance, nem mais cinema, no qual reencontramos o de sempre: a série, o fragmento, o tempo suspenso que reengata o tempo linear de uma narrativa estilhaçada em tramas múltiplas, enganchadas no tronco principal, compondo uma “urdidura aliciante”, aberta às mudanças segundo o gosto do “freguês”, tão aberta que o próprio intérprete, tal como na vida, nada sabe do destino do seu personagem. Precioso freguês que precisa ficar amarrado de todo jeito, amarrado por ganchos, chamadas, puxado por um suspense que as antecipações anunciadas na imprensa especializada e até na cotidiana não comprometem, na medida que a curiosidade é atraída tanto pelo “como” quanto pela expectativa dos diversos reconhecimentos que dinamizam as tramas. (MEYER, 1996, p. 387. Grifos da autora).

Para além da lógica industrial e dos interesses dominantes, há algo muito mais complexo no universo popular latino-americano, que particulariza essas dinâmicas de produção e consumo. No Brasil, a paixão e o resgate do popular, se dá sobretudo, pela telenovela, que é um folhetim eletrônico. Pode-se considerar a telenovela como a versão contemporânea do folhetim. Porém, o formato superou seu criador em termos de relevância, penetração e sucesso comercial. A linguagem televisiva aproximou-se da cinematográfica com a chegada do videoteipe ao Brasil. Assim, foi possível a separação dos processos de produção e edição na transmissão de TV.

Os folhetins traçaram sua trajetória dentro das mídias em que tiveram espaço. Partindo do impresso, tornando-se radiofônico e posteriormente televisivo, o folhetim exprimiu seu caráter intencionalmente comercial desde o princípio. Os ganchos¹⁰, que são recursos utilizados para manter a atenção do espectador tornam-se a característica mais marcante dessa forma cultural. Expressa pela retomada de temáticas por meio de suspenses, chamadas, retrospectos, acasos e coincidências.

“O folhetim é fundamento da telenovela, essa grande criação narrativa da América Latina”, pontua Meyer (1996, p. 386). O folhetim é fruto da convergência midiática. Sua gênese está no desenvolvimento tecnológico da imprensa e na expansão do público leitor. A narrativa seriada traz consigo a herança da tradição oral. O acúmulo de conhecimento e experiência é adquirido por meio das histórias contadas. A telenovela apresenta-se como o “boletim melodramático modernizado”, pela influência das tecnologias de produção e distribuição atreladas ao modelo tradicional de construção narrativa. A repetição e

¹⁰ “Os ganchos, ou os elos que se constroem entre esses pedaços, podem variar de tamanho e importância. No caso das telenovelas, tem-se a diferença dos ganchos entre os intervalos comerciais e entre um capítulo diário e outro”. (JACOB, 2004, p. 104)

longevidade das telenovelas são frutos dos folhetins. Segundo Eco (1991) os romances folhetins ofereceram para as telenovelas a sua característica seriada.

“É graças à longa duração que o folhetim conseguirá ‘confundir-se com a vida’, disponibilizando ao leitor a participação na narração, isto é, a incorporação a ela mediante cartas ao periódico que buscam incidir com o desenvolvimento da trama” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 32). Hoje não é diferente, o público permanece esculpindo as histórias da novela de acordo com seus anseios. Tal comportamento não é uma coincidência, mas trata-se de uma herança. O público deseja manter sinais de identidade a partir daquela matriz popular. Apesar de ser um “entretenimento” existe um comprometimento do público, que assiste e desdobra a narrativa da telenovela.

O melodrama é representado pela “a vida como ela é” e o drama romântico é dissecado pelas aventuras e desventuras do amor. Os gêneros podem coexistir dentro da narrativa, mas em todo caso existe uma predominância ou relevância de um dos gêneros. De certo, a novela apresenta a tensão entre forças duais, que geralmente estão expressas pelo maniqueísmo do bem e do mal. Segundo Sodré (1988), toda narrativa nos apresenta um mundo. Este mundo que necessita de imersão é apresentado conforme o acompanhamento da narrativa. Uma sucessão de fatos, situada em tempo e espaço e promovendo um discurso é o que caracteriza basicamente uma narrativa. No caso da novela, existe o vislumbamento do alcance de um desejo entre os personagens. Em sua maioria, assim como no mundo vivido, esse desejo a ser alcançado é a felicidade.

O folhetim trabalha com dispositivos de sedução. Segundo Jesus Martín-Barbero (1988) essa sedução é causada justamente pela organização em capítulos e pela sua estrutura em aberto. A organização em episódios trabalha com os registros de duração e suspense. A longa duração confunde-se com a própria vida do espectador, que aos poucos vai entremeando-se ao cotidiano e em suas ações. A telenovela é atual, ainda que seja “de época”. O que dá à telenovela a porosidade ao atual é justamente as suas temáticas. “Os temas são sempre os mesmos? Sim, de certa forma”. Existe uma “redundância calculada” e um contínuo resgate da memória individual e coletiva do espectador.

O romance-folhetim é um fenômeno mais significativo no ponto de vista cultural do que literário. Ainda que seu nascimento esteja atrelado ao capitalismo urbano-industrial e na tentativa de atrair público leitor para os jornais, o seu formato popular é o que o coloca em um espaço privilegiado para estudar um modo de comunicação que congrega variadas classes. A partir disso é possível entender a complexidade de povo e classe, *status* que são alterados durante o Estado Moderno. Assim, supera-se o reducionismo marxista, refuta-se o

aristocratismo frankfurtiano e contesta-se teoricamente o que antes era considerado apenas uma “ilusão romântica”. É possível compreender que, os até então “meios de massa”, são na verdade mediações sociais.

No panorama latino-americano entende-se a mestiçagem como “verdade cultural”. Tal fator não passa apenas pela questão racial, mas pela descontinuidade cultural, pela estrutura do sentimento e também da memória. É preciso o deslocamento metodológico para a recepção para que se compreenda a resistência e a apropriação dos usos. A proposta é entender o lugar do povo na modernidade e desconstruir a erudição dotada de juízo de valor. É confrontar dois mundos: o rural e o urbano, entendendo que eles se opõe, mas na maioria das vezes se misturam. Por fim, é certo que as matrizes culturais continuam vigentes e para entender questões políticas e econômicas, é preciso perceber a sociedade como um sujeito - no qual a facilidade de acesso não é sinônimo de compreensão e onde comunicação é na verdade mediação.

Umberto Eco (2016) problematiza sobre o papel das “obras abertas”. Para ele, tais estruturas são sociologicamente favoráveis para uma educação estética do público. Porém, a ideia de “educação” não é entendida sobre a ótica de que este público seria anteriormente “deseducado”, mas converge para o sentido de integração ativa entre produção e consumo, onde a evolução da obra possibilita uma evolução radical da sensibilidade estética dos espectadores. Eco sistematiza seu pensamento a partir de uma definição especulativa do que venha a ser arte. Para ele, a arte está na relação da obra com a fruição por parte de um público. Diante disso, e do entendimento de que existe um usufruto (gozo) por parte do público ao consumir narrativas ficcionais, vislumbra-se que a telenovela pode ser entendida como uma “obra aberta” na categorização de Umberto Eco.

Entende-se a poética, no sentido desconstruído dos Estudos Culturais Latino-Americanos, livre de juízo de valor estético. Entretanto, é necessário entender sensibilidade estética como sensibilidade cultural e assim compreendê-las como fenômenos culturais. A telenovela é uma obra aberta justamente pela sua pluralidade de fruidores. Cada fruidor/espectador leva em consideração sua formação cultural e ambiental para a interpretação, além de suas características psicológicas e fisiológicas. As telenovelas afastam-se do título de “obras fechadas” precisamente por não aspirarem uma fruição que reinterprete puramente aquilo que o autor previamente estabeleceu. Com as narrativas ficcionais seriadas entende-se que os comportamentos são na verdade situações históricas. Além de compreender que toda fruição é inevitavelmente pessoal e que a partir dela, toda obra se restituirá.

Ao compreender a telenovela como campo de estudo, emergem trabalhos acerca de sua história, elaboração, distribuição e consumo. No Brasil, Ramos e Ortiz (1989) encabeçaram esse estudo propondo a análise crítica das telenovelas como representações sociais. Com a conquista de um espaço maior na programação, as novelas foram instrumentos para modernização do Estado. Nos anos 70 o campo é consolidado, tanto no âmbito acadêmico quanto no mercadológico. As inovações tecnológicas nesse período estão efervescentes e a telenovela passa a ser o eixo central de rentabilidade das emissoras.

A partir da virada dos anos 60/70, a telenovela se encontra imersa num processo cultural cada vez mais atravessado pelos influxos modernizadores da sociedade e coercitivos do Estado autoritário. Complexificação da sociedade e produção de cultura voltada para um amplo mercado de bens simbólicos são marcas deste novo período. Momento de consolidação definitiva da televisão brasileira enquanto indústria. (ORTIZ; RAMOS, 1991, p. 80).

A telenovela caminha com a complexidade da sociedade e a técnica contemporânea. Entendendo que a organização social mundial é uma rede, como aponta Castells (1999), onde as respostas são diferentes mas consoantes, vê-se que o consumo da telenovela em múltiplas telas, vai ao encontro de tal organicidade. A narrativa ficcional se configura na dialética de “abertura” e “definição”, onde apresenta-se tanto como fato comunicativo, mas também como um diálogo interpessoal. Na contemporaneidade, o desenvolvimento de sensibilidade está ancorado na multiplicidade de “leituras”, no estímulo às livres interpretações que estão orientadas pelas matrizes culturais. Pode-se entender isso até mesmo no advento do ensino transdisciplinar na Academia. A própria ciência tem se fixado no paradoxo entre significados igualmente imprecisos, porém igualmente válidos.

Há uma diversidade de terrenos ideológicos e morais sobre os quais todas as narrativas se debruçam. A obra (o autor) sempre estabelece uma orientação básica acerca da narrativa, visto que, sempre existe uma estética de partida. Toda narrativa ficcional é uma visão de mundo na qual podemos reconhecer componentes históricos e culturais. Compreender a telenovela por meio dos Estudos Culturais Latino-Americanos é saber que o espectador possui hábitos lógicos e que existe um campo de reações possíveis para tal narrativa, mas além disso, é imprescindível entender que o espectador faz uma complementação produtiva à obra e que tal acréscimo perpassa problemáticas estéticas, filosóficas, sociológicas e de análise de costumes.

A telenovela na contemporaneidade consegue se impor como um dos principais produtos da televisão ao lado do telejornalismo. Os estudos acerca 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 acerca do cotidiano da audiência.

A telenovela tem uma importância considerável na história da TV Brasileira (e da América Latina em geral) e sua própria estrutura narrativa – seriada – é considerada assim útil à produção e à venda de espaços comerciais tanto nos intervalos como sob formas de merchandising. Ao manter a atenção dos espectadores, ela favorece os anúncios em seu intervalo e consistiu numa estratégia fundamental para as emissoras de maior sucesso – Tupi nos anos 60, e Globo nos anos 70 e 80. A novela é considerada eficiente por atingir um público relativamente variado em termos de classe social, idade e sexo (ainda que uma maioria do sexo feminino). Ao enfatizar a vida das camadas médias e altas dos grandes centros urbanos, a novela permite a exposição constante de vários estilos de vida e produtos que podem ser consumidos para a construção desses estilos. (ALMEIDA, 2003, p.30)

Grande parte da programação brasileira está voltada para exibição de ficções. São pelo menos seis horas diárias veiculando narrativas de ficção televisiva, e nesse grupo destacam-se as telenovelas. A televisão integra o cotidiano das pessoas. Nela estão imbricadas ações, comportamentos e devaneios que perpassam as diversas tramas da sociedade. Buscando uma intersecção com o teatro, a ficção, o cinema e o rádio - a telenovela culmina no desdobramento de histórias identitárias e por isso atraentes (e/ou repulsantes). A telenovela é uma vitrine de multi-identidades (muitas delas em crise) onde os arquétipos¹¹ buscam equilibrar a tendência entrópica da modernidade. Diante da cotidianidade da televisão na dinâmica social vigente, é necessário debruçar-se a seguir no entendimento desse meio e na sua articulação com a produção e distribuição das mais diversas narrativas seriadas ficcionais, que é neste trabalho, tem a centralidade nas telenovelas.

1.4 TELEVISÃO E SUAS TESSITURAS

Falar de televisão é sobretudo destacar seus conteúdos. Entretanto os trabalhos opinativos e acadêmicos, em certas oportunidades, tendem a focar o debate apenas nos aspectos econômicos, políticos e publicitários da TV. Coloca-se essa crítica aqui, não incitando o “ódio” à essas temáticas, mas ressalta-se que relatar um debate tão amplo só a partir dessas variáveis é desperdiçar a pluralidade reflexiva que pode-se encadear a partir do estudo da televisão a partir suas narrativas. Desde o século XX vive-se uma mercantilização generalizada da cultura, em todos os meios de comunicação e linguagens, porém a televisão vem sendo o meio “mais acusado” de que o capital altera a sua qualidade para um juízo valor

¹¹ No âmbito da filosofia, o termo arquétipo designa um modelo ideal, inteligível, do qual se copiou toda a coisa sensível.

negativo. É possível entender, quando desapegados de um elitismo “aristocrático”, uma expressão criativa e estética da televisão.

Uma pesquisa seriamente conduzida pode demonstrar que o acervo de obras criativas e inquietantes produzida pela televisão não é maior nem menor do que aquele acumulado em outras linguagens. Ao longo de seus mais de cinquenta anos de história, a televisão deu mostras de ser um sistema expressivo suficiente amplo e denso para dar forma a trabalhos complexos e também abriu espaço para intervenção de mentalidades pouco convencionais (MACHADO, 2000, p. 10)

A televisão como linguagem vem superando o objetivo (limitado) da quantificação de audiência. Como aponta Wolff (2015) a natureza da televisão é alterada quando ela passa de um âmbito gratuito para algo relativamente pago. De certo, nem todas as pessoas irão desfrutar dos serviços pagos da TV, entretanto a existência desse serviço altera a lógica de produção da própria televisão aberta, sobretudo na concepção das narrativas ficcionais que são o “carro-chefe” de boa parte das emissoras. Estamos diante agora de um cenário em que o conteúdo é sustentado pelo usuário e onde a recepção é cada vez mais protagonista. Em linhas gerais, a dinâmica da TV é ir ao ar “com uma programação focada em um público mais exigente” (WOLFF, 2015, p. 119). Essa exigência é derivada do apuro visual pelo qual as televisualidades estão sujeitas constantemente, frutos de arranjos econômicos e políticos, mas sobretudo reflexos de mudanças culturais da audiência. Portanto, a qualidade da TV não é uma abordagem apenas mercadológica:

Mas também se pode abordar a televisão sob um outro viés, como um dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os voos de sua imaginação. Aqui, a questão da qualidade da intervenção passa a ser fundamental. (MACHADO, 2000, p. 11)

Entender a televisão é lidar com determinações que não são fixas, pois a sua ligação com a criatividade e reinvenção está justamente na relação entre ela e a identificação do público. Essa multiplicidade de definições está na compreensão de que é a televisão é um fenômeno cultural - e por isso mutável. Machado (2000) atenta para a importância de entender a televisão como a linguagem fundamental para compreender a cultura a partir do final do século XX. O potencial criativo e transformador da TV está no contínuo deslocamento e renovação tanto da produção, quanto da recepção e ainda nos fatores que encontram-se entremeados nesses polos, como: a distribuição, as novas tecnologias, as estratégias de propagação e demais variáveis. A relação entre criação e comunicação perpassa os indivíduos mas não se finda na individualidade, pois os sentidos caminham para o coletivo.

Não devemos pensar exclusivamente que a sociedade e o grupo atuam sobre o indivíduo único, sendo também que muitos indivíduos únicos, por meio de um processo de comunicação, criam e quando necessário ampliam a organização que, por sua parte, segue dando-lhes forma [...] Em termos práticos, creio que essas abordagens consistem em um tipo de estudo de padrões e relações, em um processo global, que temos definido como análise da cultura. Ali, na prática da criação e comunicação e na construção de instituições, está o processo comum de crescimento pessoal e social. (WILLIAMS, 2003, p. 102-103. Tradução nossa)

A relação da TV com seus públicos supera a massificação amorfa defendida por Adorno¹², expoente da Escola de Frankfurt, e vai ao encontro do entendimento das subjetivações da recepção. Esse caráter de análise é uma marca da contemporaneidade e dos estudos que promovem as ideias bakhtinianas como base para análise das produções audiovisuais da sociedade. Bakhtin não tratou em seus estudos diretamente da articulação entre imagem, som e texto, porém as categorias e conceitos difundidos por ele - dialogismo e carnavalização, vem sendo utilizadas como norteamentos teórico-metodológicos para as produções televisuais. A expansão do conceito de televisão passa por essa mudança de mentalidade, que afasta-se do maniqueísmo e passa a entender as relações. Sendo assim, televisão é:

um termo muito amplo, que se aplica a uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos: compreende desde aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais, abertas ou pagas, até o que acontece nas pequenas emissoras locais de baixo alcance, ou o que é produzido por produtores independentes e por grupos de intervenção em canais de acesso público. Para falar de televisão é preciso definir o corpus, ou seja, o conjunto de experiências que definem o que estamos justamente chamando de televisão. (MACHADO, 2000, p. 20)

Despidos de gostos ou preferências, a realidade é que a televisão é o fato cultural da contemporaneidade. Sua capacidade de alcance e a concepção de uma linguagem única e ao mesmo tempo híbrida, enriquece e complexifica a análise de seus conteúdos. Ainda que fortemente citado, o econômico não é a base determinante em todos os casos análises e também não possui reflexos diretos na criatividade dos produtos. “A demanda comercial e o contexto industrial não inviabilizam necessariamente a criação artística, a menos que identifiquemos a arte como o artesanato ou com a aura do objeto” (MACHADO, 2000, p. 23). É preciso compreender que ausência de uma “pureza” narrativa idealizada para a televisão

¹² Adorno examina a televisão não a partir de uma observação sistemática do que esse meio efetivamente exhibe, menos ainda a partir do critério de seleção tão rigoroso quanto o que ele próprio adotou, por exemplo, para a análise musical, mas a partir de uma “amostragem” nitidamente tendenciosa, pois o objetivo indisfarçável era demonstrar que a televisão era um “mau” objeto. (MACHADO, 2000, p. 18)

não é sinônimo de uma incapacidade gerativa de conteúdo relevante e potencialmente cultural. A criatividade é justamente o que dá capacidade de resistência narrativa aos contextos institucionais que de alguma forma podem “limitar” o que é veiculado na televisão.

Entende-se que a variedade de formatos e programas na TV não é simplesmente uma “confusão” que serve a interesses políticos e econômicos, mas é também uma tentativa de abarcar as inúmeras diversidades, sobretudo diante de recepções contemporâneas tão pulverizadas e plurais. Observa-se então, uma programação dilatada, onde vários gêneros podem ser encontrados em um mesmo produto. Pode-se interagir com tal cenário, por exemplo, ao consumir uma telenovela. Sua evolução é baseada justamente na dilatação de duração de uma temporalidade “real”. Entendendo a telenovela como um programa, vê-se que nela existe um leque de “micro” gêneros que compõem a narrativa em sua totalidade.

O deslocamento temático e a própria fragmentação da televisão são colocados por Williams (1979) quando ele questiona o conceito “estático” da programação televisiva. Para ele, a TV não tem unidades acabadas e todos os seus programas dialogam entre si, mostrando a complexa dinâmica que é fazer e também consumir conteúdos oriundos da televisão. A recepção é fragmentada e heterogênea, o que faz com que mesmo em um cenário de TV aberta e “massiva”, estejamos diante de programas destinados à públicos específicos. No entanto, a televisão opera em uma constante quebra de hierarquias, o que para alguns teóricos revela-se como “rebaixamento” estético desse meio e da sua linguagem. Porém, em nesta discussão, considera-se essa flutuação de hierarquias justamente o incômodo e o trunfo da audiência.

A verdade é que a televisão opera numa tal escala de audiência, que nela o conceito de “elitismo” fica completamente deslocado. Mesmo o produto mais “difícil”, mais sofisticado e seletivo encontra sempre na televisão um público de massa. A baixa audiência de televisão, é, ainda assim, uma audiência de várias centenas de milhares de telespectadores, e portanto, muito superior à mais massiva audiência de qualquer outro meio, equivalente à *performance* comercial de um *best seller* na área da literatura. Essa, é, talvez, a contribuição mais importante da televisão para a superação incômoda equação “melhor repertório/menor audiência”: agora, mesmo a menor audiência é sempre a maior que um trabalho de alta qualidade poderia almejar. (MACHADO, 2000, p. 30. Grifos do Autor).

Falar de TV convoca uma discussão de gênero. Entende-se que a polifonia é fruto das heterogeneidades, sobretudo no “hibridismo [que] se mostra como a própria construção estrutural dos produtos culturais” (MACHADO, 2000, p. 68). Bakhtin (1988) torna-se um dirigente de análise para o audiovisual contemporâneo, ainda que seu pensamento esteja voltado muito mais para a linguística, o romance e a literatura. Ao conceituar gênero, ficamos

diante de modos a partir dos quais podemos trabalhar o televisual e dessa forma passamos a considerá-lo também uma espécie de literatura moderna. Compreende-se o gênero como:

[...] uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar ideias, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto à comunidades futuras. Num certo sentido, é o gênero que orienta todo o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e mais organizadas da evolução de um meio, acumuladas ao longo de várias gerações de enunciadores. Mas se deve extrair daí a conclusão de que o gênero é necessariamente conservador. Por estarem inseridas na dinâmica de uma cultura, as tendências que preferencialmente se manifestam num gênero não se conservam *ad infinitum*, mas estão em contínua transformação no mesmo instante em que buscam garantir uma certa estabilização. (MACHADO, 2000, p. 68. Grifos do Autor).

Em um cenário de articulação entre som e imagem, entende-se que aquilo que é dito trata-se de um enunciado¹³. Cada uma dessas mensagens é pensada a partir de percepções múltiplas que são construídas por meio de intencionalidades, que podem ser tanto de público, cultura ou até mesmo a intenção de segmento em que a programação se enquadra. Dentro de um enunciado encontram-se uma variedade de gêneros, que formam uma espécie de “engenharia social” da mensagem. A televisão então, se coloca como um grande leque dessas multiplicidades de gêneros, que muitas vezes estão ligados às modalidades de recepção. Apesar de ter um grande apelo imagético, as marcas da televisão são mais orais que visuais, ainda mais quando deslocamos o sentido para o polo de consumo. A existência da TV propõe uma cultura do diálogo, onde se entende esse diálogo como gênero¹⁴, que se desdobra a partir das suas diversas modalidades. Presencia-se então na contemporaneidade, um retorno à oralidade mediada por tecnologias ou de forma simplificada uma “segunda fase da oralidade” (MACHADO, 2000, p.64). Encontramos na televisão sempre um vestígio de memória, onde a conservação histórica acontece (ou é ocultada) por meio das propostas de experiência.

1.5 A TELEVISÃO E A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA

A TV no Brasil passa por uma série de processos tecnológicos e temporais. Desde a sua concepção esteve atrelada às questões políticas e econômicas, sobretudo em sua ligação com o capital privado. Reimão (2000) em um texto que relata historicamente o advento da

¹³ O estudo da natureza do enunciado e dos gêneros do discurso tem valor fundador se se quiser ultrapassar as noções simplíficas que concernem à vida verbal, àquilo que é designado como o “fluxo verbal”, a comunicação etc. (BAKHTIN, 1984, p.272)

¹⁴ O gênero se baseia na concepção socrática da natureza dialógica da verdade e do pensamento humano sobre ela. (BAKHTIN, 1981, p.94)

televisão no Brasil, indica que a ideia do televisor como item doméstico e da sua frequente presença na infraestrutura familiar, superando até mesmo aparelhos como a geladeira e o fogão, são alguns indicativos de que a relação do brasileiro com a TV vai além da superficialidade. A televisão passa a interagir como um elemento central do imaginário brasileiro, sendo culturalmente efetivada a partir do seu caráter de oralidade. O que o público assiste em seus televisores, só se torna significação e símbolo, se for discutido verbalmente no cotidiano dos sujeitos.

Presente no cotidiano da grande maioria da população, a TV é, no Brasil, desde a década de 70, elemento central na integração imaginária do país e pólo articulador da imagem que o país produz de si mesmo. A programação da TV, especialmente as telenovelas das 20 horas da emissora líder, fornece para pessoas de diferentes classes sociais, gerações e regiões um conjunto de referências compartilhadas através das quais elas podem se situar. (REIMÃO, 2000, p. 60).

O papel social da televisão tem muito a ver com os seus personagens, sobretudo quando falamos de telenovela. Vislumbrando a concepção de personagens cada vez mais reais, as temáticas e os intérpretes das narrativas ficcionais brasileiras buscam constantemente retratar marcas culturais e identitárias do cotidiano nacional em suas produções. José Roberto Marinho (1998) afirmou em entrevista que a telenovela possui uma sensibilidade única: “ela tem a capacidade singular de perceber um tema importante que começa a surgir numa franja da sociedade e dar-lhe uma dimensão nacional”. Ao traçar um panorama televisivo no Brasil, vê-se que as questões - “TV” e “telenovela” - se imbricam, pois a historicidade e o desenvolvimento de ambas está intimamente interligado. Até pelo seu surgimento atrelado ao capital privado e mercadológico, é praticamente impossível não entender a televisão por esses vieses. Mas ao acompanhar seu desenvolvimento e o advento das narrativas televisivas, nota-se como o cultural e o simbólico passam a protagonizar as reflexões acerca da TV.

A TV brasileira é voltada especialmente para o entretenimento. Apesar da vasta programação baseada no “divertimento”, são nessas mesmas produções que fica possível mostrar e debater (ainda que de forma restrita) um Brasil marcado por contrastes identitários. Segundo Reimão (2000), a partir de 1964 a televisão sai de um caráter regional - eixo Rio/São Paulo - e passou a se expandir nacionalmente. Tal marco histórico tem reflexo até hoje nos conteúdos de televisão. As telenovelas, por exemplo, ainda capengam na tentativa de representar universos que estejam fora do eixo Centro/Sul, e mesmo a disposição por redes, ainda faz do jornalismo uma narrativa um tanto pasteurizada. A TV Tupi foi a primeira emissora de televisão brasileira e também a pioneira na América Latina, tal acontecimento

histórico coloca o Brasil em uma posição de destaque no que diz respeito a discussão de Comunicação Social em todo o mundo. A TV tem em seus primeiros anos de existência uma face bastante elitista, sobretudo pelo valor elevado da tecnologia e também por exibir em sua gênese teleteatros e concertos, que são programações de forte apelo aristocrático. Quando passa a exibir telenovelas, essa exibição de se dá de forma “ao vivo” e não diária. O fato da telenovela ser um gênero com vasta “mixagem” outros gêneros, fez com que se popularizasse a ideia dela ser um gênero “menor”.

A telenovela passa a ser diária a partir da chegada do videoteipe. Essa tecnologia inaugura uma prática cultural que é a entrada da telenovela no cotidiano pessoal das pessoas. Essa entrada faz com que a telenovela se camufle e se misture com os aspectos morais, sensoriais e memoriais da audiência, borrando ainda mais os limites entre ficção e realidade. Nessa fase percebe-se um distanciamento das narrativas ficcionais seriadas (telenovelas) do melodrama clássico. Com isso, há uma empatia maior com questões mais realistas e foge-se dos melodramas clássicos que possuem o exagero como marca identitária. Surge então a Rede Globo em 1965, que tem seu crescimento e hegemonia alcançados principalmente pela produção das telenovelas. A telenovela necessita de uma grande produção (investimento) e tal necessidade acaba por definir e demarcar fortemente os cenários (emissoras) e suas formas de construir esse tipo de ficção no país.

A televisão é também eixo central da indústria cultural nacional - dezenas de revistas e programas radiofônicos têm por tema a programação televisiva e a vida de atores, atrizes e apresentadores de TV; quase todos os jornais diários reservam uma ou duas páginas para o assunto, além dos cadernos especiais semanais; filmes são lançados alavancando suas promoções pela presença de figuras do mundo da televisão; campanhas de lançamento de discos e cantores passam por suas presenças em programas de TV; trilhas sonoras de novela têm vendagem garantida no mercado fonográfico; personagens saltam de programas de TV para publicidades impressas ou televisivas; livros adaptados para TV ou escritos por pessoas vinculadas ao mundo da TV têm destaque no mercado editorial. Isso sem falarmos em roupas, adereços, modas, vocabulários etc. (REIMÃO, 2000, p. 63).

Comparato (1988) aponta que a TV brasileira talvez seja a única expoente de uma identidade genuína e diferenciada do restante do mundo. Há um certo exagero na colocação, que talvez seja fruto do tempo em que o autor discorre sobre a televisão nacional. Mas de certo, comparando os produtos e conteúdos televisivos com a maior parte do restante “globo”, temos uma estética muito apurada e singular, ainda que obviamente híbrida do que é “fazer televisão” no Brasil. Como indicou-se anteriormente, a televisão brasileira é um objeto de estudo que convoca a telenovela como “par”, e vice-versa. Quando fala-se de gênero, hegemonia, economia e política na comunicação, inevitavelmente abordam-se questões sobre

o que a TV e a telenovela podem “dizer” sobre tais temáticas. Localizar a telenovela como narrativa seriada ficcional é o próximo esforço desta pesquisa, prioritariamente de forma a entender como essa significação ocorre na televisão.

1.6 NARRATIVAS SERIADAS FICCIONAIS NA TV

A televisão é concebida em forma de modelos. Um deles é a serialidade, que acaba sendo uma característica cultural e também econômica de criar narrativas ficcionais ou não. Machado (2000, p.83) define: “chamamos de *serialidade* essa apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual”. Quando trata-se de tal apresentação, leva-se em consideração duas variáveis: a memória e a tensão. A memória no que diz respeito à rememoração necessária para que a narrativa seriada faça “completo” sentido e a tensão que tem a ver com os ganchos que são construídos para manter a atenção dos espectadores e provocar sensações de curiosidade e de maior atenção à narrativa. A telenovela é uma expoente do modelo de serialidade que desdobra-se na televisão enquanto meio. Sua divisão se dá em capítulos que ao longo de alguns meses, em média de 4 a 8, vão tecendo-se múltiplas narrativas que se convertem em uma temática central.

[...] temos uma única (ou várias narrativas entrelaçadas e paralelas) que se sucede(m) mais ou menos, linearmente ao longo de todos os capítulos. É o caso dos teledramas, telenovelas e alguns tipos de séries ou minisséries. Esse tipo de construção se diz teleológico, pois ele se resume fundamentalmente num (ou mais) conflito(s) básico(s), que estabelece logo de início um desequilíbrio estrutural, e toda evolução posterior dos acontecimentos consiste em restabelecer o equilíbrio perdido, objetivo que, em geral, só se atinge nos capítulos finais. (MACHADO, 2000, p.84)

Ainda que inserida em uma definição que foi consolidada no decorrer dos anos a partir de estudos de emissão e recepção, a telenovela deve ser entendida como um produto híbrido, no que diz respeito à sua constituição. “[...] as telenovelas incorporam também características de seriado” (MACHADO, 2000, p. 85), o que permite entender, que mesmo dentro de um restrito grupo de serialidades, a telenovela ainda possui particularidades ao encadear suas histórias. Com o entendimento do que é uma narrativa seriada ficcional seriada, compreende-se que a serialidade é a principal forma de estruturação dos produtos audiovisuais na televisão. Além do econômico (conquista de anunciantes e publicidade), pode-se vislumbrar a serialização como uma forma narrativa que busca atender a uma diversidade maior de segmentos de recepção. No começo, as narrativas seriadas eram vistas como uma “confusão” mal acabada para exibição, mas logo isso foi superado e entendeu-se tal característica como parte de cultural “industrial”. O consumo de TV pode ser considerado como disperso se

comparado, por exemplo, com o cinema. Na televisão não existe um ambiente de imersão pré-concebido para a “contemplanção” das narrativas televisivas. Tudo depende muito mais da história que está sendo contada, do que propriamente de uma atmosfera estrutural construída para aquele consumo.

A serialização é também histórica. As narrativas míticas, a literatura e o próprio jornal impresso já apresentavam a característica seriada em suas constituições. A telenovela herdou tal faceta principalmente dos folhetins veiculados nos jornais impressos como estratégia de venda e oferecimento de entretenimento em uma mídia até então apenas informativa. O cinema¹⁵ também é uma matriz de serialização, sobretudo para televisão, ainda que tal característica não seja tão evidenciada hoje. A sétima arte se utilizou dos seriados principalmente para sua popularização. O modelo básico de narrativas seriadas vigente atualmente passa pelo cinema, pela literatura e pelos folhetins. O “desdobramento” dos modelos de serialização são entendidos até mesmo como o “sucesso” dos produtos midiáticos na televisão. A narrativa além de ser fluida, deve cumprir uma repetição calculada, onde o espectador sistemático e um espectador mais “desprevenido” possam ser instigados de forma harmônica para acompanhar tais programas.

A televisão logra melhores resultados quanto mais a sua programação for do tipo recorrente, circular, reiterando ideias e sensações a cada novo plano, ou então quando ela assume a dispersão, organizando a mensagem em painéis fragmentários e híbridos [...] (MACHADO, 2000, p.87)

Dentro da televisão encontram-se vários recursos que parecem “inocentes”, mas que na verdade estão engendrados em favor da concepção de uma narrativa seriada de TV. O intervalo, por exemplo, não é apenas um recurso econômico, mas é também uma forma de proporcionar um “respiro” na narrativa e valer-se dos ganchos de tensão para fomentar audiência e contribuir para o crescimento da história. Os ganchos são recursos narrativos que visam excitar o público por meio da abertura de diversas possibilidades de sentido, a partir de algum acontecimento “tenso” na história. Uma narrativa seriada ficcional é pensada a partir da ideia de que ela precisa ser primeiro partes, para depois fazer sentido como um “todo”. Em suma, são codificações que já preveem os cortes em seu encadeamento. A dramaturgia contemporânea se baseia principalmente na repetição e no resgate, o que convoca um certo tipo de “conhecimento” do espectador para a compreensão de algumas narrativas. Na

¹⁵ “O seriado nasce no cinema por volta de 1913, como decorrência das mudanças que estavam acontecendo no mercado de filmes”. (MACHADO, 2000, p. 86)

atualidade, as séries afastam-se ainda mais da ideia de “pureza” narrativa e se preocupam muito mais com uma repetição que seja capaz de gerar (um novo) sentido.

A riqueza da serialização televisual, está, portanto, em fazer dos processos de fragmentação e embaralhamento da narrativa uma busca de modelos de organização que sejam não apenas mais complexos, mas também menos previsíveis e mais abertos ao papel ordenador do acaso. (MACHADO, 2000, p.97)

Calabrese (1987) atenta para uma possível “estética da repetição”, o que casa com a existência dos modelos seriados na TV. Diante de uma narrativa seriada ficcional, é oferecido um panorama de situações híbridas que em algum momento irão ser convergidas em um mesmo ponto. O entrelaçamento dessas situações ao longo da narrativa é o que permite a acumulação de sentidos e significações que ultrapassam o recorte da tela. É visível que há um triunfo da serialização na televisão brasileira e de certa forma isso ocorre mundialmente. Grandes impérios informacionais e fenômenos culturais que são engendrados a partir da produção seriada de seus conteúdos. A televisão para além de um meio comunicacional, tem se tornado linguagem e também estética. É no híbrido que encontra-se a possibilidade de afastamento dos determinismos dos meios e mergulha-se mais profundamente na historicidade, memória e cultura de cada narrativa que tende a se apresentar aos poucos para o público.

CAPÍTULO II - ARTICULAÇÕES ENTRE TELEVISÃO E REDES SOCIAIS DIGITAIS

Neste capítulo busca-se compreender as nuances de sentido que envolvem a televisão e as redes sociais digitais. A partir dos Estudos Culturais Latino-Americanos, identifica-se as peculiaridades do consumo da TV no cenário brasileiro. Emerge dessa dinâmica a discussão acerca da interatividade multimidiática e sua relação com a memória e a telenovela.

2.1 TELEVISÃO E TELENÓVELA

Televisão é comunicação para uma grande quantidade de pessoas, em diferentes espaços e lugares. Por isso, muitos a consideram uma mídia de massa. Todavia, compreende-se que essa “massa” não é amorfa como indicava a Escola de Frankfurt¹⁶, mesmo porque massa é sinônimo de homogeneidade, enquanto que, no caso da televisão, quando se fala em “mídia de massa”, muito se refere ao alcance, já que a programação está cada vez mais segmentada. Quando se propõe o debate de narrativas exibidas na televisão, observa-se que a telenovela possui a maior capacidade de derrubar resistências tanto sociais quanto acadêmicas, por ser a produção com uma das mais vastas mixagens de públicos. Entender a telenovela como um gênero é encontrar seu valor estético, que está justamente imbricado em suas características narrativas peculiares que lhe conferem um caráter tão particular.

A telenovela contribui para a discussão de problemas emergentes na sociedade civil, sendo de forma sutil ou mais sistemática com a exploração do *marketing* social¹⁷ no desenvolvimento dos seus capítulos. O modo como a telenovela é escrita revela seu caráter dialógico, pois sua construção acontece ao mesmo tempo que sua exibição, assim entende-se aqui a telenovela como uma “obra aberta” e o público com um retroalimentador da mesma. Diante disso, presencia-se uma capacidade de fruição única que abarca tanto o espectador, quanto o autor que alimenta sua trama a partir da sua audiência.

Diferente do teatro e do cinema, o espectador de telenovela estabelece seu tempo de consumo, a TV divide espaço com outros eletrônicos da casa ou até mesmo está acoplada à outros aparelhos como *notebook*, celulares e/ou *tablet*, assim a independência sempre foi uma

¹⁶ No momento em que os frankfurtianos escrevem, o termo cultura de massa se reveste de um significado nitidamente ideológico. A influência da Escola ocorre no momento em que se consolida no Brasil uma indústria cultural. Existe por assim dizer uma coincidência entre a “importação” da teoria e a emergência de uma nova realidade social até então pouco discutida entre nós. (ORTIZ, 2016).

¹⁷ Termo cunhado por Kotler para descrever ações de cunho mercadológico e institucional que promovam atenuações de carências sociais. Fonte: Site Marketing de Conteúdo.

marca desse consumo, que atualmente se amplia ainda mais com as redes sociais digitais. Ao acompanhar uma telenovela a sensibilidade permeia tanto a razão quanto a emoção, não é possível “desligar o cérebro” para acompanhar uma narrativa aparentemente “fantástica”, apesar de ser um momento de suspensão de sentidos, a ficção é sempre uma válvula que aciona questões racionais e tangíveis. Assim, ainda que cada telenovela proponha um debate diferente acerca da vida, os aspectos estéticos e comunicacionais existentes na produção, dão indícios de qual seja a finalidade daquela obra, o que acaba por gerar malhas de expectativa em cada espectador.

Um maior interesse nas exigências da audiência e o desenvolvimento tecnológico trouxeram modificações, sobretudo aos gêneros que são bases para a narrativa da telenovela: o épico e o dramático. Apesar de importantes matrizes culturais, era preciso avançar em termos de linguagem, estrutura e dramaturgia, para que tais gêneros pudessem se tornar mais atraentes em um cenário de teleficção. Nesse momento de “quebra”, mas também de apropriação desses gêneros, que passaram a ser desdobrados em inovações narrativas, tem-se as telenovelas como produtos vendáveis em toda a sua estrutura. Vende-se as trilhas sonoras, os autores, os atores e atrizes, a paisagem, os costumes e até mesmo aspectos morais daquela narrativa. Os gêneros e as práticas de consumo são variáveis importantes para o entendimento “evolutivo” da telenovela no cenário latino-americano, sobretudo brasileiro.

Segundo Pallottini (2012) um terço do tempo da programação televisiva brasileira é voltado para a exibição de ficções. Ou seja, as telenovelas ocupam aproximadamente seis horas nas grades de programação dependendo da emissora analisada. A TV entra para o “*hall*” de eletrônicos indispensáveis para a população brasileira, mesmo em locais longínquos e situações sociais delicadas, almeja-se a televisão como “redenção” e elemento de “comunhão” entre as pessoas. A ficção de TV não é pura e nem busca uma pureza para se impor como uma narrativa audiovisual. Ela mescla teatro, cinema e acrescenta recursos do rádio com naturalidade e sem a necessidade imposição sobre eles.

A telenovela é uma obra em processo e por isso é um formato “não-unitário”. Ainda que exista uma trama de condução e uma sinopse estabelecida, a unidade em seus capítulos é quase inexistente, vide que é necessário um conhecimento cumulativo para o entendimento da telenovela. Em um seriado, por exemplo, cada episódio em si tem uma unidade relativa, que se dá pelo propósito da produção em si, seja ele a biografia de uma personalidade midiática, um acontecimento histórico ou o debate de um tabu específico. Diferente da telenovela onde a multiplicidade de tramas é imprescindível, o seriado fixa-se a um fio condutor e converge-se a

cada unidade apresentada (episódio), na telenovela cada unidade (capítulo) não traz uma solução para a trama, mas sim um emaranhamento para sua extensão.

A terminologia (o *ethos*) contribui para o entendimento do que conhece-se como novela hoje e endossa a ideia de que ao longo do tempo ocorrem apropriações, mas não rupturas totais de paradigmas históricos. Assim, compreender a terminologia da palavra “novela” é entender o momento poético deste pensamento e captar o momento criativo e inaugural dessa ideia e seu percurso cultural até os dias atuais.

Segundo parece, a palavra *novela* remonta ao italiano *novella*, portanto ao latim *novellus*, *novella*, *novellum*, adjetivo, diminutivo, originário de *novus*. Do sentido de novo, a palavra derivou para o de *enredado*. Substantivando-se e adquirindo denotação especial, durante a Idade Média acabou significando *enredo*, *entrecho*, vindo daí narrativa *enovelada*, *trançada*. Durante algum tempo, a palavra foi empregada no sentido de narrativa fabulosa, fantástica, inverossímil (inverossímil!). Só no romantismo, mercê da profunda metamorfose cultural desencadeada em toda parte, é que a palavra novela ganhou a significação literária que possui atualmente. (PALLOTTINI, 2012, p. 31. Grifos do autor)

As metamorfoses culturais pelas quais os gêneros literários passaram deram finalmente à novela a característica de verossimilhança. Foi uma “volta” aos trovadores que trouxe para as novelas a ideia de que o fantástico e o verídico podem coexistir em um mesmo texto. Por isso, é necessário sempre entender o caráter histórico da telenovela, que herda aspectos da novela enquanto gênero literário em suas tramas, enredos, entrelaçamentos de personagens e até mesmo em suas temáticas. Diante todo o exposto é necessário entender o que de fato é uma telenovela. Para tal, convoca-se uma teórica e escritora de telenovelas que assim define:

A telenovela seria, assim, uma história contada por meio de imagens televisivas, com diálogo e ação, criando conflitos provisórios e conflitos definitivos; os conflitos provisórios vão sendo solucionados e até substituídos no decurso da ação, enquanto os definitivos - os principais - só são resolvidos no fim. A telenovela se baseia em diversos grupos de personagens e de lugares de ação, grupos que se relacionam interna e externamente - ou seja, dentro do grupo e com os demais grupos; supõe a criação de protagonistas, cujos problemas assumem primazia na condução da história. E na atualidade, tem uma duração média de 160 capítulos, sendo que cada capítulo tem, aproximadamente, 45 minutos de ficção. (PALLOTTINI, 2012, p.33)

A redação da telenovela é realizada com ela no ar. Assim, de alguma forma, ela fica sujeita ao público e à crítica. Entretanto, vale ressaltar, que a audiência não determina a novela, pois existem relações de poder e contratos tanto comunicacionais quanto políticos com os autores, produtores, diretores e demais envolvidos no projeto da telenovela. A

sujeição ao público passa na conjuntura atual pelas redes sociais digitais (seu engajamento, potencial narrativo e capacidade de mobilização) e a audiência vai além do número de televisores ligados, visto que, cada vez mais o projeto televisivo é pensado em uma estrutura transmídia. Apesar de ser uma obra aberta, que é a sua maior distinção em comparação com as outras narrativas ficcionais, a telenovela tem a ordem artística, estética e de criação do autor como certa prioridade, visto que, é a partir da autoria que cada novela cria um universo narrativo identitário que se refletirá em uma relação de troca com a audiência. Além de seu caráter “aberto”, a quantidade de tramas e subtramas e a sua extensão (número de capítulos) dão a telenovela uma identidade única.

Traçando uma linha histórica, encontra-se uma outra matriz cultural relevante para o que entende-se como telenovela hoje: o romance-folhetim. Tal matriz é uma herança dos jornais impressos que publicavam em seus rodapés histórias românticas em série. Daí tem-se o caráter seriado da telenovela e também a característica de redundância, que é necessária, pois a leitura é feita em pedaços, assim como hoje, onde observa-se uma exibição fracionada em capítulos. Porém, redundar não é só uma mera repetição, é preciso repetir e ousar, repetir com elementos inovadores e não apenas repetir para prolongar. A repetição tem uma ligação cognitiva que deve atingir a mente e a imaginação do espectador.

A televisão raramente possui a atenção total do espectador, portanto é necessário sempre pensar em estratégias de fixação e encantamento do público. Nesse sentido, a inovação (que nem sempre é tecnológica) é um fator contínuo nesse meio. A telenovela vai além de um mero entretenimento, justamente pela constante inovação de seus “contares” que estão sempre relacionados às práticas sociais, adaptações morais e manutenção e/ou mudanças de arquétipos. Dentre as estratégias inovadoras, observa-se produções que ficam no limite entre seriado, minissérie e telenovela, bebendo na fonte de cada um desses formatos. De fato, o realismo absurdo é a principal característica das telenovelas latino-americanas, sobretudo brasileiras e são os contares desses “absurdos” que se renovam a cada produção que se torna cada vez mais vendável exteriormente e cada vez mais consumida em aspectos locais.

É necessário sempre lembrar de que tipo de telenovela está se falando, para discorrer acerca da sua estrutura e produção de sentido. Propõe-se aqui o estudo da telenovela em uma estrutura latino-americana, que de certa forma possui uma uniformidade em seus aspectos narrativos. Destaca-se portanto o que é denominado na Colômbia, Venezuela e México como “*culebrón*”, ou seja, “cobra grande”, devido às suas questões de extensão e o que se nomeia no Brasil como telenovela. Vale lembrar, que o foco em narrativas latino-americanas não é uma negação às influências, como por exemplo, da *soap opera* norte-americana, que é uma

espécie de seriado “sem fim”, mas que também possui características encontradas nas telenovelas brasileiras, como o núcleo familiar e a existência de uma ideologia.

Em termos estruturais, a telenovela latino-americana é uma trama planejada, com um enredo básico que justifica a razão de sua existência. É desenvolvida a partir de capítulos que possuem um segmento e que contam com a presença de ganchos. Os ganchos são situações de expectativa que motivam a audiência e estão presentes tanto por capítulo (em maior grau) e também nos blocos (onde são mais amenos). Pallottini (2012) cita alguns antecedentes que congregam a origem das telenovelas. São eles: o romance europeu do século XIX; o romance em folhetim, por jornal, também do século XIX; o romance em folhetim por entregas, da mesma época, aproximadamente; a radionovela; a fita em série norte-americana; a dramatização radiofônica de histórias reais; a fotonovela e as histórias em quadrinhos e o melodrama teatral. De certa forma, encontra-se cada uma dessas matrizes nas telenovelas que são produzidas e exibidas na atualidade e também em caráter histórico.

O tom melodramático, internalizado como modo de pensar, o cunho sentimental e a criação de um universo psicológico são características cruciais para o desenvolvimento de uma telenovela. É importante atentar para como a cultura e o popular (ou até mesmo a cultura popular) são forças motrizes para a mudança de rumos das produções ficcionais televisivas. A presença do maniqueísmo (luta entre bem x mal), por exemplo, tem sido bastante amenizada no decorrer dos anos. Assistimos uma crescente valorização do anti-herói e da anti-heroína, personagens que possuem ações morais e éticas questionáveis, mas que ainda assim conquistam e são parte da torcida do público. Há uma mudança de comportamento que é transpassada na telenovela, onde se discute e busca demonstrar que ninguém é totalmente bom ou mau.

O autor ainda é o grande narrador, mesmo que atualmente a narrativa se desdobre em variados meios e que em cada um deles essa autoria seja de certa forma completada e/ou questionada. Ele é ainda responsável pelos ganchos e pela “dosagem” de curiosidade que o espectador precisa receber e aguardar durante o desenvolvimento da história. A realidade acaba por se imbricar ao ficcional, assim é possível que haja uma falta de harmonia na história, inconclusões e até mesmo falta de aceitação do público. Ainda que todos os recursos colaborem para o desenvolvimento de um “novelão”, toda telenovela é passível de rejeição, que muitas vezes têm ligação com questões identitárias, morais e estéticas.

Umberto Eco (2016) traz para o debate a relação da obra (neste estudo, a telenovela) e sua fruição por parte do público. Ele atenta para existência de uma sensibilidade estética que se aproxima bastante de uma sensibilidade cultural. Para Eco, sempre existe uma intenção em

toda produção, porém a mesma sempre estará sujeita à juízos estéticos. Ao tratar do caráter “aberto” da obra, o autor apresenta um aspecto à noção de “obra de arte” que nesta discussão endossa a necessidade de entender a telenovela em sua totalidade somente a partir de estudos que levam em consideração as questões de recepção desse tipo de arte. Considerando a telenovela como objeto entende-se que:

O objeto, no entanto, é desfrutado por uma pluralidade de fruidores e cada um deles levará ao ato de fruição as próprias características psicológicas e fisiológicas, a própria formatação ambiental e cultural e as especificações da sensibilidade que as contingências imediatas e a situação histórica comportam; portanto, por mais honesto e total que seja o empenho de fidelidade à obra a ser apreciada, cada fruição será inevitavelmente pessoal e restituirá a obra num de seus aspectos possíveis. Em geral, o autor não ignora esta condição da situacionalidade de cada fruição, mas produz a obra como “abertura” para essas possibilidades, uma abertura que, todavia, oriente tais possibilidades no sentido de provocar respostas diferentes, mas consoantes com um estímulo definido em si. Preservar esta dialética de “definição” e “abertura” parece essencial para uma noção de arte como fato comunicativo e diálogo interpessoal. (ECO, 2016, p. 153)

Vale sempre ressaltar que o consumidor (espectador) da telenovela sempre enfrenta a obra. Haverá sempre uma disputa de sentido e/ou poder nessa relação dialógica entre o texto, sua visualidade e as significações provocadas por ele. Com o fortalecimento de um sistema cada vez mais capitalista, questiona-se o quanto a obra é mais ou menos aberta em seu desenvolvimento. Essa é uma questão difícil, que pode ser parcialmente respondida ao compreender que hoje, a “abertura” da telenovela está na capacidade transbordativa de sua trama. Ela pode encontrar-se “fechada” em sistema de capital, mas seus sentidos estão cada vez mais pulverizados e plurais.

A estrutura da telenovela é complexa. O texto, o conteúdo e as tramas são pensados para ornar com os cenários, a escalação de atores e atrizes, a escolha das externas e até mesmo com as músicas que irão compor a trilha sonora. Algumas características parecem tão naturais, mas estão diretamente ligadas à uma macroestrutura que é desenvolvida a partir das marcas de autoria de cada autor e autora. As aparições dos protagonistas, seus traços psicológicos, a identidade de suas ações e marcas de linguagem são previamente desenhadas em um roteiro que é desenvolvido sempre pensando em possíveis reações da audiência. Até mesmo a quantidade de ganchos está inserida em um contexto de autoria, pois cada autor aplica em sua obra a quantidade de tensão que acha necessária para o desenvolvimento da sua telenovela.

A extensão da telenovela (dada em capítulos) precisa de ritmo e andamento. O gênero tem suas dimensões obrigatórias, portanto até mesmo as inovações devem estar inseridas

em uma estrutura clássica. A estrutura dos conflitos deve ser modelada pensando em um diálogo entre personagens, tramas e amplitude daquele conteúdo. Portanto, fica nítido, que sustentar a criatividade e a atenção do público em uma telenovela passa bem longe de ser uma tarefa simplista. É preciso desenhar marcas de empatia no decorrer do roteiro, visto que, o consumo da telenovela é basicamente ligado à capacidade de identificação entre narrativa e público.

Os aspectos de caracterização e personagens revelam a importância da pesquisa histórica para qualquer telenovela, sobretudo para as de “época”. A caracterização de uma novela começa desde a escolha de seu nome até a apresentação física de cada ator e atriz. A interação dos protagonistas traz à tona o papel essencial dos coadjuvantes, que no decorrer da trama complementam o sentido e a razão de ser de cada narrativa. A confusão de ficção e realidade é proposital, a telenovela tem como “missão” se imbricar na vida de cada espectador. Quando a telenovela consegue alçar o voo do “vivido”, a ficção se torna realidade e a vida passa a ser ficcionalizada.

A telenovela produz efeitos tanto de aceitação quanto de rejeição. Pallottini (2012) atenta para esses entraves que podem causar até mesmo situações de hostilidade. Um ator pode ser confundido com seu personagem e ser ovacionado ou punido por isso. Além de também ser “marcado” por certos personagens a ponto de não render se colocado em papéis diferentes. Um dos grandes desafios da telenovela é desdobrar em sua narrativa modos de conduta social, que serão fortemente julgados pela audiência, tanto de forma positiva quanto negativa. Nesse sentido, depara-se com a influência do melodrama nessas narrativas e de como as interações cognitivas entre a telenovela e o público fazem parte de uma evolução antropológica.

No desenvolvimento dos personagens é possível observar mais ainda a influência do melodrama e do romance-folhetim. As histórias românticas, as virtudes dos heróis, a presença do mistério e da vingança são algumas das heranças provenientes desses gêneros. Com o passar do tempo as telenovelas brasileiras foram arriscando na inversão de valores, dando aos personagens de moral “duvidosa” mais credibilidade dentro da narrativa. Tais questões são instigantes para entender como a telenovela funciona como um espelho social que marca épocas e serve de base para o entendimento da própria história de um país. O “mal” passou a não ser sempre castigado e tal ação está longe de ser apenas “coisa de novela”.

A telenovela busca o consenso, mas é no dissenso que consegue questionar condutas historicamente enquadradas e ousar no que diz respeito aos comportamentos historicamente aceitos. A televisão e outros meios de comunicação de massa, ao longo dos anos são

vulneráveis às questões de censura, sejam elas institucionais (como ocorreu na ditadura) ou uma censura em certa medida fruto das relações sociais balizadas por tabus e permissões. A audiência é o termômetro desse consenso que muitas vezes pode protestar uma postura mais tradicional ou esperar que a telenovela explicita rupturas com os padrões previamente instaurados. Sobretudo hoje, as questões morais estão em constante entropia, que muitas vezes são colocadas em “ordem” por meio das telenovelas.

Atualmente não existe uma censura oficial além das recomendações de faixas etárias de exibição, que não chegam a ser uma censura, pelo fato da ausência de punição em caso de não cumprimento. Mais uma vez as marcas de autoria são importantes para problematizar, a partir do gosto e da ideologia de cada autor, que o que determina a conduta de seus personagens são aspectos baseados em traços de ação do que é “vivido” na realidade. Observar e analisar a recepção torna-se cada vez mais imprescindível, visto que, atualmente a estrutura da telenovela é muito mais baseada em aspectos morais e conteúdos, do que propriamente em uma morfologia de montagem dessa narrativa.

A telenovela é uma ficção pensada para fazer sentido para multidões. Porém, cada indivíduo tem a capacidade de reinventá-la a partir do seu lugar de fala nessa narrativa. Como alerta Pallottini (2012), o capital altera alguns pontos da telenovela, que passa a ficar mais sujeita à moral do “patrocinador”, que está vinculado diretamente às questões de mercado. O próprio *merchandising* social fica mais exposto a uma aprovação moral do capital vigente, que é tanto econômico quanto cultural. Ainda pensando em termos estruturais, atenta-se para a necessidade de uma existência dramática de cada personagem presente na trama. Nada pode ser apenas um enfeite. Ainda que secundário, todo personagem deve ser em algum momento unificado à trama central. A telenovela é um programa vivo, pois desenvolve-se na vulnerabilidade e historicidade do curso da vida.

Considerando a sua elaboração, “a telenovela tem tido, no Brasil, uma espécie de coautoria: a da realidade e da sociedade” (PALLOTTINI, 2012, p.66). Assim fica ainda mais nítida a necessidade de entender a engenharia social que é a telenovela, a partir dos estudos de recepção. O público não só assiste, mas também escreve a novela junto com seus autores e autoras. O *feedback* tem ido cada vez mais além, visto que o testemunho e a vivência dessas narrativas ficcionais são essenciais para o sucesso (ou insucesso) das telenovelas.

Os avanços visualizados nas telenovelas só são possíveis pela existência e desenvolvimento de uma linguagem. Ela nem sempre é verbal, mas pode ser entendida a partir do uso e das articulações de linguagens como o cinema, a performance, os rituais e a música que estão todas coexistindo dentro de uma telenovela. O mundo material e o mundo

simbólico são os grandes expoentes da narrativa ficcional televisiva. É a partir deles que são construídas as significações resultantes das interações sociais que também são históricas. Ambientes verbais e não-verbais são criados e mantidos para que a telenovela fale constantemente com seu público ainda que permaneça em “silêncio”. O cenário, a película de cores, os jogos de câmera e até mesmo o figurino dos personagens produzem discurso a fim de roteirizar questões de vida.

2.2 ESTUDOS CULTURAIS E A COMUNICAÇÃO

Ainda que este trabalho tenha como foco os Estudos Culturais em um panorama Latino-Americano, é necessário refletir sobre os caminhos teóricos que baseiam essa escola, suas tendências e conceitos. Quando falamos em América Latina e sua relação com a Comunicação temos uma dinâmica complexa de significações. Por isso, um breve histórico dos Estudos Culturais será apresentado, até chegar-se no panorama que contempla este objeto e suas relações - a Telenovela e as Redes Sociais Digitais. Certo de que esse resgate histórico não se esgota, levanta-se as principais variáveis históricas e autores que, de certa forma, nos sustentam e desdobram essa discussão.

O primeiro ponto a ser destacado é o entendimento dos Estudos Culturais como uma perspectiva teórico-metodológica, que busca a compreensão das conexões entre *mass media* e cultura popular. Como aponta Escosteguy (2007) essa relação extrapola a Comunicação, pois tratam-se de relações de poder e diferenças sociais. O Estudos Culturais, em resumo, buscam entender a relação entre a cultura contemporânea e a sociedade. Vale ressaltar que os caminhos teóricos e metodológicos em voga atualmente são fruto de articulações entre variados autores. Aqui, destaca-se três deles: Thompson (1963), Williams (1958) e Hoggart (1957). Thompson traz para discussão a importância de relatar e analisar a cultura do “baixo”, que até então era desprezada ou apenas vista como um mero folclore. O autor segue uma tradição marxista, porém questiona o determinismo econômico que a teoria sustenta. Williams colabora com o conceito de cultura, entendendo-a a partir de uma análise literária dos textos produzidos pela época. O teórico busca entender o impacto cultural dos meios massivos na sociedade, porém olha isso com certo pessimismo, pois não vê grandes frutos na relação entre cultura popular e meios de comunicação. Hoggart tensiona o âmbito do popular evidenciando que não existe apenas submissão, mas também há resistência. Portanto, ao falar de Comunicação de Massa, é necessário ter em mente o seu alcance, mas não ver tal “massa” no sentido de amorfismo.

Outra contribuição de Williams (1958) e Thompson (1963) é a consideração da ideia de uma sociedade em rede. Rede no sentido de que ela (a sociedade) é vivida a partir das práticas e das relações. Assim, ainda que a coletividade seja uma variável a ser considerada, o papel do indivíduo está em primeiro plano. A partir de tal premissa tem-se o desenvolvimento de um pensamento comunicacional que volta-se para a recepção e suas produções de sentido. Diante da análise literária proposta por Williams (1958), identifica-se que os textos são reflexos da engenharia social e das pressões sociais vigentes nas épocas. Os Estudos Culturais são reflexos de um momento histórico de transformação e hibridismo, onde busca-se superar uma visão funcionalista e determinista da Comunicação.

Colocados em evidência, os autores acima citados são aglutinados por um outro teórico culturalista - Stuart Hall (1996). O autor jamaicano também dedica-se a análise dos meios massivos e das práticas de resistência a partir dos estudos desenvolvidos por Williams, Hoggart e Thompson. Os Estudos Culturais possuem uma vertente teórica e política, pois se propõe a praticar a resistência que é explicitada em suas análises. Hall (1996) traça uma importante relação entre História, Cultura e Sociedade. Sobretudo por considerar a “memória” como uma vertente protagonista para o entendimento da História. Apesar de uma certa dispersão de pensamentos, há um fio que une os teóricos pioneiros dos Estudos Culturais. Storey (1997) aponta que a “harmonização” das teses está em considerar uma análise cultural a partir de formas textuais e documentais e na possibilidade de reconstituir comportamentos por meio de ideias compartilhadas por grupos que consomem tais textos e práticas culturais. Toda atividade humana é produtora de cultura, pois nenhum consumo é passivo. Por isso, entende-se essa perspectiva como uma forma interessante para compreensão da telenovela (comunicação de massa) e suas relações com as práticas culturais digitais de significação (redes sociais digitais).

Segundo Escosteguy (2007), os Estudos Culturais nos trazem uma concepção particular de cultura, que é o hibridismo. Compreende-se agora de uma cultura que é polifônica e fruto de intervenções ativas. Apesar do entendimento de memória como “transmissão de sabedoria”, os conteúdos recebidos não são uma experiência passiva. Portanto, a transmissão do passado é o que atualiza a História, pois essas relações são balizadas pela ação ativa dos atores sociais. Nesse recorte, se propõe um diálogo com o pensamento de Bakhtin (2003), no que diz respeito à importância do discurso para o entendimento das representações. Entender que a percepção “de nós” passa pelo outro é tomar o dialógico como forma de apreensão do mundo - o que a síntese do pensamento bakhtiniano.

Os Estudos Culturais também inauguram um novo entendimento da relação entre produção, distribuição e recepção. A partir dessas variáveis entende-se as práticas culturais como formas materiais, mas também simbólicas. Diante disso, tem-se a ideia de criação cultural, que é desenhada por Williams (1958). A “ideia” é fruto de um espaço social e econômico, mas não pode ser explicada em sua totalidade só por relações econômicas. Apesar de considerar o Marxismo, os Estudos Culturais criticam o reducionismo e economicismo presente nessa perspectiva. De certo modo, os Estudos propõe uma contestação ao modelo base-superestrutura. Em coerência com seu cunho político, a perspectiva teórico-metodológica tenta olhar além das disputas de classes, entendendo os espaços de intersecção de variadas condições econômicas.

Escosteguy (2007) indica que a cultura tem uma autonomia relativa. Dessa forma, não é dependente das relações econômicas e nem é um mero reflexo dessas estruturas. A cultura porém tem influência e sofre as consequências das dinâmicas políticas e também econômicas. Diante disso, observa-se a sociedade como fruto das forças econômicas, políticas e sociais. A partir dos Estudos Culturais o conceito de cultura passa a incluir os rituais da vida cotidiana, as práticas vividas e as implicações que se desenharam a partir delas. A cultura então supera a visão restritiva dos artefatos e incorpora os estudos acerca do popular. Em sequência, “a cultura popular alcança legitimidade, transformando-se num lugar de atividade crítica e de intervenção” (ESCOSTEGUY, 2007, p. 157), acompanhada pelo questionamento das hierarquias baseadas em binaridades como “cultura do baixo X cultura do alto”.

Ativando esse novo olhar para a cultura, os Estudos Culturais provam que as análises culturais (e de comunicação) não podem ser realizadas a partir de uma única disciplina. A autonomia e a complexidade das formas simbólicas requerem um olhar plural e baseado na transdisciplinaridade. Apesar de tal aporte teórico-metodológico acabar gerando análises baseadas nas diferenças, há uma unidade no caminho desenvolvido. O que é crucial é o entendimento da cultura a partir de onde ela se manifesta, portanto é necessário identificar o seu contexto intelectual, político, social e histórico específico. A ideia dos Estudos Culturais se resume no entendimento de dois vieses: o político e o teórico. Como descreve Escosteguy (2007) o político advém de uma correção política que ocorre por meio dos movimentos sociais e o teórico parte da insatisfação com os limites disciplinares das áreas de conhecimento em vigência.

Os Estudos Culturais então, podem ser vistos como uma área de conhecimento onde várias ciências (inter) atuam. A partir de seus teóricos pioneiros, algumas áreas ficaram fixadas como importantes âmbitos de análise, como por exemplo: a literatura, a sociologia e a

história. No que diz respeito à literatura, tem-se o entendimento do texto e suas textualidades, aliado à compreensão da linguagem. Na sociologia, coloca-se em foco as questões de estrutura e consumo. Na história, tem-se o desenvolvimento da ideia e entendimento da “cultura do baixo”. Tomando como base esse viés teórico e metodológico, entende-se este objeto – “a telenovela”, a partir dessas relações. Busca-se compreender como o texto da telenovela, liga-se a uma estrutura social e econômica a partir do consumo, aliada a uma história oral (modos de se contar histórias) que acompanha uma memória popular. Ressalta-se que, ainda que os estudos mais recorrentes na História analisem as memórias em uma perspectiva “traumática”, tal variável cultural não é necessariamente um fruto dos traumas, mas também pode ser resultado do consumo de entretenimentos.

O entendimento da cultura popular parte das indagações acerca da constituição de uma identidade coletiva que passa pela memória, onde articula-se o tempo todo com resistência e subordinação. Nesse sentido, os textos publicizados por meio da comunicação de massa não possuem uma hegemônica e única significação, pois entram em contato com uma recepção que ao mesmo tempo que é plural, é individualizada. A partir daí, as temáticas de recepção consideram o receptor como o foco de pesquisa para o entendimento do que se passa na tela.

Os consumos midiáticos se tornam mais densos e por isso a relação texto/audiência supera a ideia de alienação. Na tensão entre demandas teóricas e políticas, temos os Estudos Culturais como um novo embasamento para temáticas até então entendidas como marginais. Os meios de comunicação de massa, a cultura popular, as identidades de classe, sexo, etnia e geracional começam a reconstruir uma narrativa histórica até então tida como hegemônica e “verdadeira”. Essas resistências à estrutura dominante passam sobretudo pelos meios de comunicação de massa, que além do entretenimento oferecido e do seu uso como aparelho ideológico, é palco de práticas sociais vividas pela sociedade. Nesse sentido, Hall (2006) aponta para o que ele categoriza como “redescoberta da ideologia”, que sai do econômico e torna-se muito mais identitário. Portanto, a análise textual das mensagens e a capacidade gerativa do texto encontram-se como variáveis “descortinadoras” no entendimento da mensagem a partir da recepção.

Muito influenciado pelo seu contexto de trabalho e familiar, Stuart Hall (2006) vê no feminismo, enquanto movimento social, uma ruptura teórica e uma reorganização de agenda cultural. A partir disso, o entendimento das questões de gênero e sexualidade são colocadas como os centros de compreensão das relações de poder. Um poder que vai além da esfera pública e que agora baseia-se em estudos acerca do subjetivo. Diante dessa dinâmica, cria-se um cenário fronteiro entre a teoria social e teoria do inconsciente que vem da psicanálise. O

gênero então, é visto como algo que estrutura e é estruturado. Portanto, a sociedade passa a ser entendida na complexidade das articulações de sexo e gênero e antagonismo de classe. Os processos identitários então, não ocorrem só por meio da cultura, da classe e das gerações, mas também por razões de sexo e gênero. Nesse sentido, Hall (2006) foca na relação entre a mulher e os meios massivos e a temática do trabalho doméstico como exemplificação.

Em um cenário de certa “coesão” de identidades, surge uma nova variável de desestabilização de identidades sociais - que é a globalização. As solidariedades tradicionais - família, escola, religião, trabalho - ficam a cada dia mais debilitadas a partir desse fenômeno global. Tal dinâmica, leva a uma crescente atenção nos anos de 1980 para relação entre meios de comunicação e recepção, como ressalta Mattelart e Neveu (1997). O foco agora são os modelos de codificação e decodificação, sobretudo ligados à mídia televisiva. Mais uma vez destaca-se o texto como portador de significados, que ao mesmo tempo que engendram os textos, também estão presentes nas pessoas que os consomem. Os processos de consumo são multifacetados, pois as codificações só podem ser realmente compreendidas se buscadas na audiência. Aliando “análise do texto” + “pesquisa de audiência” pode-se chegar à compreensão de recepção proposta pelos Estudos Culturais, que ocorre a partir dos meios massivos, mas que entende que, de alguma forma, os sujeitos sempre estão engajados na produção de sentidos. Há uma negociação ativa entre audiência, textos midiáticos e tecnologias da vida cotidiana. Portanto, torna-se possível entender, por exemplo, a literatura popular, as séries televisivas e os filmes de grande bilheteria para além de uma ótica comercial e determinista.

Esse cenário cultural é articulado em quatro escalas: global, nacional, local, individual. Neste trabalho, entende-se o global como a rede, o nacional como a TV, o local como a narrativa (articulações de sentido e modos de contar) e o individual como o sujeito e seus desdobramentos de sentido, que neste trabalho serão analisados em suas postagens a partir da rede social digital “Twitter”. Diante da articulação dessas escalas, pode-se compreender a capacidade de ação e a captura de experiências permeadas pelos meios de comunicação de massa. Nos anos de 1990, novas interações midiáticas surgem a partir do cenário das novas tecnologias. Agora TV, vídeo e *Internet* passam a integrar o mesmo espaço de sentido, o que ocasionou reconhecimento e avanço nas pesquisas que utilizam a observação participante e a etnografia como método. Com a aceleração da *Internet* e seus usos, a etnografia passa a ter um caráter também “netnográfico”, pois é possível encontrar aspectos de vitalidade e relações sociais também nas redes sociais digitais. Ficam portanto expostos, o papel dos meios de comunicação de massa na constituição de identidade e memória social e na descentração

geográfica (globalização) como terreno fértil para multiplicidades teóricas. Nessa perspectiva, desdobra-se os Estudos Culturais a partir de uma gênese britânica (exposta na escolha dos autores), que será base para a concepção latino-americana desses estudos. Contudo, fica explícito aqui, o estilhaçamento dos sujeitos e a inquieta busca pelo o que é capaz de reuni-los novamente. Até aqui, a memória e as narrativas disparam como palpite.

2.3 O PANORAMA LATINO-AMERICANO

Os Estudos Culturais Latino-Americanos, assim como os britânicos, também nascem de uma perspectiva de demandas políticas e sociais. No entanto, há uma complexidade ainda maior na América Latina no que cerne a cultura do silêncio e da submissão. Porém, como na perspectiva britânica, busca-se o entendimento das resistências e das lutas. Na América Latina, historicamente nota-se uma dicotomia em relação à Comunicação e a Extensão. Ainda que as universidades, em sua maioria, entendam a extensão como prática de ensino, ainda convive-se com a precarização desse “ pilar ” estudantil e teórico. Ao falar da gênese dos Estudos Culturais entende-se o “ popular ” como centro das discussões. Em um panorama latino, tem-se uma forte complexificação dessa variável, sobretudo na identificação dos meios. A televisão entendida como a “ grande mídia ”, motiva tanto pesquisas comunicacionais, quanto demográficas e sociais dos Estudos Culturais Latino-Americanos. Voltando-se para um cenário político, observa-se como a temática da democratização dos meios de comunicação é latente, visto que, a realidade social é em demasia desigual, tanto na forma econômica, quanto intelectual. Tais panoramas levam também à considerações a respeito do Marxismo, que também baliza as reflexões latino-americanas.

Nos anos de 1960 e 1970, tem-se o advento de uma visão autônoma da comunicação latino-americana. Como identifica Hobsbawn (1995), a sociedade é testemunha de uma virada da história para “ esquerda ”, que leva a revisar o que é cultura, educação e vida política. Nesse cenário, os meios de comunicação de massa, sobretudo a televisão, é vista como uma aspecto modernizador da sociedade. É sabido que a produção social de significação ocorre por meio da cultura. Berger (2007) aponta tal premissa como aspecto de superação do instrumental e de uma “ evolução ” das Teorias de Classes Sociais para de fato uma Teoria da Comunicação. As questões de comunicação na América Latina são em potencial políticas e dialéticas, no sentido de múltiplas antíteses, o que torna o cenário comunicacional particular e complexo.

A psicanálise, o Marxismo e a linguística seguem estruturando as discussões, assim como no contexto britânico. No entanto, caminha-se para uma ampliação devido a consideração das relações dialógicas. Os modos de produção tomam certo protagonismo, sobretudo no que se diz respeito à não existência de um viés único para entender o que é Indústria Cultural. Berger (2007) expõe três (3) perspectivas no entendimento da cultura: 1. sua produção industrial, 2. a sua transformação em ideologia, 3. seu caráter mercantil. Os Estudos Culturais Latino-Americanos priorizam o estudo das formações discursivas e mensagens da cultura de massa e suas relações de significação, que não partem só da submissão. O desenvolvimento cultural tem relação com o capitalismo, sobretudo no modo como se analisa meios como a TV. Estudar televisão buscando verdade e totalidade é considerá-la como parte de uma realidade social e não uma mídia isolada. As relações culturais presentes no capitalismo precisam ser decifradas pela interdisciplinaridade e não submetidas ao determinismo de uma só leitura.

Com o contexto favorável à crítica e com a pressa com que estes contextos pedem respostas, os estudiosos tomaram a comunicação como fenômeno evidente para demonstrar suas hipóteses teóricas e provar seu ponto de vista político. Mas, esta posição, pela repetição, pela simplificação e pelo mecanismo de abordagem, esgotou-se: foi quando denunciar já não bastava - nem na política, nem na teoria. Foi quando, também, se confundiu a teoria crítica da Escola de Frankfurt com as apropriações ligeiras e se passou a criticar indistintamente umas e outras. Entre as inúmeras apreciações e balanços da época, destaca-se a revisão sistemática realizada por Jesus Martin Barbero, primeiramente, apontando as dificuldades do pensamento crítico em romper com o funcionalismo. (BERGER, 2007, p. 261)

Encontra-se nos Estudos Culturais Latino-Americanos um esforço para retirar o entretenimento da categoria de alienação. Luta-se também, para entendimento de que as possibilidades de resistência podem acontecer paralelas à colonização. Assim como a “ideologia” é redescoberta pelos britânicos, o “popular” é revisitado pelos latinos. Agora parte-se para contemplar o que sempre existiu, mas vinha sendo sistematicamente ignorado. Foca-se então, na compreensão das práticas comunicacionais que advém do popular. Nesse sentido, a comunicação passa a ser protagonizada pelo subalterno, algo como a ideia de intelectual orgânico proposta por Gramsci (2001). Os meios são em certo modo “largados” e desloca-se para análise das culturas de fato. A TV passa a ser “vista” a partir da significação de quem assiste, visto que, a comunicação de massa está nas suas relações e na incorporação do popular como categoria de resistência. Resistência essa, que sempre existiu.

Formas populares de expressão, de resistência e de contestação existiram desde sempre, assim como alternativas à cultura dominante. Mas é ao final dos anos 70,

início dos 80, que estas formas são transformadas em objeto de estudo. Todavia, isso não aconteceu gratuitamente nem como mero fenômeno de moda, mas como resultado do contexto social. As lutas populares estavam sendo redimensionadas pelos grupos políticos e a atividade do receptor revista pelos estudiosos da comunicação. O receptor deixa de ser identificado com a massa amorfa e uniforme, passiva e manipulável, passando a ocupar o lugar do dominado - o trabalhador organizado, a feminista, o militante - cujas apropriações expressam um receptor crítico. (BERGER, 2007, p. 264)

Diante disso, pode-se identificar o popular e o alternativo como características, em certa medida, próprias dos Estudos Culturais Latino-Americanos. No entendimento dessa perspectiva teórico-metodológica, identifica-se um método que aproxima-se bastante de um “ponto de vista”. Jesus Martín-Barbero (2015) expõe como as pressões do social são capazes de causar alterações teóricas nas ciências e a partir disso emergem novos panoramas de articulações e mediações. É necessário reconhecer experiências coletivas para além do “êxtase” desses momentos. Diante disso, Barbero desenha sua importante contribuição para a compreensão no que diz respeito a problematização da cultura e da recepção - que é a noção de mediação.

Desta convergência de preocupações, conforme Barbero, a pesquisa em comunicação na América Latina receberia seu “tônus” caracterizador. Ele sugeria que se começasse a estudar: 1. o ambíguo processo de gestação do massivo a partir do popular; 2. os modos de presença/ausência, de afirmação/negação, de confisco e de de-formação da memória popular nos atuais processos de “massmediación”; 3. os usos populares do massivo, tanto da assimilação quanto da ressemantização. (BERGER, 2007, p. 267)

Compreende-se então que a visão dos Estudos Culturais Latino-Americanos é a de compreensão da vida cotidiana a partir da Comunicação e do popular. Jesus Martín-Barbero expressa em seus estudos a sua influência britânica, sobretudo nas articulações que propõe a partir dos objetos “populares” de estudo. Entende-se então, que a disputa de classes não resolve tudo, pois existem possibilidades de apropriação e liberdade de leituras. Quando propõe-se um estudo a partir da recepção, o “abraço” é dado para abarcar todo o processo de significações. Ainda que haja uma atenção para que não se caia na “armadilha” de encontrar resistências onde elas não existem. Nota-se então, um cenário de hibridização e mediação, que constantemente está repensando o popular. A globalização também aparece nessa estrutura, pois traz revoluções tanto econômicas quanto tecnológicas. Jesus Martín-Barbero (1997) alerta para as novas formas de sensibilidade ligadas ao processo de produção e circulação de cultura em um estrutura globalizada e em rede. Vivencia-se novas formas de inclusão e exclusão e tem-se mais uma vez a cultura sendo reinventada por novas tecnologias de práticas

de consumo. Dessa forma, a função social da pesquisa empírica contemporânea está na sua capacidade de produzir sentido em uma sociedade com sérias instabilidades sensoriais e políticas.

Caminhando ainda mais perto de Jesus Martín-Barbero (2015) entende-se o que é mais complexo e lúcido em sua obra: a relação entre Comunicação e Cultura na América Latina. O resgate histórico proposto por ele, as matrizes culturais expostas e a inserção da tecnologia nesse debate, é o que aproxima suas teorias como método compreensivo das teias de memória existentes entre a telenovela e suas significações dispostas nas redes sociais digitais. Para tal análise, propõe-se um apanhado conceitual e descritivo da proposta de Jesus Martín-Barbero, sobretudo em sua obra “Dos Meios às Mediações”. O primeiro ponto a ser levantado é o esforço teórico em identificar quais as mediações históricas existem nos processos comunicacionais. Em uma realidade de tecnologias audiovisuais e aprimoramento constante da informática, tem-se um trânsito entre as relações econômicas e culturais. Os processos sociais são acelerados pela globalização e como pontua Canclini (1998) há um despertar para um otimismo tecnológico e um endossamento do pessimismo político. Em termos econômicos, os meios de comunicação passam a representar a onipresença do mercado na vida social, mediando em certa medida, todas as relações. A complexidade social que sempre existiu, agora é potencializada pelo advento das tecnologias de informação, que acabam por modificar as relações comunicacionais.

Em tempos inebriantes de *Internet* e redes sociais digitais, Jesus Martín-Barbero (2015) propõe discussões que vão além da fascinação tecnológica e do determinismo causado pela modernização neoliberal. A ideia é pensar a comunicação e a informação em um sentido que supera as lutas de classe e que coloca a centralidade da discussão nos meios de comunicação. Diante disso, é necessário entender que a trama das mediações é composta pela relação entre comunicação, cultura e política, e que trabalhando a partir da concepção de “trama”, chega-se a compreensão da existência de uma razão comunicacional que desmaterializa e ao mesmo tempo hibridiza. Portanto, não existem “grandes criações”, mas sim novos arranjos engendrados a partir de matrizes culturais históricas. A comunicação passa a ter então um lugar estratégico, que acopla tanto uma inserção cultural e étnica como questões que dizem respeito ao nacional e ao local. A cultura então é vista na modernidade como uma questão de consumo, e por isso infiltra-se em todas as atividades humanas. Esse entendimento conceitual é resultado tanto de um exercício antropológico quanto sociológico:

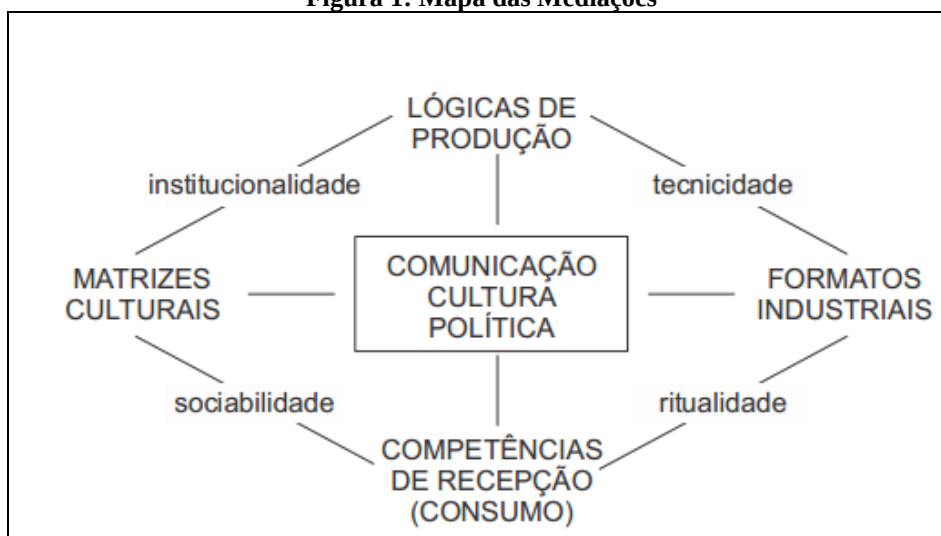
Do lado da cultura, até há relativamente poucos anos, o mapa parecia claro e sem rugas: a antropologia tinha a seu cargo as culturas *primitivas* e a sociologia se encarrega das *modernas*. O que implicava duas ideias opostas de cultura: para antropólogos, a cultura é *tudo*, pois, no magma primordial em que habitam os primitivos, a cultura é tanto o machado quanto o mito, a oca e as relações de parentesco, o repertório das plantas medicinais ou das danças rituais; para os sociólogos, cultura é *somente* um tipo especializado de atividades e de objetos, de práticas e produtos pertencentes ao cânone das artes e das letras. Na tardomodernidade em que hoje vivemos, a separação que instaurava aquela dupla ideia de cultura é, de um lado, obscurecida pelo movimento crescente de especialização comunicativa do cultural, agora organizado em um sistema de máquinas produtoras de bens simbólicos ajustados a seus “públicos consumidores”. (CANCLINI, 2015, p. 13. Grifos do Autor)

Ao falar em comunicação de massa busca-se referenciar principalmente às mediações de sensibilidade. Identifica-se isso, ao falar, por exemplo, da mediação televisiva, que faz parte de todas as tramas políticas e dos discursos produzidos por elas. São os ingredientes simbólicos e imaginários que estruturam as relações de poder. Portanto, o mercado não é capaz de recuperar os vínculos, por mais que seu simulacro seja competente. Ele não é capaz de sedimentar tradições e em decorrência disso, não constrói sentido. Nem os meios e nem os mercados, sozinhos, são capazes de engendrar tamanha complexidade.

O mercado não pode criar *vínculos societários*, isto é, *entre os sujeitos*, pois estes se constituem nos processos de comunicação de sentido, e o mercado opera anonimamente mediante lógicas de valor que implicam trocas puramente formais, associações e promessas evanescentes que somente engendram satisfações ou frustrações, nunca, porém, sentido. O mercado não pode engendrar *inovação social*, pois esta pressupõe diferenças e solidariedades não funcionais, resistências e dissidências, quando aquele trabalha unicamente com rentabilidade. (CANCLINI, 2015, p. 15)

Canclini (2015) trabalha as mediações por meio de um mapa que desdobra justamente a relação entre comunicação, cultura e política. Neste trabalho, não propõe-se uma explicação do mesmo, mas sim sua ilustração, para que a partir dele, algumas variáveis sejam destacadas no sentido de problematizar o que é essencial para entendimento do objeto desta pesquisa: a telenovela.

Figura 1: Mapa das Mediações



Fonte: Barbero (2015, p. 16)

O primeiro ponto trata-se das Matrizes Culturais, onde identifica-se o melodrama como uma dessas matrizes que ultrapassa a categoria de gênero e passa a figurar como um modo de pensar popularizado no Ocidente. O melodrama apresenta o que melhor traduz a ideia de “resíduo” disposta por Williams (1958), onde velhas competências são transformadas em certa medida, mas que continuam a carregar o mesmo sentido imaginário da sua concepção. O processo histórico do melodrama, indica como esse gênero conversa tanto com a hegemonia quanto com subalternidade tecendo tramas de expressão.

o gênero melodrama será primeiro teatro e tomará depois o formato de folhetim ou novela em capítulos - na qual a memória popular (as relações de parentesco como eixo da trama) irá se entrecruzar, hibridizar, com o imaginário burguês (das relações sentimentais do casal) -, e daí passará ao cinema, especialmente norte-americano, e na América Latina ao radioteatro e à telenovela. Essa história nos permite deslocar o maniqueísmo estrutural que nos incapacitou durante muito tempo para pensar a trama das cumplicidades entre discursos hegemônicos e subalternos, assim como a constituição - ao longo dos processos históricos - de gramáticas discursivas originadas de formatos de sedimentação de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas. (CANCLINI, 2015, p. 17)

A partir do Mapa das Mediações entende-se como a Comunicação se converte na questão relacional dos meios. A socialidade transforma-se em consumo e assim as narrativas voltam ao seu caráter primeiro (histórico): a coletividade. Chega-se então a compreensão de que esse engendramento entre variáveis culturais na modernidade acaba por provocar mudanças de sensibilidade e subjetividade do receptor frente às narrativas. Novas institucionalidades, que superam o Estado em termos de engajamento, passam a integrar a

sociedade. Os “fãs”, por exemplo, são um reflexo dessas novas institucionalidades, que continuam baseadas na representação e no reconhecimento, mas que abandonam um pouco o cunho político-partidário. Jesus Martín-Barbero (2015) alerta então para a importância de não confundir a Comunicação com a técnica e com os meios. A tecnicidade inaugura novas formas de cultura e novos desdobramentos estéticos que têm os seus discursos acelerados devido a dinâmica da globalização.

É o simbólico que sustenta toda a comunicação, enquanto área de conhecimento científico e também como a dinâmica que fato difere os seres humanos dos demais animais. O simbólico, por sua vez, é sustentado pela memória, pela interação e pelas estratégias de repetição. Novas maneiras de estar juntos são inauguradas, mesmo que atualmente não se esteja de todo separado, mas passa-se a recuperar memórias e laços de território por meio de novas interações mesmo não ocupando o mesmo espaço físico. Pode-se entender a figura do “simbólico”, por exemplo, nos formatos industriais de Comunicação. O melodrama é uma expressão da articulação entre o histórico e o moderno, sendo atualmente muito mais que um gênero e passando a ser uma “gramática de ação”. A partir desse gênero tão popularizado na América Latina, como indica Jesus Martín-Barbero (2015), atividades como “olhar”, “ver” e “escutar” são balizadas pelas propostas de sentido que estão no melodrama. Porém, o sentido final, que dará base para a significação, está sempre no receptor.

Diante de um novo uso dos meios, tem-se novas competências de recepção (consumo). Novos meios são integrados e a partir disso uma variedade de novas ritualidades estão dispostas na dinâmica social. Vivencia-se, por exemplo, o uso articulado da TV e das novas mídias digitais como o *Twitter*. É claro que esse uso desdobra-se em sentidos educacionais, geracionais, geográficos e sociais (que existem “pré-*internet*”), mas só a sua existência, em parte alterada, já propõe a análise de novos e híbridos sentidos narrativos. A experiência do “ver” é alargada, mas mantém matrizes como a convivência, a memória étnica, a educação e os saberes adquiridos. Porém, todas essas variáveis passam a estar dispostas não só em uma relação “face a face”, mas também em novas formas de tribalização¹⁸ mediadas por computadores e algoritmos. Tais articulações permitem identificar novos modos de existir do simbólico, que agora está muito mais presente nas relações com os meios.

Jesus Martín-Barbero (2015) alerta para importância de ponderar a tecnologia como o “grande mediador”. De fato ela medeia, mas essa mediação está muito mais ligada à

¹⁸ Um dos mais expoentes estudos acerca da tribalização é o desenvolvido pelo francês Michel Maffesoli. O autor agrega imaginário, subjetividade e novas configurações sociais para construir sua reflexão sobre as “tribos” modernas.

transformação da sociedade em mercado de forma acelerada, do que uma mediação de sentido comunicacional. As mediações históricas continuam vigentes. A escola, a família e a igreja passam a ter seus discursos integrados a um cenário de convergência midiática. No entanto, esses novos sentidos e usos buscam ir além do instrumental para chegar de fato em uma materialização de expressão. Novas formas de imaginação e criatividade social estão dispostas na sociedade, porém não podemos tomar toda mudança societária a partir de um determinismo tecnológico. Uma espécie de “nova cultura” torna-se possível a partir dos meios massivos. Afastando-se da ideia de massivo como amorfismo, indica-se o pensamento no sentido de alcance. Dessa forma, a ideia de massa quebra e supera o paradigma das classes sociais, onde o econômico está no sistema, mas não é a variável que determina o sentido. Busca-se então a compreensão da cultura em sua relação com as massas e o popular:

A denominação do *popular* fica assim atribuída à cultura de massa, operando como um dispositivo de mistificação histórica, mas também propondo pela primeira vez a possibilidade de pensar *em positivo* o que se passa culturalmente com as massas. E isto constitui um desafio lançado aos “críticos” em duas direções: a necessidade de incluir no estudo do popular não só aquilo que culturalmente produzem as massas, mas também o que consomem, aquilo de que se alimentam; e a de pensar o popular na cultura não como algo limitado ao que se relaciona com seu passado - e um passado rural -, mas também e principalmente como algo ligado à modernidade, à mestiçagem e à complexidade do urbano. (BARBERO, 2015, p. 70. Grifos do Autor)

A partir disso, entende-se que o capitalismo não é só econômico, ele é também cultural e político. O cotidiano é alterado para além das instituições tradicionais. Essa discussão política, apesar das críticas existentes, é enfatizada pela Escola de Frankfurt. No entanto, a realidade social da América Latina não cabe nessa dialética elitista. Porém, dentro da Escola encontramos um pensamento dissonante, que é o de Benjamin (1973). Seu contra pensamento vai no sentido que as diferenças também podem ser produzidas na dinâmica da Indústria Cultural, o que desconstrói a ideia de alienação e recepção homogênea. Ainda que muito progressista, Benjamin não avança na ideia da recepção, pois considera certa atrofia do espectador. Mas, como destaca Jesus Martín-Barbero (2015, p. 72): “Benjamin tinha esboçado algumas chaves para pensar o não pensado: o popular na cultura não como sua negação, mas como experiência e produção”.

O desafio que se encontra posto é o entendimento da arte como bem cultural e não apenas como uma simples mercadoria. Ao analisar as produções da Indústria Cultural, sobretudo em seus expoentes Adorno e Horkheimer, observa-se como há uma profunda frustração e ressentimento às práticas culturais desenvolvidas pelas minorias. A ideia de que

esse tipo de arte seria inferior e de que estas práticas estéticas pluralizadas estariam negando os modos clássicos e tradicionais de fazer arte estão presentes em alguns discursos comunicacionais vigentes até hoje. Entretanto, autores como Benjamin conseguiram despertar para visão de uma não-linearidade da realidade. O que levou o sociólogo alemão a interessar-se por aquilo que estava nas margens. Jesus Martín-Barbero (2015) indica Benjamin como o primeiro expoente teórico a pensar a ideia de mediação.

Os Estudos Culturais Latino-Americanos bebem na fonte de Benjamin sobretudo em suas teses que explicam a transformação dos modos de percepção, a partir do entendimento das experiências. Entender a cultura de massa é pensar nesse sentido, que coloca a recepção no centro das relações. Benjamin (1973) destaca a figura do narrador como um espaço de percepção da modernidade e a importância dos seus registros para a vivência das cidades. A partir dessas análises, pode-se pensar a telenovela nesse sentido experimental. Como uma técnica para a vivência das cidades modernas e como um registro do mundo a partir de uma narrativa folhetinizada. A telenovela alarga a percepção do romance, justamente pela experiência (consumo) coletiva e não-solitária. O romance finda-se em si, mas a telenovela necessita do outro.

O que de fato Benjamin (1973) propõe são teses acerca da História propondo uma história da recepção, o que desloca o entendimento da emissão como “única história possível”. O foco do autor é visualizar as transformações sociais como fruto das mudanças de sensibilidade. A sensibilidade das massas é então, baseada na aproximação. “Manifestar as transformações sociais que acharam expressão nessas mudanças de sensibilidade” (BENJAMIN apud BARBERO, 2015, p. 82) é esse o indicativo de Benjamin para compreender o homem de massa em suas novas posições de uso. Ainda no século XX, Benjamin já preconiza uma proximidade que existe pela técnica e compreende isso nas modificações de alcance pelas quais o audiovisual passa ao longo da sua existência. Trazendo tais discussões para a contemporaneidade, vê-se o quanto temos novas expressões materiais de percepção a partir das redes sociais digitais. A recepção na modernidade ocorre a partir da dispersão e retoma característica coletiva das grandes narrativas: “a nova forma da recepção é pelo contrário *coletiva* e seu sujeito é a massa que submerge em si mesma a obra artística” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 84). Daí entende-se a necessidade de dissolver o etnocentrismo de classe para que de fato seja possível enxergar o modo positivo das percepções a partir das massas.

Parece idealista, mas a força da massa enquanto produtor cultural está na distração. Os meios massivos propiciaram uma emancipação da arte a partir das técnicas e das significações

do massivo (popular). Isso ocorreu não só tecnicamente e nem apenas discursivamente, mas sim de forma híbrida. Nessa ideia de emancipação, considera-se a relação memorial como força motriz, pois o acúmulo narrativo tornou-se uma importante variável dentro da esfera cultural. A massa então, passa a atuar como uma expressão de um modo de sentir. Em que o prazer encontra-se no relacionamento entre multidão e subjetividade. Nesse espaço porém, não há só relações harmônicas, mas existem também resistências: tanto de luta política, como de luta criativa. A sociedade, historicamente de existência contraditória, atenua suas dissonâncias, que passam a ser potencializadas pelos novos meios. O sentido de arte vai além do valor, pois os processos de produção passam a ser complexificados a cada dia, mesmo que a tecnologia os facilite materialmente.

Historicamente, podemos temporalizar o século XVII como o “boom” da produção de cultura destinada às classes populares. Essa indústria voltou-se sobretudo para a produção de narrativas e imagens. Nesse sentido, entender a circulação cultural desse período, baseada na comunicação da memória e das experiências, é compreender como atualmente o popular se presentifica em nossas relações sociais. O papel da linguagem sempre foi protagonista, visto que, temos uma valorização do que mesmo sendo escrito é majoritariamente oral. Esses arranjos de oralidade possuem um destino sociológico que é a coletividade. A literatura não-hegemônica, baseada na oralidade, é um modo de existência cultural do popular. Nesse contexto de linguagem e oralidade, podemos entender o melodrama como figura dessa herança oral:

Desde 1790 vai-se chamar melodrama, especialmente na França e na Inglaterra, um espetáculo popular que é muito menos e muito mais que teatro. Porque o que aí chega e toma a forma-teatro, mais que com uma tradição estritamente teatral, tem a ver com as formas e modos dos espetáculos de feira e com os temas das narrativas que vêm da literatura oral, em especial com os contos de medo e de mistério, com os relatos de terror. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 163)

O melodrama então, pode ser entendido como a entrada do povo em cena, a partir das encenações que tinham como destino às massas. Dessa forma, pode-se enxergar o “melodrama como um espelho de uma consciência coletiva” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 164), que se apresenta em dois sentidos: 1. na cumplicidade com o público; 2. no processo de trânsito entre popular e massivo. O melodrama tem valor emocional, pois é com base nos sentimentos básicos que ele se estrutura: medo, entusiasmo, dor e riso. Sua articulação entre popular e massivo desemboca diretamente na produção e/ou publicização de uma memória narrativa. A própria estrutura do melodrama explica a sua operação simbólica:

Tendo como eixo central quatro sentimentos básicos - medo, entusiasmo, dor e riso, - a eles correspondem quatro tipos de situações que são ao mesmo tempo sensações - terríveis, excitantes, ternas e burlescas - personificadas ou “vivas” por quatro personagens - o Traidor, o Justiceiro, a Vítima e o Bobo - que, ao juntarem-se realizam a mistura de quatro gêneros: romance de ação, epopeia, tragédia e comédia. Essa estrutura nos revela no melodrama uma tal pretensão de *intensidade* que só se pode alcançar à custa da *complexidade*. (BARBERO, 2015, p. 168. Grifos do autor)

Toma-se então as narrativas como marco da decolagem da produção massiva. Dessa forma, passou a ficar explícita a heterogeneidade da literatura. Que passa de solitária à coletiva, de inteira para fragmentada e que se propõe a representar figuras possíveis da massa. A partir disso, tem-se o folhetim como um caminho comercial para a exposição do melodrama, que traz à literatura uma perspectiva muito mais cultural do que morfológica. Em seu nascimento entendemos a sua essência:

Nasce então o folhetim, primeiro tipo de texto escrito no formato popular de massa. Fenômeno cultural muito mais que literário, o folhetim conforma um espaço privilegiado para estudar a emergência não só de um meio de comunicação dirigido às massas, mas também de um novo modo de comunicação entre as classes. (BARBERO, 2015, p. 176)

Jesus Martín-Barbero (2015) resgata Gramsci para compor a sua perspectiva do que vem a ser a cultura. A História da Cultura então, seria a história dos conflitos, que existem tanto na produção quanto no consumo, pois nenhuma dessas esferas culturais é homogênea. As classes populares alcançam a literatura a partir de uma operação comercial, que engloba os programas de TV, as telenovelas e os filmes populares. O romance popular, que é publicado em episódios - o folhetim, é o que dá origem a narrativa seriada ficcional que conhecemos e consumimos na contemporaneidade. Essas estruturas narrativas buscam articular “ação + romance + sociedade” para a discussão moral das questões sociais. Nesse sentido, vemos como o folhetim e a sua herdeira - a telenovela, acompanham as mudanças sociais da sociedade:

O folhetim acompanhou assim em suas evoluções o movimento da sociedade: da apresentação de um quadro geral que mina a confiança do povo na sociedade burguesa até a proclamação de uma integração que traduz o pânico dessa sociedade diante dos acontecimentos da Comuna. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 179)

O folhetim rompe com o isolamento da leitura e traz um novo entendimento de linguagem a partir de uma obra aberta. A presença de informação e ficção em um mesmo

texto, é também inovador. Ficção que aciona os sentidos de realidade e permite as indagações morais a partir das narrativas e dos arquétipos presentes no melodrama. Apesar de escrito, a linguagem do folhetim baseia-se na oralidade, pois as significações que o compõe são coletivas. Dentro do folhetim pode-se destacar várias mediações, uma delas é a mediação institucional que passa pelo próprio autor e suas marcas de autoria. Outra questão histórica é como o folhetim passa do popular para o massivo sem passar pelo “culto”, o que demonstra uma característica social peculiar.

A telenovela herdou essa característica de trânsito direto entre o popular e massivo, no entanto a complexidade narrativa dessas produções vem quebrando esse paradigma e caminhando para a ideia de uma “folhetinização com ares cultos”. A estruturação do texto folhetinesco é pensado como transbordamento de uma versão da sociedade, assim torna-se uma leitura do mundo real: “leitura viva, isto é, daquela que as pessoas fazem a partir de sua vida e dos movimentos sociais em que a vida se vê enredada” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 185).

A relação entre escritura e leitura nos aponta para o aspecto cultural do folhetim que é a comunicação para um leitor de cultura oral. Essa leitura busca sempre interligar o mundo do leitor à narrativa, de forma que ele sinta-se presente naquele texto. Vemos que essa estruturação faz parte da telenovela contemporânea latino-americana. “Estrutura que dota a narrativa de uma permeabilidade à atualidade que até hoje, na telenovela latino-americana, constitui uma das chaves de sua configuração como gênero e também de seu sucesso” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 187). A própria fragmentação em episódios causa efeitos, tanto de hábitos de consumo, quanto de temporalidade.

Esses efeitos estão sempre em favor de uma atualização cotidiana que se dá por meio da ficção. A duração do folhetim (e da telenovela) se confunde com a vida, de forma que esta obra aberta tem interferência em como os acontecimentos cotidianos são narrados. A narração do popular vive da surpresa e da repetição, que não é sinônimo de marasmo, pois a redundância das narrativas seriadas é calculada de forma que o apelo à memória do espectador seja valorizado. O apuro do suspense narrativo, é o que vem sendo na contemporaneidade, o grande trunfo dos autores e o sinônimo de “sucesso” das narrativas seriadas com esta peculiaridade estética.

Como apontou-se anteriormente, a relação do folhetim com a experiência dos arquétipos é o que traz a significação identitária entre mundo narrado e mundo vivido. Na maioria das vezes, isso se dá por meio dos personagens e seus universos narrativos. Eco (2015) destaca que o espectador pode aceitar ou modificar superficialmente a “verdade”

proposta pela arte. Por isso, a exploração do mundo real passa também por aquilo que é possível. Mas esses “limites” do possível são estendidos a partir do momento que considera-se o heroico dentro de uma narrativa. No herói tem-se a mediação entre mito e romance balizados por questões de moralidade. Assim, a estética desse personagem - o herói, se relaciona diretamente com aspectos éticos. Essa narrativa é operacionalizada no folhetim que é o que formata essas variáveis simbólicas e imaginárias.

Os dispositivos que permitem ao folhetim incorporar elementos da memória narrativa popular ao imaginário urbano-massivo não podem ser compreendidos nem como meros mecanismos literários nem como desprezíveis artimanhas comerciais. Estamos diante de um novo modo de comunicação que é a narrativa *de gênero*. Não me refiro aqui a um gênero de narrativa, mas sim à narrativa de gênero por oposição à narrativa *de autor*, que é pensável não através da categoria literária de gênero, mas sim a partir de um conceito situado no âmbito da antropologia e da sociologia da cultura, com o qual é designado um certo funcionamento social das narrativas, um funcionamento diferencial e diferenciador, cultural e socialmente discriminatório, que atravessa tanto as condições de produção quanto as de consumo. Falo de gênero como um lugar *exterior* à “obra”, a partir de onde o sentido da narrativa é produzido e consumido, ou seja, lido e compreendido, e que, diferentemente do funcionamento da “obra” na cultura culta, constitui-se na “unidade de análise da cultura de massas”. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 189. Grifos do Autor.)

É necessário entender o folhetim não só como uma estratégia comercial e discursiva, mas como a compreensão do que se fala está atrelado ao histórico e cultural. O folhetim “dar voz” ao que está reprimido no discurso, por isso a sua causa de incômodo nas relações cotidianas. Ele mergulha nas mazelas, assim como a telenovela latino-americana, que vai no cerne das questões polêmicas com o ficcional e o lúdico. A ideia é demonstrar a partir dessas obras, que o povo (popular) tem algo sublime a oferecer para além da perspectiva econômica, ou seja, demonstrar que o sentido do mundo não é uma particularidade de quem pertence à burguesia. Essas ideias estão expressas na dinâmica do folhetim, onde:

Uma dupla narrativa opera no folhetim: uma, progressiva, que nos conta o avanço da obra justiceira do herói, e outra, regressiva, que vai reconstruindo a história dos personagens que apareceram ao longo de toda narrativa. Duplo movimento que tem, contudo, uma só direção, a mesma que dinamiza o melodrama: do momento em que os maus desfrutam de sua boa vida e aparentam honestidade, enquanto os bons sofrem e passam por maus pedaços, até a inversão da situação, com a descoberta de seu reverso. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 191)

Antônio Gramsci (1972) aponta o folhetim como o encontro do intelectual com o povo, fato que baseia o entendimento da articulação de “folhetim + romance”, que é a telenovela brasileira. Eco (2016) expressa que o acordo entre público e narrativa passa pela verossimilhança, assim até mesmo uma história fantástica tem em seus pontos ficcionais

enunciados a capacidade de instigar significações reais. A hibridização entre folhetim e popular propõe diferentes problematizações aos leitores, o que na contemporaneidade é bem distribuído no decorrer da exibição das narrativas seriadas ficcionais. Assim, as propostas sociais dos folhetins acontecem de fato em suas possibilidade de recepção.

O folhetim aponta e denuncia contradições atrozes na sociedade, mas no mesmo movimento trata de resolvê-las “sem deslocar o leitor”; a solução corresponderá àquilo que ele espera e assim há de lhe devolver a paz. Enquanto o romance sem adjetivos problematiza o leitor e o põe em guerra consigo próprio, “o romance popular tende à paz”. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 194)

O discurso produzido pelas massas não é só um recurso “auto-identitário”, é também uma forma de fazer com que suas vivências sejam (re)conhecidas pela burguesia. Nesse sentido, o estudo das mediações se desenvolvem para contemplar a materialidade da cultura e a visibilidade às classes populares. Os meios massivos (cinema, rádio e TV, por exemplo) permitem por meio de seus produtos uma vivência cotidiana que entende-se como “Nação”. Identidades culturais são compartilhadas a partir das suas programações e até mesmo os espaços culturais são identificados por meio das narrativas publicizadas. Assim, compreende-se a dinâmica como: “processos culturais e enquanto articuladores das práticas de comunicação - hegemônicas e subalternas - com os movimentos sociais” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 233).

Encontra-se na América Latina uma realidade em que os meios de comunicação massivos saem de uma função política para uma função social, que obviamente não deixa de ser política, mas que tem a comunicação mais atrelada à multiplicidade de matrizes culturais, do que a um objetivo puramente político-partidário. Ao indagar a relação entre memória, cinema (audiovisual) e cidade, entende-se como a espacialidade geográfica tem uma significação para além de aspectos exatos e numéricos, mas pode ser entendida também por meio de uma compreensão sociológica. “[...] a cidade é sobretudo o desconcerto e o espaço onde a memória é perdida. Memória esta que as pessoas de alguma forma projetam e recriam ao se verem a partir de um cinema que rebaixa e ufana, que catalisa suas carências e sua busca de novos sinais de identidade” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 238). Portanto, entende-se que o “perdido” se encontra a partir da memória e suas relações com a espacialidade proporcionada por meio das narrativas audiovisuais.

A democracia antes protagonista, passa a ser um subproduto da modernização, pois a partir do crescimento econômico o Estado se perde em seu próprio controle. O Estado passa a ser então o imperativo do desenvolvimento, que se baseia justamente na premissa de que não

há desenvolvimento sem comunicação. A modernização em um sentido geral é um fracasso, pois não conseguiu ser homogênea e democrática. Diante disso, as grandes mudanças não são políticas, mas sim as produzidas pela massificação dos meios. A televisão então, passa a ser o maior expoente que sintetiza as mudanças produzidas pelo massivo.

A televisão não traz consigo apenas um maior investimento econômico e uma maior complexidade de organização industrial, mas também um refinamento qualitativo dos dispositivos ideológicos. Imagem plena da democratização desenvolvimentista, a televisão “realiza-se” na unificação da demanda, que é a única maneira pela qual pode conseguir a expansão do mercado hegemônico sem que os subalternos se ressintam dessa agressão. Se somos capazes de consumir o mesmo que os desenvolvidos, é porque definitivamente nos desenvolvemos, e para além da percentagem de programas importados dos Estados Unidos, e inclusive da imitação dos formatos de seus programas, o que nos afetará mais decisivamente será a importação do modelo norte-americano de televisão: este que não consiste apenas na privatização das redes [...] mas também na tendência à constituição de um só público, no qual sejam reabsorvidas as diferenças, a ponto de confundir o maior grau de comunicabilidade com o de maior rentabilidade econômica. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 253)

Assim, compreende-se a relação da televisão com o consumo, que embora seja massificado, sempre irá mostrar as diferenças sociais existentes, ainda que esses conflitos relacionais sejam amenizados pelas narrativas. As identidades mais que subjetivas, passam a ser funcionais na caracterização dos receptores. A partir dos anos 80, tem-se o advento do protagonismo das novas tecnologias na América Latina, que foi reflexo da aceleração da modernidade. Apesar do deslumbramento tecnológico, encontra-se pontos de resistência que tensionam a dominação. Espaços de resistência sempre irão existir em situações de homogeneização, isso é histórico.

Na modernidade, a constituição do ser humano é baseada na ausência. A memória cultural não é pura, pois está baseada nas experiências, que são constituídas na hibridização entre real e ficcional, não como opostos, mas como complementares. A memória é o produto das atrizes e atores sociais e é o que permite a continuidade do processo de construção permanente da identidade coletiva. Diante dos descompassos da vida cultural, vê-se como as atuais redes sociais digitais complementam o fetiche inaugurado pelo imagético, sobretudo a fotografia, o cinema e a televisão. Os sentidos de apropriação tecnológica geram impactos diretos na História, pois as narrativas, os meios e seus usos reconfiguram constantemente a dinâmica social. Assim, a tecnologia engendra a globalização não só no sentido material, mas também em formas culturais. A tecnologia então é a “energia”, força gerativa, que é utilizada a partir dos requisitos de uma cultura própria e já disposta em sociedade.

Assim, pensar as tecnologias a partir da diferença cultural não tem nada a ver com qualquer tipo de nostalgia ou inquietação diante da complexidade tecnológica ou da abstração da mediação de massa, nem com a segurança voluntarista sobre o triunfo final do bem. As tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalidade de *uma* certa cultura e de um “modelo global de organização do poder. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 259)

A televisão é o meio que personifica o centro das transformações da modernidade. Sua temporalidade é o que expõe o seu poder, e como indica Foucault (1981) o poder se articula justamente no tempo. É nessa temporalidade que reconhece-se as mediações nos sujeitos. Visto que, é por meio das brechas de tempo, consumo e prazer, que entende-se as construções sociais e expressões de cultura que se dispõe ao longo do tempo. Dessa forma, a ideia é entender a televisão a partir das mediações, entendendo-as como campos que abrigam os dispositivos que irão tensionar hegemonia e subalternidade.

O campo daquilo que denominamos mediações é constituído pelos dispositivos através dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida da comunidade. Já que é o próprio sentido do artesanato ou das festas o que é modificado por aquele deslocamento “do étnico ou do típico”, que não só para o turista, mas também na comunidade, provoca o esmaecimento da memória que convoca. E isto numa dupla operação de desconexão e recomposição. Fragmentado o processo de produção, ao menos pelo distanciamento entre produção e intercâmbio comunitário, separa-se o indivíduo de sua comunidade, ao se arraigar nele a necessidade de assinar seu nome em cada peça e assim vai se dissolvendo o sentido social de seu trabalho. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 265)

Jesus Martín-Barbero (2015) propõe o entendimento da mediação a partir de três lugares: 1. cotidianidade familiar; 2. temporalidade social; 3. competência cultural. É a partir desses lugares sociais que nota-se, por exemplo, as propostas de sentido de uma telenovela. Assim, compreende-se que os sentidos não estão dispostos na televisão, mas sim são propostos a partir de uma decodificação que se dá a partir da relação entre realidade e espetáculo. A predominância do verbal (ação) é o que aproxima mais uma vez a televisão de uma característica discursiva de tradição e culturas orais. O tempo é dado em fragmentos, que são propositalmente reorganizados pela televisão pela presença de uma “grade”. A rotina da vida passa a imbricar-se com uma rotina televisiva, de forma que a estética da repetição é perceptível também na vida do telespectador. Os textos televisivos cruzam gêneros e tempos, de forma de folhetinização é também uma instigação do sentimento de duração “infinito” da TV e dos seus textos.

Rompendo com as ultrapassadas considerações moralistas - a televisão corruptora das tradições familiares - e com uma filosofia que atribui à televisão uma função

puramente reflexa, começa a se estabelecer uma concepção que vê na família um dos espaços fundamentais de leitura e codificação da televisão. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 295)

A televisão então, tensiona a concepção de cultura até então vigente, pois: “é a própria concepção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 300). A cultura então passa a ser textualizada, de forma que um texto sempre remete-se à outro texto. Na cultura de massa vive-se a adequação da obra ao gênero, de forma que: “os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 301). Dessa forma, encontra-se na televisão a grande contradição do massivo.

Talvez em nenhum outro lugar o contraditório significado do massivo se faça tão explícito e desafiante quanto na televisão: a junção possivelmente inextricável daquilo que nele é a desativação de diferenças sociais e, portanto, integração ideológica, e daquilo que ele tem de presença de uma matriz cultural e de um *sensorium* que nas elites produz asco. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 299. Grifos do Autor.)

Almeida (2003) discorre sobre a televisão e sua relação com o consumo. Para ela, trata-se de uma relação direta, onde a TV e suas programações atuam não só como uma vitrine de produtos mas também “como vitrine de estilos de vida associados aos bens de consumo” (ALMEIDA, 2003, p. 163). Esse consumo é hibridizado às narrativas, e muitas vezes, os espectadores não percebem essas ações, pois o consumo apresenta-se a partir de categorias estéticas e sensoriais. As estratégias de consumo estão nos personagens, em suas ações, na trilha sonora, no olhar do espectador. A publicidade não se restringe aos intervalos comerciais e vai além da materialidade dos produtos. Vende-se e compra-se muito mais que “coisas”, pois é muitas vezes no “escambo” de sentidos que temos a maior troca de bens.

2.4 ARTICULAÇÕES ENTRE CONSUMO, TELEVISÃO E TELENÓVELA

A telenovela é uma vitrine de estilos de vida que em certo modo estão associados aos bens de consumo. Porém, a relação da televisão com o consumo vai além da ligação direta com produtos tangíveis. A vida, o imaginário, as identidades e as subjetividades entram nessa dinâmica que vai além de publicidade ou “comércio”, mas que torna-se um diálogo. Para refletir sobre consumo para além de uma atividade econômica ligada à comunicação de

massa, dialoga-se com o antropólogo argentino Néstor Garcia Canclini (2006) que pensa articulações entre cultura popular, massivo e consumo, sobretudo nas questões relacionadas à América Latina. Para ele, entender o consumo é expandir o olhar para uma complexidade que não tem nada a ver como uma suposta manipulação dos meios em relação à audiência. A hegemonia não atua de forma verticalizada, pois entende-se os processos comunicacionais a partir das mediações.

A proposta de Canclini (2006) é entender a Comunicação a partir do consumo, desenvolvendo uma teoria sociocultural acerca do mesmo, onde os processos de comunicação e recepção são “materializados” a partir dos bens simbólicos. Nesse sentido, coloca-se em apreciação a possibilidade de analisar as telenovelas a partir dessa expansão e atualização constante do que seria consumo e da sua forma multidisciplinar, que mais à frente neste trabalho, será compreendido pelas interações de colaboração e transação no cenário da convergência - que entende-se neste recorte como *transmídia*¹⁹. Voltando ao consumo, é necessária a sua conceituação para construção de um norte de análise. Portanto, neste trabalho, usa-se como definição:

[...] consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado. Na perspectiva desta definição, o consumo é compreendido sobretudo pela sua *racionalidade econômica*. (CANCLINI, 2006, p. 60. Grifos do Autor.)

Percebe-se o esforço teórico do autor em colocar em evidência a racionalidade no processo de consumo. O que dá a nuance de um processo estrutural que supera as características individualizadas - “eu quero, eu posso, eu compro”. O cenário é de expansão do capital e da força de trabalho, onde as ofertas, as narrativas publicitárias e/ou ficcionais não são arbitrarias. Porém, os termos macroeconômicos não são a única moeda de troca do consumo. Canclini (2006) atenta para a existência de uma “racionalidade sociopolítica interativa”, que trata-se justamente daquilo que se manifesta em uma ação de consumo.

Em uma análise que articula consumo e rede, Castells (1999) entende o consumo como a expansão das disputas de classe. As redes de comunicação atuam a partir de diversas variáveis, dentre elas: a educação, a tecnologia e a estética. O consumo não é pensado apenas

¹⁹ Projeto de produção de conteúdo baseado na convergência das mídias e na cultura participativa (Ficção Televisiva Transmídia no Brasil, 2011; Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira, 2013 – publicações do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL).

para burguesia, assim como a televisão e as telenovelas não são pensadas apenas para as classes populares, seu caráter é participativo e permeável entre as diversas identidades classistas. Assim, consumir é: “participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos seus modos de usá-lo” (CANCLINI, 2006, p. 62). Fica evidente que as demandas do consumo são sociais e dependentes dos aspectos de cultura e participação.

O consumo é justificado racionalmente, o que afasta-se das concepções verbéticas de “gasto”, “malgastar” e “esbanjar”. Há uma importância política no consumo, que supera questões partidárias, mas vai ao encontro da cumplicidade entre consumo e cidadania. Como expôs Bourdieu (1991) existe uma diferenciação e uma distinção que ocorre a partir do consumo. Essa diferenciação está nas formas e possibilidades de comunicar o simbólico, que acaba desenhando um “pano de fundo” para as manifestações do consumo. Existe, obviamente, uma “coerência de classe”, porém na modernidade e com a aceleração dos aspectos informacionais essas coerências estão em trânsito de forma intensa. As relações simbólicas se complexificam, já que não há uma satisfação pelo bem em si, mas sim pela impossibilidade de que outros indivíduos o possuam. Entretanto, o sentimento do consumo não é só de divisão, mas também é de compartilhamento, que tem seu significado na partilha do sociocultural. Tal característica vai ao encontro da prática de consumo das telenovelas, que trata-se de uma atividade coletiva, e na maioria das vezes, familiar.

Canclini (2006) provoca a questão da existência de uma racionalidade pós-moderna, pois teoricamente o pós-moderno vem para diluir a visão compacta da modernidade. O consumo começa a estar integrado à racionalidade e ao sentido de comunidade, portanto, instiga em si o sentido de pertencimento. Entretanto, vemos um profundo desgaste da concepção de “liquidez”, sobretudo quando aborda-se os sentidos sociais. O que deseja-se, em termos de consumo, não pode ser para sempre uma incerteza. Os significados precisam de certa “concretude” e ainda há uma centralidade de significação que é preenchida pelo mercado. Porém, também é visível a existência do mito do consumo quando fala-se das classes populares. Pode-se entender tal dinâmica ao analisar as relações da audiência com a televisão. Quando fala-se de burguesia, a ideia vai sempre no sentido de que essa classe se apropria desse meio e da sua linguagem, o que é diferente no entendimento das classes populares, que são vistas constantemente como meros recortes alienados sem a capacidade de ressignificar mensagens e de ir além do óbvio. Essa é uma visão classista e egocêntrica do consumo, que é superada, em grande medida, a partir dos estudos de recepção, sobretudo na América Latina.

A telenovela é consumida a partir da ideia “ritualística”, onde a construção narrativa folhetinesca é pensada como uma trama consensual. O consumo passa a ser validado pela existência de um ritual. Dessa forma, parte-se da existência de acordos coletivos, que muitas vezes vão no sentido de definições públicas de um consenso. A intersecção entre narrador, narrativa e audiência é uma busca constante e que reflete, em certa medida, uma ordem social. O consumo é uma materialidade que evapora, assim como certos arranjos narrativos que evoluem, desaparecem ou até mesmo se modificam por completo para acompanhar novos cenários sociais e históricos. Na modernidade, “o consumo não é privado, atomizado e nem passivo”, como sustenta Appadurai (apud CANCLINI, 2006) ele é “eminentemente social, correlativo e ativo”. Entretanto, é necessário ressaltar que sempre há um certo controle sobre o consumo. Até mesmo a globalização pode ser vista como uma variável controladora, já que é a partir dos seus processos globalizados que há uma unificação dos códigos por meio das heterogeneidades.

Pensar a globalização não pode ser uma ideia imediata de homogeneização e subjugação dos indivíduos. Há hábitos tradicionais que permitem com que cada um se relacione de maneira subjetiva com a cultura circulante. Vive-se uma espécie de ciclos de reencontro com o pertencimento, que ocorrem, em sua maioria, por meio das narrativas. São esses acordos tecidos na cotidianidade que dão origem aos pactos de leitura. Historicamente, estes processos são híbridos, portanto, a busca por uma pureza cultural e narrativa é uma ilusão. Renato Ortiz (1994) pensa a ideia das identidades reestruturadas a partir do consumo e da mundialização da cultura. A memória coletiva passa a ser então um fragmento de diferentes nações o que leva a formação, em certa medida, de uma “cultura internacional-popular”. O imaginário social então, passa a ter referências de diversos locais de sentido, que são ao mesmo tempo regionais e globalizados. O consumo começa a ser entendido a partir da capacidade de inovação das tradições e matrizes culturais, como é o caso da telenovela, que trata-se de um produto tradicional que vem se reinventando narrativamente e tecnologicamente ao longo dos anos.

Não são os meios que achatam a cultura, pois as possibilidades de interações são possíveis para além do hegemônico. Portanto, sobretudo em termos televisivos, é preciso considerar a possibilidade polifônica dos seus sentidos - livres de determinismos classistas e econômicos. O mercado não está alheio às relações socioculturais, assim não se comercializa apenas produtos, mas estilos e morais de vida. Diante disso, tem-se a emergência de um novo tipo de responsabilidade cívica, que pode ser analisada a partir das práticas de consumo dos indivíduos. O consumo então transborda a satisfação biológica e comportamental e atinge

uma dimensão simbólica. A apropriação do mundo, pelo consumo, passa a ser coletiva, já que os sentidos das relações sociais se dão a partir das dinâmicas entre os sujeitos. O valor das coisas vai para além do trabalho, pois a sociedade moderna confronta esse sentido de “trabalho” construído no passado. A função dos bens de consumo vai além das perspectivas de mercado, há em um mesmo produto midiático a confluência de estratégias econômicas, estéticas e políticas. A telenovela é uma representante dessa confluência, pois o seu “sucesso” parte da integração dessas variáveis a favor de seus aspectos narrativos. A possibilidade de cidadania é dada ao leitor/consumidor, ainda que com certas limitações estruturais.

O entendimento do consumo passa pela compreensão das identidades em um cenário pós-nacional, como indica Canclini (2003). Os dispositivos narrativos são responsáveis pela formulação das identidades de uma nação. As produções audiovisuais, em grande maioria, organizam esses relatos de identidade tomando como base a coletividade dos acontecimentos para alçá-los à “eternidade” narrativa. Jesus Martín-Barbero (2015) ao falar do alcance dos meios de comunicação de massa, atenta para a capacidade dos meios em articular o reconhecimento individual e coletivo, dando aos espectadores a sensação/certeza de fazerem parte de uma totalidade cultural muito maior. A partir da comunicação pode-se acessar novas possibilidades daquilo que está em transformação, mesmo que tais mudanças ainda não estejam disponíveis em um meio comunitário. Frente a essa articulação de consumo e identidades, indaga-se a possibilidade de entender a telenovela como uma narrativa prioritariamente de identidades, onde aliam-se as matrizes culturais - folhetim e melodrama, em uma estética televisiva, com o objetivo de colocar em protagonismo as diversas faces de uma identidade nacional globalizada, ainda que hajam grupos mais constantemente representados por essas narrativas do cotidiano.

A telenovela pode ser entendida como uma “cultura visual das massas”. O uso do termo “massas” aqui, não é sinônimo de amorfia, mas vai no sentido de alcance que essa produção audiovisual tem em um cenário latino-americano, sobretudo no Brasil. É sabido que os meios de comunicação alteraram a dinâmica das culturas nacionais até então defendidas por antropólogos e sociólogos no início do XX - que era a de pureza identitária. A tecnologia e o desenvolvimento passaram a ser discursos popularizados e presentes entre todas as classes, ainda que seus usos fossem restritos apenas para algumas delas. Canclini (2003) indica o papel dos meios de comunicação no cenário pós-nacional:

Os meios de massa foram agentes das inovações tecnológicas, nos sensibilizaram para o uso de aparelhos eletrônicos na vida doméstica e liberalizaram os costumes com um horizonte mais cosmopolita; mas ao mesmo tempo unificaram os padrões

de consumo com uma visão nacional. Como os meios eram predominantemente de capitais nacionais e aderiram à ideologia desenvolvimentista, que confiava a modernização à substituição de importações e ao fortalecimento industrial de cada país, mesmo os atores mais internacionalizados naquele momento - como a TV e a publicidade - nos incitavam a comprar produtos nacionais e difundiam o conhecimento do próprio. (CANCLINI, 2003, p. 130)

A cultura não é homogênea e sua heterogeneidade se potencializa ainda mais quando vivencia-se situações de interculturalidades - que são cada vez mais recorrentes. Abordar a cultura como objeto de estudo é entender como as diversas culturas se apropriam das práticas e questões culturais (vivenciais) de forma desigual, mas não necessariamente diferentes. Portanto, caminha-se para o entendimento de que “o objeto de estudo não deve ser, então, apenas a diferença, mas também a hibridização” (CANCLINI, 2003, p. 131). Os sistemas culturais são os mais diversos e complexos, temos a heterogeneidade em todos âmbitos, até mesmo nas culturas que eram ditas puras e alheias aos processos de globalização e tecnologia - como rurais e os indígenas. Observa-se a coexistência de vários códigos simbólicos em uma comunidade ou até mesmo uma variedade desses símbolos em um único sujeito. Essa é uma realidade, vai ao encontro de uma mudança significativa no que diz respeito à identidade dos sujeitos de hoje, que: “mesmo em amplos setores populares, é poliglota, multiétnica, migrante, feita com elementos mesclados de várias culturas” (CANCLINI, 2003, p.131). Entender essas remodelações e (re) arranjos de culturas é um desafio, sobretudo nas ciências sociais aplicadas, como é o caso da Comunicação Social.

Identidade e história não são apagadas nos processos industriais pelos quais o audiovisual passa. A última instância é sempre o espectador, e seu leque de múltiplas identidades e significações, que dão às narrativas aparentemente homogeneizadas, múltiplos sentidos. As articulações do consumo, sobretudo na modernidade, ocorrem por meio da espetacularização multimídia da cultura. Apesar da tendência de refletir sobre a globalização como uma sobreposição egocêntrica do global, é importante ressaltar que o local ainda existe e resiste. O que tem-se na globalização é uma convergência de gostos e hábitos culturais em uma escala industrial e em uma rede informacional movida pela velocidade. As telenovelas são exemplos dessa resistência do regional, pois ainda que sejam atualmente produções totalmente industriais, as narrativas sempre buscam a retratação de identidades locais/regionais (é sabido da preponderância do eixo Rio - São Paulo). Essa resistência tem ligação direta com a audiência e com a própria definição de arte, no que diz respeito à significação possível de cada sujeito diante de uma obra.

2.5 INTERATIVIDADE MULTIMIDIÁTICA, MEMÓRIA E TELEVISÃO

Neste tópico, localiza-se o cenário da convergência midiática e suas relações de produção de sentido no ciberespaço. Apresenta-se o *Twitter* e sua engenharia comunicacional, traçando a relação entre as *hashtags*, a escrita, a memória e a telenovela.

2.5.1 A convergência midiática e o ciberespaço

O entendimento da *Internet* para além de uma “ferramenta”, passa pela sua compreensão como um novo espaço de cultura, interação e interatividade. Jenkins (2008) a partir da análise de produtos midiáticos como séries, filmes, *reality shows* e programas de auditório, traça o que hoje entende-se por cultura da convergência. Apesar do termo ser cunhado por ele, Marsha Kinder (1991) já havia desenhado alguns elementos do que entende-se hoje como fenômeno “Transmídia”²⁰(e/ou transmidiação). É válido ressaltar que a maior parte dos trabalhos que se debruçam sobre o estudo do cruzamento de novas e velhas mídias, tem como objeto empírico produtos voltados para o entretenimento, o que permite a reflexão de como produtos muitas vezes marginalizados e subutilizados são terrenos férteis para a apreensão de aspectos culturais, históricos e identitários da sociedade contemporânea.

As discussões acerca da cultura da convergência propostas por Jenkins (2008) são balizadas por diversas pré-condições e cenários midiáticos: o poder do consumidor, o cruzamento das novas e velhas mídias, o cenário onde o produtor de mídia não é só o veículo de comunicação, mas sim todos que possuem condições de circulação de cultura e comunicação. A cultura da convergência é entendida a partir da articulação de três (3) conceitos: convergência dos meios, cultura participativa e inteligência coletiva. Em um cenário de convergência midiática, as narrativas passam a ser contadas por uma espécie de mérito, onde tudo é vendido e as relações entre produtores e consumidores estão mais tênues a cada minuto. O consumidor é cortejado e o consumo torna-se uma espécie de “flerte”, sem muitas faces de fidelidade, mas com o compromisso da sedução. Por convergência entende-se:

²⁰ A narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (JENKINS, 2008, p.47)

[...] 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 que está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2008, p. 27)

A cultura da convergência não pode ser entendida apenas a partir de aspectos da emissão, nem somente pelo âmbito da recepção. É sabido, que as estratégias de circulação tem muito a ver com questões empresariais e com a presença de grandes conglomerados de mídia. Porém, é necessário entender que a propagação desses conteúdos dependem de questões de adesão e apropriação cultural, que estão relacionadas à recepção. Portanto, ao estudar a articulação de uma nova mídia (a *Internet*) e uma mídia tradicional (a TV), como é o caso deste trabalho, busca-se as intersecções e as trincheiras construídas a partir do protagonismo de ambas as mídias e de suas relações com a audiência. A participação ativa dos consumidores é uma força motriz para diversas mudanças na concepção e distribuição de conteúdo, dessa forma “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p.28).

A cultura participativa “enterra” de uma vez por todas a ideia de passividade do espectador. Compreender a cultura participativa é não se pensar consumo e produção de forma separada, mas sim como práticas que ocorrem mutuamente. Jenkins (2008) ressalta que a convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores e em suas relações sociais, portanto trata-se de um fenômeno cognitivo e também cultural. As narrativas midiáticas estão imbricadas no cotidiano, de forma que é por meio delas que compreende-se a existência humana. Nossa mitologia social, formada por meio dos signos, significações e experiências, é fruto da produção de narrativas. Cada vez mais, aumenta-se o consumo e a tessitura de histórias reais e/ou ficcionais acerca do mundo e das subjetividades.

A cultura da convergência altera sobretudo os aspectos de consumo. Na contemporaneidade é cada vez mais crucial conversar sobre aquilo que se consome. Observar-se, por exemplo, redes sociais digitais que tem seu sentido de existência atrelado ao debate daquilo que os usuários estão dedicando-se, como por exemplo, o *Twitter*. O consumo tem faces cada vez mais coletivas e acontece em forma de processo. O fim não é produto consumido, mas sim as significações que são tecidas em torno dele. Ninguém sabe de tudo e nenhum indivíduo consegue consumir tudo, mas a união de habilidades e opiniões acerca daquilo que se consome compartilhadamente é a fonte de um enorme poder midiático - que é

a inteligência coletiva. A inteligência coletiva é um termo cunhado pelo ciberteórico Pierre Lévy (2003) que reflete sobre a soma de inteligências, expertises e saberes para um bem comum. Lévy entende que atualmente tem-se a inteligência coletiva pensada muito mais em termos de entretenimento, mas acredita que no futuro (como já presencia-se), tal fenômeno será utilizado em favor da ciência e de aspectos políticos.

Diante desse novo arranjo de consumo, nota-se uma produção cada vez mais coletiva de significados. É nesse sentido que compreende-se o consumo da telenovela nas redes sociais, sobretudo no foco de análise desta pesquisa que é o *Twitter*. Compreende-se que a cultura da convergência altera âmbitos da cultura popular (assistir narrativas seriadas na TV), trazendo a serialização das obras também para *Internet*. Observa-se, por exemplo, o uso das *hashtags* no *Twitter*, com o objetivo de validar em outro meio (a *Internet*) o consumo da telenovela, vê-se como novos arranjos de cultura e memória são formados. Tem-se uma expansão da prática de “acompanhamento” das narrativas seriadas televisivas, mas também vivencia-se novas estéticas de audiência e desdobramento de sentidos.

Os dispositivos móveis são fundamentais no processo de convergência das mídias. A hipermobilidade altera temporalidades e espaços. Tudo passa a ser mais dinâmico e ao mesmo tempo em que se aplica a cultura do “fugaz”, os aspectos de memória estão cada vez mais possíveis, visto que, a digitalização é uma realidade. Acompanhar em tempo real passa ser uma escolha e também uma experiência. A cada dia é possível fazer o seu próprio tempo e comentar a partir dele. A experiência torna-se documental quando é “gravada” na rede. Faz-se uso de uma tecnologia que traz pluralidade, ainda que muitos só entendam e publicitem a face homogeneizadora dos avanços tecnológicos. Tem-se um balanceamento entre destruição e absorção, que leva à um cenário de hibridização de linguagens e meios. O modelo da convergência indica que: “se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2008, p. 31).

Pode-se compreender a contemporaneidade como um terreno fértil para novos significados a partir de antigas práticas, agora conduzidas pelos consumidores, que são protagonistas dos processos. Tem-se constantemente a expansão dos usos das tecnologias, que vão ao encontro das práticas e relações sociais de cada público específico. O grande questionamento está em identificar quem detém o controle criativo, que não chega a ser uma resposta fechada e coerente, pois a criatividade torna-se uma teia contínua, que por vezes está nas mãos dos emissores, mas também encontra-se nas mãos da recepção, sendo que, em certos momentos, ambos os polos (recepção e emissão) compartilham os processos criativos.

Observa-se serviços que são oferecidos diversas vezes de formas diferentes, onde a fluidez do conteúdo é pensada para atender diversos pontos de recepção. A digitalização é também uma condição para a convergência midiática. A possibilidade de “assistir depois” altera a temporalidade das grades das emissoras e dessa forma inaugura uma nova forma de consumo balizada pelo individual, ainda que em uma perspectiva coletiva de acesso. Dessa forma, percebe-se como a convergência trata-se sempre de um tensionamento, de uma busca pela completude que é sempre incompleta.

Na cultura da convergência nota-se um aumento do protagonismo do consumidor e uma expansão das suas possibilidades de (re) formatar os conteúdos que consome. É o pensamento convergente que remodela a cultura, pois de certa forma o “devir” é sempre esperado a partir da apresentação das narrativas. Nesse sentido, propõe-se a análise de como a convergência transforma o consumo das telenovelas, tecendo novas teias de memória que agora estão flutuantes no ciberespaço, mas ao mesmo tempo estão fincadas em cada espectador. Integra-se uma nova era de contação de histórias, onde os novos ambientes culturais (redes sociais digitais) exigem novos usos e novas características para a construção de narrativas. Narrar não deixa de ser uma prática clássica, mas de certo, na contemporaneidade, os trovadores são outros.

Jenkins (2008) aponta os fãs como aspectos centrais do consumo midiático contemporâneo. Com a cultura do fã, as questões de consumo estão sempre em processo, pois não findam-se nos produtos, mas sim nas percepções individuais e coletivas dos consumidores. Desse modo, as tecnologias de distribuição tornam-se de certo modo obsoletas, pois a propagação dos conteúdos toma um caráter muito mais humano que tecnológico. Os meios podem se tornar ultrapassados, mas os conteúdos e as linguagens não, devido ao potencial de rearranjo e hibridização dessas significações. Há uma constante busca pela satisfação da demanda humana, para além dos aspectos puramente tecnológicos. É nesse sentido que a Comunicação Social, enquanto ciência social aplicada, investiga como as funções dos meios de comunicação alteram-se de acordo com a tecnologia. De fato, existem questões exatas (algoritmos, por exemplo) em torno do tecnológico, porém os aspectos humanos precisam ser entendidos e relativizados, visto que, os modos de consumo e vivência são alterados socialmente, economicamente e materialmente de forma concomitante.

Na contemporaneidade as mudanças culturais também ocorrem em âmbitos tecnológicos. Temos uma variedade de dispositivos e possibilidades de apreensão, porém o conteúdo segue sempre em uma busca pela convergência. Dessa forma, é necessário compreender qual a natureza da convergência, que de certo, ultrapassa a tecnicidade. “A

convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos” (JENKINS, 2008, p. 41). Diante de uma lógica industrial alterada, tem-se também relações de consumo diferentes. Hoje, a realidade é cercada por mídias em todos os lugares, até mesmo o corpo do indivíduo atua como uma espécie de figura midiática. Já vivencia-se a cultura da convergência, ainda que essa presença apresente desníveis de usos, pois o acesso às tecnologias da informação ainda caminham para um cenário totalmente democrático. Diversas são as transformações permeadas pela convergência, visto que: “a convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 42).

Atualmente, é possível vivenciar a experiência de pessoas “comuns” controlando as mídias. Ao tomar como base o *Twitter*, por exemplo, o que é alçado a conteúdo “mais comentado” é uma decisão dos consumidores envoltos nessa mídia. Todo o processo é uma integração entre individualidade e coletividade, que ora coloca o “eu” como protagonista, mas que também depende do “nós” para a expansão dos sentidos. A fluidez dos conteúdos não se restringe apenas o entretenimento como aponta Jenkins (2008, p. 43): “entretenimento não é a única coisa que flui pelos múltiplos suportes midiáticos. Nossas vidas, relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia”. O conteúdo, portanto, é colocado em circulação de novas formas. No caso das telenovelas e suas relações tecidas por meio dos *Twitter*, compreende-se uma convergência corporativa (balizada pela emissora) e uma convergência alternativa (balizada pelo próprio *Twitter* enquanto “*Internet*”).

De certo, caminha-se para o entendimento de uma economia afetiva, como aponta Jenkins (2008), onde a interação entre os consumidores é o que produz uma participação mais plena em termos de cultura. Tomando como base o *Twitter*, vê-se como a sua engenharia enquanto rede social digital é pensada para que uma simples conversa tenha um caráter documental. Por isso, entende-se que tal rede é uma importante vitrine para compreender tanto as narrativas seriadas ficcionais de TV (telenovelas), quanto das articulações de memória e consumo na contemporaneidade. Tais mudanças só existem porque desenhou-se uma perspectiva de um novo consumidor.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2008, p. 45)

A televisão também pode ser entendida como uma força potencializadora da cultura da convergência, sobretudo pela produção de narrativas seriadas ficcionais de TV. Essas narrativas são grandes influenciadoras de outras mídias, pois os arranjos culturais existentes em suas histórias são ricos em identidade e identificação. Voltando-se para o cenário brasileiro, nota-se como expoentes desse fenômeno as telenovelas, que ao longo das décadas têm-se reinventado e atualmente figuram como um dos produtos midiáticos mais adaptados ao cenário da convergência. Com a hibridização dos meios, temos uma perspectiva diferente dessas narrativas, que possuem uma característica clássica – que é o consumo coletivo – potencializado com a natureza social e coletiva da cultura midiática contemporânea. Articulando telenovela e *Twitter*, entende-se como a economia afetiva encaixa-se nessa discussão, pois tanto as telenovelas quanto o *Twitter* possuem como pré-condição de uso o compromisso emocional dos seus espectadores/usuários.

Jenkins (2008) fala da cultura da convergência e do fenômeno transmídia analisando o cenário midiático norte-americano. É válido ressaltar que em termos de transmídiação, no Brasil, o que temos são estratégias transmidiáticas, nota-se nos tópicos seguintes desta pesquisa. Para compreender tais mudanças narrativas, é importante salientar que tais alterações são sobretudo estéticas. Atualmente, os consumidores revitalizam constantemente as narrativas, de forma que os limites entre a “primeira” narrativa e as reformatações passam a ser borrados. O consumidor torna-se autor, sobretudo quando suas memórias individuais são colocadas em relação com as narrativas que ele consome. No Brasil, por exemplo, as telenovelas (cultura popular) “servem” muito mais aos espectadores, visto que, muitas vezes o jornalismo limita as explorações de sentido acerca da realidade. É interessante destacar, que as telenovelas não militam por “pureza” e nem por “verdade”, mas observa-se constantemente que por meio delas diversas pessoas acessam realidades que antes eram negligenciadas.

Em linhas gerais, “a convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias” (JENKINS, 2008, p. 49), portanto há mudanças também em nossas relações com a cultura popular, visto que, praticamente todos os produtos midiáticos apresentam uma variação ou um (re) arranjo de aspectos do popular. Ressalta-se que não há uma homogeneidade de acessos quando fala-se em condições cibernéticas, visto que, sobretudo na realidade brasileira, nota-se disparidades de habilidades, diferenças sociais e etárias que impactam diretamente a cultura convergência no Brasil. Pode-se considerar que, de certa forma, esta análise se debruce sobre uma certa “elite” de consumidores, entendendo

que falar de telenovela e suas expansões na *Internet* é sempre mergulhar em um espaço complexo, demarcado e por diversas vezes contraditório.

2.5.2 O *Twitter* e suas conexões

O conceito de rede não é demarcado pelo entendimento do que conhece-se hoje como “redes sociais”. Como podemos buscar em Castells (1999) a rede é uma prática humana antiga, que iguala-se a uma estrutura social com alto grau de cooperação, liberdade e informação. Compreendendo a cooperação enquanto característica social, vê-se que ela se volta muito mais para inovação do que para a competição e a demarcação de propriedades privadas. Olhando o *Twitter* por essa ótica, nota-se uma rede social digital em demasia cooperativa. Apropriada até mesmo pela rede de televisão (conglomerados midiáticos) como estratégia de expansão e memorização de conteúdo.

Atualmente, a economia mundial é baseada em trocas e fluxos informacionais e as redes dão morfologia à essa sociedade. A informação é um fator central para a produtividade dos mercados e esse protagonismo da informação não é uma característica particular de economias capitalistas. O indivíduo contemporâneo está inserido em uma lógica informacional que produz uma cultura centrada na virtualidade do real, onde o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual. O virtual é uma espécie de força e potência que se aproxima do texto enquanto narrativa. Assim, nota-se que as narrativas se apresentam como “eternos presentes”, em uma relação de dualidade entre o passado e o futuro.

O cenário, que segundo Jenkins (2008) é o da convergência midiática, tem suas especificidades. Pode-se atentar para as características que colocam o *Twitter* como uma rede de cognição, segundo a proposta de Santaella (2010): organização em rede; globalização das atividades econômicas; sistema de mídia diversificado e transformação de espaço e tempo devido aos fluxos informacionais. A sociedade forma “nós” (rizoma) baseados na velocidade, na tecnologia e no consumo. O *Twitter*, enquanto rede social digital, congrega essas características e atua como uma espécie de “resistência” do que é imposto pelas demais mídias. Estar nesta rede é viver um “não-presente”, onde não se está totalmente na televisão e/ou rádio (mídias tradicionais) e também não se habita apenas a *Internet* (mídia contemporânea).

Entender a dinâmica das redes sociais digitais é também refletir sobre as noções de sociabilidade. As redes sociais, em si, são palcos de sociabilidade. As trocas realizadas por meio dos atos de linguagem, também se configuram como atributos sociais, além, é claro, das

variações dos meios técnicos dada uma historicidade. Ressalta-se ainda, o caráter histórico, pois é recorrente exposições deterministas acerca das “novas” tecnologias de informação.

É sabido que a técnica inaugura uma nova prática social, porém, a última instância é sempre o ser humano. A tecnologia não é uma força externa que age sem a possibilidade de reação. As práticas relacionais são moldadas pelo relação tempo-espço, emergindo dessa dinâmica o papel das diferentes mídias nos processos de interações e transformações de sociabilidade.

Existem diversas abordagens teóricas quanto o estudo das redes sociais digitais na perspectiva da inteligência coletiva. Porém, existe um consenso expoente de que, para uma abordagem integrada onde entenda-se elementos sociais, epistemológicos e relacionais entre antropologia e tecnologia é necessário explorar as reflexões propostas por Pierre Lévy (1997).

Lévy (1997, p. 29) apresenta um viés conceitual de que toda inteligência coletiva tem uma base social. Segundo ele “pensamos com ideias, línguas, tecnologias cognitivas recebidas de uma comunidade”. A partir deste entendimento quanto ao caráter social da técnica, compreende-se o *Twitter* segundo a definição de Santaella que se baseia nos estudos de Cibercultura para entender a engenharia social do *microblog*:

Nossa definição irá descrever o *Twitter* como uma mídia social que, unindo a mobilidade do acesso à temporalidade *always on* das RSIs 3.0, possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e o design colaborativo de ideias em tempo real, modificando e acelerando os processos globais da mente coletiva [...] uma verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, “termômetro” social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas. (SANTAELLA, 2010, p.66 Grifos da autora)

O *Twitter* é um meio multidirecional, porém com níveis de personalização bem categóricos. Uma de suas características é o mínimo de “conteúdo indesejado” possível. É um espaço colaborativo no qual os interesses passeiam entre o caráter microscópico e macroscópico rapidamente. Ao mesmo tempo que funciona como uma espécie de “divã”, repleto de subjetividades, pode tomar proporções de debate e discussão de aspectos políticos e sociais rapidamente, além de ser uma das principais redes sociais digitais que fomenta o consumo em segunda tela.

“O *Twitter* é a TV” - tal afirmação não é exagero, nem utopia. Segundo um estudo²¹ realizado pelo próprio *Twitter* para entender o perfil do usuário brasileiro, 76% dos entrevistados afirmam que ao usarem a rede social digital estão em busca de novas

²¹ O estudo foi realizado em 2014 e está disponível no site do Jornal O Globo no link: <http://oglobo.globo.com/sociedade/midia/brasileiros-acham-que-twitter-deixa-tv-mais-legal-diz-estudo-12216556>.

perspectivas e opiniões acerca dos programas que estão passando na televisão. Outros 62% afirmam que o *Twitter* “deixa a televisão mais legal”, o que é uma característica basicamente latino-americana, onde TV e *Internet* andam sempre unidas.

O fluxo de informações no *Twitter* é literalmente um fluxo de dimensões cognitivas. A característica de “agoridade” e a necessidade de adequar seu pensamento ao seu limite de caracteres disponíveis para escrever, dão à ele uma realidade muito próxima das tramas neurais. Basicamente o que uma pessoa “*twitta*” é um impulso de consciência. No *Twitter*, os aspectos de tempo-espço são essenciais para o entendimento da mensagem, sendo que é preciso entender o lugar de fala de cada usuário para compreender o que ele se propõe a comentar. As *hashtags* (#) são mecanismos de busca e interação que atuam como recursos de extensão lúdica agrupando conteúdos que são postados em torno de algum assunto levantado, seja ele: futebol, política, telenovela, programas de auditório, *reality shows*. A inteligência coletiva no *Twitter* é um requisito obrigatório, diferente das outras redes sociais digitais onde tal característica pode ser apenas um “plano de fundo”. A integração é uma ação consciente e complexa, pois a articulação entre conteúdo local e global é sempre enredada e estratégica. Assim como a televisão inaugurou uma prática de inserção social, a *Internet* também o fez, o que por consequência, também dá a cada rede social digital seu próprio código de inserção social.

A intersecção que busca-se nesta pesquisa é entender que, tanto o uso do *Twitter*, como o consumo da telenovela são estratégias de sociabilidade e expansões cognitivas. Assim como a telenovela popularizou um modo de pensar - que é o melodramático. O *Twitter* é uma plataforma que inaugura uma experiência midiática baseada em fluxos cognitivos. Diante disso, quando o uso do *microblog* é articulado com o consumo da telenovela em segunda tela nota-se uma prática onde uma experiência lúdica mescla-se ao viés melodramático do folhetim (gênero que deu origem ao caráter seriado da telenovela) e a habilidade cognitiva do *Twitter*. Diante disso, entende-se tal dinâmica como espécie virtualização da memória, onde as lembranças e subjetividades do telespectador ao se misturarem com sua persona de usuário de redes sociais digitais impulsionam o caráter gerativo do seu próprio texto, que será um combinado entre o texto da telenovela e as características textuais demandadas pela própria rede.

2.5.3 Convergência no Contexto Brasileiro de Ficção: escrita, *hashtags* e telenovela

Entendendo o texto como potência criadora de sentido é possível traçar relações entre a escrita, o uso das *hashtags* no *Twitter* e a economia que é gerada a partir dessas práticas. O

texto possui sempre uma capacidade afirmativa e/ou transformativa, ele é vazio se considerarmos que “a voz” do texto é proveniente dos atores sociais que interagem com ele. O *Twitter* é, em vasta medida, textual. Sendo que até mesmo os caracteres gastos com imagens são convertidos em contagem de letras. As *hashtags* incrementam a experiência de uso do *microblog*, sendo que elas são responsáveis por agrupar conteúdos e mensurar quais assuntos e tópicos são os mais comentados. Entendendo a escrita e o uso das *hashtags* como uma hibridização da escrita na *Internet* temos a emergência de uma economia baseada no compartilhamento de significações. Onde entende-se a perspectiva histórica que alia tecnologia e consumo. Jenkins (2014) faz uma aproximação que auxilia no entendimento da telenovela como uma espécie de marca. A partir disso, pode-se entender a participação significativa como um desdobramento de consumo, entendendo a mídia como uma empresa, que gera lucros que nem sempre são necessariamente números.

Assim como fãs de novela declaram com regularidade que o “programa é de propriedade deles” e têm voz ativa sobre a direção a ser tomada pela produção, os membros das “comunidades de marcas” frequentemente têm voz ativa sobre as questões relacionadas aos serviços ao consumidor e são críticos no que diz respeito às decisões de negócios tomadas pelas empresas, sentido que seu apoio fervoroso aos produtos torna-os parte interessada e ativa na marca. As comunidades de marca podem então desempenhar um papel de fiscalização. Elas poderiam apoiar com entusiasmo uma marca que as serve, mas também estão propensas a exigir mudanças no comportamento corporativo ou nos produtos quando acham que uma empresa está agindo de modo contrário aos interesses de seus consumidores. (JENKINS, 2014, p. 207. Grifos do autor)

No cenário da convergência, sobretudo no contexto brasileiro, a *Internet* é uma plataforma estratégica de distribuição, inclusive de conteúdos televisivos. A TV brasileira tem investido de forma crescente em convergência. Fechine (2011, p.17) indica que: “como parte do esforço para manter e atrair públicos, as grandes emissoras de televisão começam a tirar proveito da convergência, investindo mais fortemente no emprego articulado de outras mídias para expansão da experiência televisiva, adotando um conjunto de estratégias conhecidas com transmidiação”. Indicou-se anteriormente, que o decorrer desta análise irá se debruçar sobre um produto midiático da Rede Globo – a telenovela “Verdades Secretas” (2015). Fechine (2011) em suas publicações no OBITEL, destaca que a Globo, maior conglomerado midiático do Brasil, foi a primeira emissora brasileira que buscou incorporar o modelo americano transmidiático de forma que não fossem apagadas as identidades nacionais dos produtos brasileiros.

Há um certo privilégio da ficção seriada para o desenvolvimento dessas estratégias em perspectivas convergentes. As características do fenômeno da coalisão dos meios, vão ao

encontro as características históricas da telenovela, como a folhetinização e os universos lúdicos, por exemplo. Nesse sentido, pensar a integração das mídias é também revisitar o que faz uma telenovela ser uma narrativa seriada ficcional com tanto fôlego e vitalidade ao longo de sua história.

[...] a experiência internacional já indicava que a ficção seriada era um campo privilegiado para as experiências transmídias, nada mais natural que, no Brasil, dirigíssemos o olhar para um mesmo lugar de produção. Não temos aqui, no entanto, uma tradição forte na produção de seriados. Justifica-se, assim, a escolha pela observação das telenovelas, um dos principais gêneros ficcionais brasileiros pautados pela serialização, características fundamentais das experiências transmídias. (FECHINE, 2011, p. 18)

Nesse sentido, entende-se a transmidiação como a lógica da convergência, de modo que, como descreve Jenkins (2010, p. 188) a narrativa transmídia “representa um processo no qual um conjunto de elementos de uma ficção estão dispersos sistematicamente por múltiplas plataformas com propósito de criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento”. A continuidade da narrativa em múltiplas telas trata-se de uma expansão do seu enredo. Dessa forma, com a fluidez, as histórias acabam por integrar ainda mais o cotidiano da audiência, pois a cada mídia percorrida pela narrativa, novos sentidos são formados e de certo modo, outros são complementados e reordenados. O fenômeno transmídia faz parte dos conglomerados midiáticos, pois na contemporaneidade o que se busca é explorar ao máximo os produtos em diferentes plataformas.

O consumo torna-se uma prática cultural balizada pelo *cross media*²², pois parece não fincar-se em nenhum meio, visto que o seu estímulo ocorre em um movimento cíclico. A *Internet* ocupa o cerne dessas questões, de forma que trata-se de uma tecnologia que altera os limites temporais e espaciais da vida em sociedade. Trazendo tais reflexões para entender a telenovela na contemporaneidade, nota-se que cada vez mais as narrativas não “morrem” depois de sua exibição. Se antes aquilo que era assistido iria para um “livro de memórias”, hoje pode-se documentar e acessar tais memórias de forma lúdica no “novo” livro de memórias que são as postagens das redes sociais digitais. Apesar da diversidade dos meios, a busca é também pela intertextualidade entre as mídias. Há uma preocupação com o comercial, mas o cenário da convergência tem um apelo muito mais estético que econômico. Dessa forma, a transmidiação vislumbra a formação de um universo narrativo ficcional difuso, mas

²² Cross media vem do inglês e significa “cruzar” – ou “atravessar” – a mídia, ou seja, levar o conteúdo além de um meio apenas. (Bruno Scartozzoni, consultor de *Storytelling*. Disponível em: <http://www.midiatismo.com.br/vamos-entender-a-diferenca-entre-crossmedia-e-transmidia-cirandablogs>)

que faz sentido em uma perspectiva geral. Já as ações *cross media* são indicativos de que uma só mídia não é mais suficiente para comunicar uma mensagem.

Tem-se na cultura da convergência um consumidor cada vez mais ativo e versátil em suas práticas. Se antes uma telenovela era contemplada apenas na televisão, hoje abre-se um leque de múltiplas sensibilidades para essa narrativa. O usuário do *Twitter*, por exemplo, é um retrato desse consumidor ativo e plural. A dinâmica dessa rede social digital é pautada plenamente pela participação e diversidade, fala-se de tudo e conversa-se muito sobre TV. A conexão é palavra de ordem, pois: “a capacidade do público de empregar redes sociais para se conectar de maneiras novas, moldando ativamente a circulação desse conteúdo e desenvolvendo habilidades tanto para filtrar quanto para se envolver amplamente com produtos espalhados nas distintas mídias”, (FECHINE, 2011, p. 25) é uma realidade. Os espectadores são agentes criativos que buscam sentidos e relações entre a sua própria vivência e as narrativas ficcionais a partir do consumo das mesmas em um cenário de múltiplas telas.

Vale ressaltar, que na cultura da convergência, há sempre o objetivo de gerar engajamento entre o consumidor e as narrativas. Porém, o sentido de complementação dessas narrativas é uma característica peculiar do fenômeno transmídia. Para entender as *hashtags*, é necessário compreendê-las como estratégias que têm sua gênese na propagação de conteúdo, de forma que: “um conteúdo repercute ou reverbera o outro, colaborando para manter o interesse, o envolvimento e intervenção criativa do consumidor de mídias no universo proposto, mesmo que não desempenhe, a rigor, uma função narrativa” (FECHINE, 2011, p.26). Em linhas gerais, busca-se aqui entender que rumos tomam essa “conversa” provocada pelas estratégias transmidiáticas e pelo cenário convergente das mídias, entendo que pode-se considerar as *hashtags* como uma “materialização” de uma comunidade de interesse acerca de uma telenovela.

Fechine (2011) e os demais pesquisadores e pesquisadoras do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (OBITEL)²³ vem realizando ao longo de suas publicações um esforço teórico para não apenas “encaixar” os conceitos desenvolvidos por Henry Jenkins em seus estudos acerca da dramaturgia brasileira. Quando a autora parte para a análise dos produtos ficcionais brasileiros, sobretudo as telenovelas, ela dialoga com os conceitos de

²³ Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL), projeto internacional com pesquisadores de 12 países, publica resultados no Anuário Obitel em português, espanhol e inglês. Projetos finalizados: Nações e Narrações: a Telenovela Brasileira no Cenário Internacional; Nações e Narrações Televisivas: para um Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva; A telenovela como narrativa da nação: a recepção em nova chave; Um estudo de caso de ficção televisiva e transmidiação: a TV Globo (em andamento). Todos apoiados pelo CNPq e parcerias com Ibope Mídia e Globo Universidade. O CETVN realiza seminários nacionais e internacionais. Os pesquisadores publicam em periódicos Qualis e apresentam trabalhos em eventos nacionais e internacionais. (Fonte: OBITEL, 2017)

Jenkins, porém insere doses de identidade nacional para subsidiar o que seria um conceito brasileiro de transmídiação. Nesse sentido, o emprego do termo é:

[...] para designar, de modo mais amplo, toda produção de sentido fundada na reiteração, pervasividade e distribuição em distintas plataformas tecnológicas (TV, cinema, *Internet*, celular e etc.) de conteúdos associados cuja articulação está ancorada na cultura participativa estimulada pelos meios digitais. A transmídiação pode ser pensada, nessa perspectiva, como uma das lógicas de produção e recepção (consumo) de conteúdos no cenário da convergência. (FECHINE, 2011, p. 27. Grifos do autor)

Ao falar de transmídiação, reporta-se à um convite para uma experiência lúdica, que tem a imaginação como centro e a narrativa como base. Os textos buscam transformações durante os processos de recepção e são os aspectos de memória que irão afetar as narrativas fazendo com que elas tragam outras nuances de estética, que em muitas vezes se diferem do sentido primário do seu entendimento. Diante desse universo lúdico, entende-se que as *hashtags* desempenham essa funcionalidade (lúdica/imaginativa) que versa escrita, economia, narrativa e memória. O *Twitter* pode não ter uma função totalmente narrativa, mas o seu uso para “comentar” a telenovela integra um ambiente que gira em torno de um mundo ficcional.

No contexto brasileiro, quando fala-se em um “padrão” de telenovela, reporta-se as produções desenvolvidas pela Rede Globo, como destaca Lopes (2009). Além de ser um padrão alcançado ao longo dos anos pela emissora, trata-se também de um modelo popularizado que acaba por direcionar grande parte da produção seriada televisiva de todo o país. Nesse sentido, pensa-se em como o universo transmídia abre a possibilidade para a articulação de memórias individuais e coletivas no *Twitter*, utilizando a telenovela como gênese dessas significações e identidades a serem discutidas. Desse modo, compreende-se como a *Internet* completa a transmissão da TV, de forma que especialmente no *Twitter*, ficam dispostas diversas informações que tornam-se acessíveis entre si.

Na medida que a *Internet* torna-se um complemento para as transmissões televisivas, roteiristas, e produtores passam a trabalhar para audiências mais sofisticadas, capazes de seguir a história em maiores detalhes e por períodos mais longos, estendendo a capacidade de transmissão da TV também como material exclusivo. (FECHINE, 2011, p. 32)

O público e o seu reconhecimento são cruciais para a adoção de estratégias transmídias. Como indicado anteriormente, a própria estrutura da telenovela e suas matrizes culturais vão ao encontro das características de projetos transmidiáticos. Lopes (2009, p. 22) define estruturalmente o que é uma telenovela: “a telenovela brasileira, tal como a

conhecemos hoje, pode ser definida como uma narrativa ficcional de serialidade longa, exibida em episódios diários (seis dias por semana) e termina por volta de 200 capítulos (tem duração média de oito meses)”. Ao falar da articulação entre telenovela e *Internet*, é necessário investigar como os imaginários passam a ser detalhados nas duas mídias e como experiências subjetivas passam a ocorrer por meio dessas extensões narrativas. Tem-se agora, um mundo ficcional que se desenvolve na telenovela e de uma experiência “real”, que pode ser vivenciada ao comentar uma narrativa no *Twitter*, por exemplo.

No processo de propagação dos conteúdos, o *microblog Twitter* assumiu um papel de destaque. A criação de um *Twitter* de divulgação da telenovela tornou-se regra. O número crescente de seguidores colocou rapidamente para a emissora um dos problemas provocados pela “morte súbita” da telenovela: o que fazer para não perder esse público com o final da história? A resposta encontrada foi a criação, a partir de 2011, de uma conta no *microblog* para o conjunto das telenovelas. (FECHINE, 2011, p. 49)

A telenovela pode ser considerada como uma narrativa à frente do seu tempo, visto que, a imersão do seu público no universo ficcional ao modos de Jenkins (2008) já ocorria antes mesmo do cenário da convergência midiática. O envolvimento com a circulação de conteúdos nas redes sociais digitais passa a ser um novo “termômetro de sucesso” para as telenovelas, sendo que em algumas ocasiões a reverberação dessas narrativas nas redes é tida como reconhecimento de um bom trabalho ou pelo menos como indicativo de uma singularizada mobilização de audiência. No *Twitter* observa-se essa relação direta entre público e engajamento, sobretudo em relação a produtos midiáticos de entretenimento. Ao observar tais redes, o “clima” notado é de conversa, sendo que: “as conversas provocadas pelas telenovelas não dizem respeito apenas ao destino dos personagens e aos caminhos que a história tomou ou pode tomar. Tratam-se também de problemas sociais e dilemas morais que estão subjacentes às situações vividas pelos personagens ou às suas caracterizações” (FECHINE, 2011, p.42). Tais observações permitem entender a telenovela para além do senso comum amplamente preconceituoso e limitado.

Retomando as matrizes culturais da telenovela, amplamente discutidas por Jesus Martín-Barbero (2015), nota-se que as experiências de envolvimento e continuidade no cenário da convergência, têm suas origens na folhetinização. O folhetim era simultaneamente um recurso econômico para aumentar as vendas dos jornais e também um recurso cultural de contagem de histórias em pedaços para que elas pudessem fazer sentido como um todo posteriormente. Fechine (2011) aponta para uma estagnação da narrativa após o seu fim. No entanto, questiona-se nesta pesquisa tal afirmação, pois na contemporaneidade algumas

narrativas permanecem tecendo sentidos mesmo após a sua exibição, justamente pelo desenvolvimento de estratégias lúdicas no cenário da convergência. E é nesse sentido que caminham as indagações aqui presentes, pois a retroalimentação dos conteúdos da trama é o que faz pulsar a vida de cada narrativa. A conversa continua no sofá, mas ela é também digital, indicando assim uma mudança no consumo televisivo contemporâneo.

Nesse sentido, os estudos acerca da convergência midiática e das estratégias de transmidiação no Brasil, devem afastar-se de meros encaixes teóricos, pois o lugar de produção de cada narrativa seriada ficcional é crucial para o entendimento de como essas narrativas apreendem o cenário convergente no qual estão inseridos. Desse modo, ao levantar tais discussões, se ressignifica os próprios conceitos de convergência e transmídia, que em sua maioria são importados da Academia e do mercado norte-americano. A telenovela, por exemplo, é um gênero que dita de forma potencial muitas ocorrências comunicacionais que não aconteceriam em outros mercados. A conversação em torno das telenovelas sempre existiu, é histórica – ainda que em alguns momentos esteja mais pulsante ou mais tímida. Desse modo, entende-se a tecnologia como uma mediação que inaugura usos, mas que não é determinante e nem apocalíptica. Compreende-se aqui que a *Internet* e as redes sociais digitais ampliam a experiência lúdica entre espectador e telenovela, porém as significações culturais e identitárias são muito mais provenientes de um passado (memória) do que instantâneas, tecnológicas e fugazes.

Para chegar até as *hashtags* como objeto de análise, toma-se como base o processo de análise e categorização das postagens proposto por Fechine (2013) em quadro publicado no livro “Estratégias de Transmidiação na Ficção Televisiva Brasileira”²⁴ que faz um apanhado das estratégias e os conteúdos encontrados no projeto transmídia das telenovelas.

²⁴ A publicação é resultado dos estudos realizados por pesquisadores do Obitel. A responsável pela organização da publicação é Maria Immacolata Vassalo de Lopes e o livro foi lançado pela Editora Sulina em 2013.

Figura 2: Estratégias e Conteúdos Transmídias

Estratégias	Conteúdos	
PROPAGAÇÃO	Conteúdos reformatados	Antecipação
		Recuperação
		Remixagem
	Conteúdos informativos	Contextuais
		Promocionais
EXPANSÃO	Conteúdos de extensão textual	Extensões narrativas
		Extensões diegéticas
	Conteúdos de extensão lúdica	Extensões vivenciais
		Extensões de marca

Fonte: Fechine (2013, p. 37)

Com base em Fechine (2013) consegue-se explicar o quadro exposto com o objetivo de dissecar as estratégias e exemplificar os conteúdos oferecidos em cada categoria. Nas estratégias de *propagação* tem-se os *conteúdos reformatados*, que são aqueles que não oferecem informações novas ao espectador, pois foram ofertados anteriormente na mídia regente (TV). Os conteúdos reformatados podem ser de: (a) antecipação: que trazem informações resumidas de um conteúdo produzido. Ex.: teasers²⁵ e resumo das novelas. (b) recuperação: resgate do discurso da telenovela por meio da *Internet*. Ex.: exibição de uma seleção de cenas na *fanpage* ou uso de expressões que denotem rememoração – “quem vai ficar com saudades?”. (c) remixagem: falas dos personagens compiladas com outro efeito. Ex.: paródia, sátiras.

Os *conteúdos informativos* se referem às informações associadas ao texto de referência da telenovela. Esse conteúdo possui cunho enciclopédico e busca “educar” o espectador alinhando universo ficcional e fatos reais e históricos: (a) contextuais: buscam fazer com que o consumidor se envolva com o universo da história. Ex.: a novela *Lado a Lado*²⁶ que remontou o cenário correspondente à cidade do Rio de Janeiro no site da Rede Globo no recorte temporal em que a telenovela se passava. (b) promocionais: são estratégias de

²⁵ Recurso de rádio, televisão ou publicidade para estimular a curiosidade do público em relação a uma notícia, um programa, um anúncio, uma campanha, que só depois se farão conhecidos.

²⁶ Novela da faixa das 18h. A história foi protagonizada por jovens que lutavam por amor e liberdade, em meio às transformações sociais do Rio de Janeiro no início do séc. XX. A produção conquistou um prêmio *Emmy*.

comercialização e consumo. Buscam vender o mundo encenado. Ex.: exibição de *making off*, bastidores e Estilo TV²⁷.

Nas estratégias de *expansão* presencia-se o alargamento e transbordamento narrativo que interfere no entendimento do universo ficcional. Para tais tem-se os conteúdos de: (a) expansão textual: são desdobramentos narrativos que influenciam na sequência das ações. Entrelaçam e encadeiam conteúdos. (b) extensões narrativas: produção de textos complementares, novas narrativas desenvolvidas e prolongamento do discurso. Ex.: Os filmes “Os Normais”, “Giovanni Improtta”, “Crô”²⁸ e a presença das personagens da novela *Cheias de Charme*²⁹ na programação da Rede Globo.

Nos conteúdos com *extensões diegéticas* tem-se a oferta e conteúdo adicional. Porém estes conteúdos não têm influência direta sobre o curso das ações na telenovela. Ex.: blog de personagens, perfis de personagem no *Facebook* e *Instagram* e galeria de fotos. Eles se configuram como apêndices narrativos que funcionam como auxiliares de ornamentação. Os conteúdos de *extensão lúdica* visam manter vínculo identitário com os espectadores e dividem-se em: (a) extensões vivenciais: que em sua maioria avaliam o conhecimento do público perante a trama e envolvem o consumidor através da cultura participativa. Ex.: *quiz*, *games*, uso de *hashtags*. (b) extensões de marca: que buscam envolver o espectador a fim de torná-lo um consumidor do universo ficcional de forma simbólica. Ex: produtos Globomarcas³⁰.

Colocadas as estratégias, chega-se à categorização de Fechine (2011) acerca do uso das *hashtags* como uma extensão lúdica da narrativa ficcional. Esses conteúdos encontram-se dentro das estratégias de expansão que são aquelas que alargam o entendimento do telespectador diante do universo ficcional. Os conteúdos de extensão lúdica visam manter um vínculo identitário entre a narrativa e seus espectadores. No caso do uso da *hashtag*, localiza-se uma extensão vivencial, que em sua maioria avalia o conhecimento do público perante a trama e envolve o consumidor através da cultura participativa. Formando em torno da história uma comunidade de interesse e memória.

Booth (2015) propõe o entendimento de uma hierarquia social que se dá por meio das comunidades de interesse formadas a partir das significações que emergem dos

²⁷ Plataforma de entretenimento da Rede Globo acoplada no Portal GShow no endereço: <http://gshow.globo.com/assuntos/estilo-tv/>.

²⁸ Produções cinematográficas da Globo Filmes.

²⁹ Novela exibida em 2012 na faixa das 19h. Contava as aventuras e desventuras de três amigas que trabalhavam como empregadas domésticas, mas sonhavam com a fama e o sucesso. (Fonte: Memória Globo)

³⁰ É uma loja virtual de produtos licenciados da Rede Globo. São CDs, DVDs, livros e outros produtos licenciados oriundos da programação da Rede Globo, que são comercializados em forma física.

desdobramentos narrativos. Para ele, as comunidades de fãs estão relacionadas diretamente com o entendimento aprofundado do texto, com a devoção pela atividade que pratica e pela qualidade de produção. Colocando essas características como “lupa” para entender a engenharia social do consumo da telenovela por meio do *Twitter*, vê-se que: o entendimento do texto se desdobrará na capacidade de formatação do *tweet* e do seu potencial de compartilhamento; a devoção pela atividade une dois hábitos (um tradicional e outro basicamente “novo”) que é o de assistir telenovela e o de comentar tal programação no *microblog* e a qualidade da produção está na possibilidade de reformatar um conteúdo que ainda assim faça sentido para determinado público.

Diante da dinâmica que liga escrita, *hashtags* e narrativa entende-se que a tecnologia sempre traz um novo valor para o “eu”. Assim, o texto é mais que uma prática de leitura e/ou escrita, ele é também um recorte de poder. Nessa perspectiva, o poder se liga diretamente ao consumo, mas não se limita a uma capacidade de compra e venda, mas sim no domínio cognitivo para que de fato o telespectador/usuário tenha uma participação significativa frente às narrativas e ao desdobramento das mesmas nas redes sociais digitais. Dessa forma, Foucault auxilia o entendimento da escrita em um sentido amplificado de transformação e poder. Para ele, escrever:

[...] permite aos indivíduos efetuar por seus próprios meios, ou com a ajuda de outros, certo número de operações em seus próprios corpos e almas, pensamentos, conduta e modo de ser, assim como a transformar a si mesmos a fim de atingir determinado estado de felicidade, pureza, sabedoria, perfeição ou imortalidade. (FOUCAULT, 1988, p. 9)

A tecnologia digital traz mudanças para os rituais midiáticos. A contemporaneidade é uma fonte de dispersão, entretanto das redes sociais digitais vêm se mostrando espaços férteis para a congregação de pensamentos que em primeira instância pareciam muito subjetivos e dispersos. Tem-se novas e variadas culturas participativas, que cada vez mais são mediadas de forma pouco controlada. Ideologias e hegemonias são cada vez mais plurais, dando assim abertura para as mais diversas expressões. As vozes que dão sentido aos textos são parte dessa audiência dispersa com pontuais espaços de integração. Dessa forma, a economia é cada vez mais lúdica e a escrita é proporcionalmente mais híbrida. As *hashtags* são exponenciais exemplos dessas novas práticas de escrita do cotidiano. Entende-se assim, que, as redes sociais digitais, em especial o *Twitter*, reconfigurou o modo de assistir telenovela e alterou a sua reverberação no âmbito social.

2.5.4 Memória em Rede

Para fomentar a discussão acerca da memória, este trabalho aproxima-se mais das Ciências Humanas, sobretudo da História. Para embasar essa análise, propõe-se um curto percurso, mas de forma objetiva entre três autores que reconfiguram o estudo da memória enquanto força motriz e transformadora da contemporaneidade, são eles: Andreas Huyssen (2014), Maurice Halbwachs (2003) e Pierre Nora (1993). Ressalta-se aqui, que os escritos desses autores muito tem a ver com o estudo da memória em um contexto traumático (guerras, opressões, disputas raciais, políticas e econômicas), porém a discussão se amplia quando para tratar desses contextos eles sistematizam relações entre memória, história, meios de comunicação e cultura. A escolha deles não é aleatória pelo simples fato de tais figuras “falarem de memória”, mas a conversa com esses autores/ensaístas vai no sentido de que em algum momento de suas reflexões, eles consideram os meios de comunicação, as artes, a literatura e a estética com parte do processo de memória das nações e das pessoas.

Huyssen (2004) discorre sobre como as experiências estéticas do mundo contemporâneo, as práticas artísticas na atualidade e as novidades tecnológicas e midiáticas alteram a percepção de memória no tempo. Surge portanto um novo tipo de estudo sobre a memória que é balizado pela globalização e seus efeitos de sentido. Huyssen considera que a globalização é o cerne da contemporaneidade e que portanto deve ser investigada para além de uma condição verticalizada. Há uma relação conflituosa em volta do tempo atualmente, que altera até mesmo a ideia do que é arte, sobretudo na diferença de percepção dos estudos europeus, norte americanos e latinos. Observa-se que especialmente na Europa há uma certa relutância em estudar questões “provincianas”, tanto no que diz respeito à localização, quanto ao público. Apesar de ser quase inviável construir um pensamento, até mesmo contra hegemônico, sem tomar como base os autores europeus, compreende-se que hoje eles (pensadores e teorias) são muito mais parâmetros que verdades absolutas.

A discussão acerca da temporalidade é retomada com o modernismo e com o discurso da globalização. Tais discussões trazem à tona aspectos da memória individual e coletiva da sociedade, que diante dos acontecimentos históricos de violência (Nazismo, Guerras Mundiais e etc.) acabam por protagonizar os estudos de memória. Apesar de analisar a memória em contextos específicos, as heranças teóricas desses estudos vão além de seus objetos, o que para este trabalho é crucial, pois utiliza-se a base dessa discussão sociológica e histórica para entender questões relativas às narrativas ficcionais, à TV, redes sociais digitais e o entretenimento. O grande tensionamento da memória em relação à mídia é a relação entre a

cultura midiática de massa e a suposta “cultura superior”, que são a base para o debate. Ao falar dos meios TV, rádio e *Internet* identifica-se uma linguagem audiovisual, que imbrica-se ao imaginário e altera a memória em determinado tempo.

É necessário também problematizar o debate da memória coletiva, que vai no sentido de entender que a globalização é transnacional e horizontalizada. “Toda lembrança baseia-se na mobilização e no apagamento” (HUYSEN, 2014, p.15), portanto ao construir um texto, um vídeo ou até mesmo uma postagem em redes sociais digitais, há aspectos escolhidos para se sobressaírem e acumular *likes* (mobilização), mas também existem aspectos que são deixados de lado em um apagamento que pode ser proposital ou não. Cercados por um presente atemporal, observa-se como a literatura das telenovelas e a capacidade enciclopédica das redes sociais digitais alongam a vida útil das narrativas. Na contemporaneidade, um *like* pode trazer todo um passado para o presente em segundos. Fica-se diante daquilo que Huyssen (2014) define com “museologização da vida cotidiana”, que fica muito mais intensa com as ferramentas disponíveis na *Internet*.

O que vive-se na contemporaneidade “são mudanças contínuas nas estruturas da temporalidade vivida e novas percepções do tempo e do espaço nas sociedades midiáticas contemporâneas” (HUYSEN, 2014, p.16), onde a globalização figura como um conjunto de transferências culturais laterais e não verticais. Diante disso, cabe repensar as questões estéticas das artes visuais na contemporaneidade. A discussão de memória, além de histórica é também sociológica, assim como deve ser o estudo das redes no âmbito das ciências sociais, que atualmente está muito fixado na tecnologia e que de certa forma tem se afastado do capital humano – o que é preocupante. No entanto, busca-se aqui uma aproximação entre a ideia de redes e a concepção da memória, no sentido de entender que os aspectos culturais e humanos não são apagados pela tecnologia e nem supostamente utilizados como “marionetes” passivas de processos de comunicação.

Para Castells (1999) um mundo globalizado é um mundo em redes. Assim em diferentes escalas toda sociedade é global, portanto a organização em rede é uma estrutura social. Para ele, na atualidade, a sociedade em rede se estrutura por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) que são as bases para existência do meio técnico-científico-informacional. Castells ressalta que o conhecimento e a informação sempre foram centrais na sociedade, por isso, considerar só agora considerar o arranjo social como “informacional” é de certa maneira negligenciar toda uma historicidade social. O que é de fato novo são as bases eletrônicas que através dos desdobramentos tecnológicos abastecem com novas capacidades uma velha forma de organização social - que são as redes.

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é uma estrutura formal [...] É um sistema de nós interligados. E os nós são, em linguagem formal, os pontos onde a curva se intersecta a si própria. As redes são estruturas abertas e evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objetivos de *performance* para a rede. (CASTELLS, 1999, p.20. Grifos do Autor)

Entendendo as redes como formas de engenharia social, onde as ações coletivas balizam até mesmo o individualismo - que aqui não é entendido como sinônimo de isolamento, mas sim como ações grupais que são orientadas por valores, interesses, afinidades e projetos individuais. Compreende-se como o caráter coletivo das redes vai ao encontro dos aspectos grupais da memória. Onde estão os lugares de memória em tempos de aceleração da história? Nas telenovelas? Nas redes sociais? Na TV? Pierre Nora (1993) fala da relação entre coletividade e memória e de como ambas são carregadas pelos grupos vivos. Além de ressaltar sua natureza evolutiva, que assim como as redes, estão em constante movimento e aperfeiçoamento.

A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações. (NORA, 1993, p. 9)

É interessante perceber como Pierre Nora (1993, p.08) ainda que em um cenário não potencializado pelas TIC's consegue identificar que: “o mundo inteiro entrou na dança, pelo fenômeno bem conhecido da mundialização, da democratização, da massificação, da mediatização”. A “dança” a qual ele se refere é o desmoronamento da memória, que para ele passa a ser vivida em “lugares” e que nunca alcança a sua totalidade. Diante disso, há um movimento de alteração na percepção histórica da sociedade que é balizado pelos meios de comunicação. Dessa forma, “é o modo mesmo da percepção histórica que, com a ajuda da mídia, dilatou-se prodigiosamente, substituindo uma memória voltada para a herança de sua própria intimidade pela película efêmera da atualidade” (NORA, 1993, p.8). Tais reflexões permitem compreender como a memória atual torna-se uma espécie de vestígio e trilha, que de certa forma, precisa ser buscada e acionada. “Se habitássemos ainda nossa memória, não teríamos necessidade de lhe consagrar lugares” (NORA, 1993, p.8), é assim que o historiador francês compila sua tese de que a memória se encontra fragmentada (e quase inexistente) na

contemporaneidade e por isso os gestos cotidianos e as ritualizações são o que trazem a “materialidade” da memória de volta ao convívio social.

A memória na atualidade acaba sendo uma película da intimidade de cada indivíduo, que de certo modo acaba por demonstrar a própria efemeridade do tempo. O fato é que não habitamos a totalidade da memória, por isso a ela são conferidos lugares. A memória é fruto da coletividade, pois emerge dos grupos que por meio dela se unem. Entendemos com Halbwachs (2006) que há tantas memórias como existem grupos sociais, elas por natureza são múltiplas, coletivas, desaceleradas, plurais e individualizadas. A memória é um fenômeno sempre atual, no sentido de ser uma realidade que pode “vir a ser ou tornar-se”. É um elo de eterno presente, um exercício de rememoração mágico e afetivo, que é sempre flutuante e acessível aos que ativam o seu uso.

Dentro da discussão desta pesquisa consideramos o *Twitter* e a telenovela como lugares de memória, visto que, a memória se enraíza no concreto, na imagem, no objeto e no gesto. Assim, como propõe Nora (1993), os lugares de memória seriam espaços que dariam a sensação de que não existe memória espontânea, mas sim que a memória é sempre uma válvula que precisa ser acionada. É necessário criar, mas também é preciso manter hábitos e rituais que balizam a ação humana para que a memória seja trazida à cena. O *Twitter*, enquanto rede social digital, e a telenovela como narrativa seriada ficcional que “folhetiniza” a vida são lugares de celebração, onde não entende-se a nação como um todo, mas onde existe uma palpitação simbólica daquilo que pode vir a ser o “real”.

O mundo moderno requer historiadores. Mas quem seriam os historiadores deste tempo para além daqueles presentes na Academia? Segundo Nora (1993, p.9) onde há “rastros, distância, mediação”, existe história. Não seria possível então, vislumbrar tais variáveis no consumo de narrativas ficcionais seriadas (telenovelas) na *Internet*? De forma que nota-se, apesar de uma distância geográfica, rastros de identidade e mediação tanto televisiva e computacional, quanto simbólica e narrativa no que envolvem as telenovelas e suas extensões lúdicas nas redes sociais digitais. De alguma forma, toda atriz e ator social contemporâneo é historiador de sua própria história em um dialogismo constante entre privado e público. Dessa forma, entende-se que:

A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente [...] porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; ela se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censura ou projeções. (NORA, 1993, p. 9)

Na contemporaneidade nota-se que a função da memória está no próprio sentimento de sua perda. É constante a estruturação de instituições de memória, que podem ser ilustradas pelos museus, por exemplo, mas também pelas próprias narrativas ficcionais que consumidas diariamente. Tem-se a necessidade de guardar vestígios e é possível compreender as redes sociais digitais como lugares de reverberação dessas memórias. Guarda-se documentos, imagens, discursos, ou seja, coleciona-se qualquer sinal visível daquilo que “foi”. A memória precisa de alguma forma se materializar, nem que o registro pareça/seja fugaz, como são a maioria de nossas interações nas mídias digitais.

A memória parece ser uma questão privada na modernidade, o que gera uma economia singular baseada nas novas identidades do “eu”. Tudo parece muito solitário, mas os limites entre individual e coletivo são cada vez mais borrados. O *Twitter*, especialmente, gera a sensação de que o usuário está falando sozinho ou apenas construindo uma espécie de diário. Mas o fato é, que as memórias estão sempre em rede e são esses mecanismos que permitem uma relação com o passado que diz “o que se é”.

É necessário que a memória esteja em algum lugar, pois é vital para o ser humano reencontrar constantemente o seu pertencimento. A existência humana também baseia-se em uma cíclica relação entre o pessoal com o passado. Como salienta Nora (1993), a memória faz de cada um “o historiador de si mesmo”. Na era digital, a busca pela constituição do sujeito é mediada por essas diversas redes de interesse e afeto, sendo necessário entender a sua própria rede para traçar uma visão sobre si próprio. Vivencia-se uma multiplicação de memórias particulares que estão sempre a um passo de tornarem-se coletivas. É um eterno dialogismo entre solidão e multidão, onde a memória figura como um “oásis” do eu na modernidade.

Os meios técnicos estão cada vez mais presentes na estrutura social e nas relações cotidianas dos indivíduos. Essa presença gera uma necessidade de competência para a realização de ações que antes não eram mediadas por tecnologias. Os meios exigem conhecimentos de como manuseá-los e procedê-los, assim a capacidade de codificação e decodificação torna-se uma instrumentalização do poder simbólico existente nesses conteúdos.

Na apropriação de um meio técnico, regras são negociadas, assim o uso da tecnologia é um exercício social baseado em certos contratos. O uso diz muito sobre o “eu” do sujeito, assim compreende-se que o consumo da telenovela e a adoção de certos tipos de mídias sociais, como o *Twitter* por exemplo, não podem ser entendidos de forma determinista e homogênea, pois as negociações estão nas tramas sociais, que são plurais para cada indivíduo.

Castells (1999) evidencia que a característica central da sociedade em rede é a transformação dos processos comunicacionais, que leva à reflexão de que entender a Comunicação é refletir sobre como cada grupo social comunicou-se em uma perspectiva espacial, temporal e histórica. No decorrer da humanidade os espaços cognitivos foram passando por transformações, mas nota-se que existem mais apropriações do que rupturas de fato. A comunicação é sempre uma negociação entre o interpessoal e o institucional, assim é um acordo de “redes de memória”, onde os níveis individuais e coletivos estão sempre em um movimento dialógico com os sistemas de comunicação midiáticos.

A memória está em rede e suas significações culturais vivem uma espécie de jogo de ressignificação constante. O indivíduo está em rede em uma dialética entre o individual e o coletivo. Habita-se uma sociedade da linguagem, que é em sua totalidade cultural. Assim, a cultura é maior via de interatividade, pois é a partir dela que os conteúdos simbólicos tornam-se significações e práticas socioculturais. Os veículos de comunicação, as redes sociais digitais e as narrativas ficcionais são lugares de escoamento e agrupamento de memórias. A comunicação envolve produção, transmissão e recepção, sendo que entender seus desdobramentos de forma a isolar uma dessas fases, é comprometer sua perspectiva de significação social.

O campo da memória coletiva tem sido alargado no decorrer da contemporaneidade, como aponta Nora (1993). No entanto, a memória coletiva sempre “esconde” memórias individuais. Pode-se fazer uma intersecção entre memória e telenovelas, sobretudo quando falamos da construção de uma ideia de “Nação”. Lopes (2003) identifica a telenovela brasileira como produto cultural televisivo que contribui diretamente para a identidade da Nação. Buscando uma aproximação de como a História é constituída atualmente, conclui-se que essas narrativas de memória permeiam as telenovelas. O que em uma perspectiva europeia estava ligado a livros, documentos e grandes guerras, aqui pode ser identificado na publicação de identidades por meio das narrativas. Dessa forma, nota-se que “História, memória, Nação mantiveram, então, mais do que uma circulação natural: uma circularidade complementar, uma simbiose em todos os níveis, científico, pedagógico, teórico e prático” (NORA, 1993, p. 11).

Trazendo a história para o âmbito das mídias digitais, nota-se como ela é reconstituída a cada postagem pessoal. Ao falar de telenovelas, observa-se como cada elemento narrativo (personagens, cenário, jogo de câmeras) está colocado de forma a instigar o “lembrar” do público. O que tem-se de fato é uma “história reconstituída” (NORA, 1993, p.12), pois diante de uma ciência social que vai em busca das questões privadas para se legitimar, nota-se que a

memória está no cerne da discussão. A memória é cada vez mais simbólica e residual, visto que ela não é somente uma “ponte” para o passado, mas passa a ser também uma legitimação para o futuro. Fixando-se na relação telenovela/*hashtags* no *Twitter*, identifica-se narrativas do “eu” acerca de narrativas que são coletivas, mas é esse consumo que interliga privado e público que reinventa a própria significação lúdica do que a telenovela se propõe a comunicar.

Há um aspecto nostálgico na “engenharia comunicacional” do *Twitter*. A própria configuração “enquanto você esteve ausente”³¹ demonstra o interesse de que o usuário tenha acesso ao que talvez possa vir a ser um “passado” para o seu perfil. A memória na contemporaneidade vive um processo de desritualização, assim como o consumo de telenovelas. Se antes a novela era um produto cultural audiovisual que buscava uma apreensão contemplativa, hoje tal ritual está muito mais fluído e agregando até mesmo outros rituais, como por exemplo o de assistir e comentar em tempo real. Porém, um aspecto é mantido, que é o da coletividade, que como aponta Nora (1993, p.13) é: “fundamentalmente envolvida em sua transformação e sua renovação”. *Twitter* e telenovela se encontram no “coletivo” e por isso ambos podem ser vistos como meios de mudança e renovação social.

Ao falar de redes sociais digitais trata-se também de ilusões de eternidade. São redes que nivelam seus usuários por princípios de reconhecimento e pertencimento e que buscam revesti-los de um caráter heroico. Ao mesmo tempo que se tem a sensação de que as participações e postagens são “espontâneas”, em uma rápida análise pode-se identificar que todas as ações “online” são balizadas por narrativas analógicas, digitais ou híbridas. Essa necessidade de construção “musealizada” do eu, vai no sentido de que:

Os lugares de memória nascem e vivem dos sentimento de que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos, que é preciso manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, notariar atas, porque essas operações não são naturais. (NORA, 1993, p. 13)

Entende-se que são nas redes sociais digitais que atualmente tem-se uma das maiores palpitações de vida simbólica. A memória espontânea trata-se de uma espécie de “dever”, pois existem diversos meios de acioná-la na contemporaneidade. Daí, a “obsessão pelo arquivo”, como discorre Pierre Nora (1993), já que constantemente vive-se assombrado pelo sentimento de desaparecimento rápido e definitivo e também pela instigação de construir uma vida virtual que seja memorável. Busca-se alargar vitalidade de todas as formas, seja com fotos e vídeos,

³¹ A cada *login* no *Twitter* uma série de “*tweets*” aparecem para o usuário, baseados em sua predileção, para que ele possa acompanhar o que aconteceu na rede enquanto ele não estava online.

ou até mesmo com depoimentos. A necessidade de tornar-se um documento midiático torna-se uma premissa na contemporaneidade.

Nenhuma época foi tão voluntariamente produtora de arquivos como a nossa, não somente pelo volume que a sociedade moderna espontaneamente produz, não somente pelos meios técnicos de reprodução e de conservação de que dispõe, mas pela superstição e pelo respeito ao vestígio. À medida em que desaparece a memória tradicional, nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, documentos, imagens, discursos, sinais visíveis do que foi, como se esse dossiê cada vez mais prolífero devesse se tornar prova em não se sabe que tribunal da história. (NORA, 1993, p. 15)

O ser humano contemporâneo é um produtor de arquivos. De certa forma, a memória enquanto fenômeno, tem suas bases horizontalizadas, visto que: “todos os corpos constituídos, intelectuais ou não, sábios ou não, apesar das etnias e das minorias sociais, sentem a necessidade de ir em busca de sua própria constituição, de encontrar suas origens” (NORA, 1993, p.17). Desse modo, existem sempre memórias particulares que buscam fazer parte de uma “memória maior”. Entendendo a memória no âmbito individual, chega-se à uma relação entre história e psicologia. Nora (1993, p.18) a partir do seu intercâmbio com estudiosos da mente, vê que: “a psicologização integral da memória contemporânea levou a uma economia singularmente nova da identidade do eu, dos mecanismos da memória e da relação com o passado”. Diante disso, cada um (singularmente) precisa reencontrar seu pertencimento, na maioria das vezes pelo consumo, a fim de construir uma relação pessoal com o seu passado. As questões de temporalidade encontram-se suspensas a medida que a descontinuidade é a marca do mundo contemporâneo.

O consumo é o grande ritual da contemporaneidade, é por meio dele que se consegue venerar o passado e de certa forma reconstruí-lo. Quando Pierre Nora fala da relação entre memória e imagem, nota-se que suas indagações vão ao encontro do que foi pensado por Walter Benjamim, quando indica que há um retorno da narração na atualidade. Dessa forma, vemos que a oralidade avança no sentido de ser considerada um recurso histórico, não apenas apegando-se ao que foi passível de escrita. A subjetividade também entra em cena para a criação e recriação das narrativas. A imagem “contada” e inserida no tempo é um fator chave para o entendimento da memória em uma sociedade que é:

[...] intensamente retiniana e poderosamente televisual. Como não fazer a ligação, por exemplo, entre o famoso “retorno da narrativa” que pudemos notar nas mais recentes maneiras de se escrever a história e o poder total da imagem e do cinema na cultura contemporânea? Narrativa, na verdade, bem diferente da narrativa tradicional, fechada em si mesma e com seu recorte sincopado. (NORA, 1993, p. 20)

A memória tem efeito literário, assim como a telenovela, como exposto no início deste trabalho. A legitimidade da memória conhece duas formas: a história e a literatura. A memória é perpassada pela intenção, de forma que é necessário ter vontade de memória. Como aponta Nora (1993) os lugares de memória vivem de metamorfose, no sentido de que suas ramificações trazem um leque de possibilidades de significação, assim como observa-se nas redes sociais digitais atualmente. Ao analisar as *hashtags* como extensões lúdicas da telenovela no *Twitter*, compreende-se o que Pierre Nora diz com “identificação de um discurso individual com outro coletivo” (NORA, 1993, p.25). De fato, é isso que emerge na rede: uma eterna articulações de “eus” com significações possíveis das mais diversas narrativas. Ao identificar os lugares de memória contemporâneos, indaga-se sobre qual história serão escritas a partir das memórias geradas nesses espaços. Há cada vez mais componentes simbólicos sensíveis ao alcance da subjetividade, de forma que o lugar de memória é: “um lugar duplo; um lugar de excesso, fechado sobre si mesmo, fechado sobre sua identidade, e recolhido sobre seu nome, mas constantemente aberto sobre a extensão de suas significações” (NORA, 1993, p.27).

Boa parte das discussões da contemporaneidade acerca das Ciências Sociais versam as temporalidades. Na modernidade, o tempo é alterado pelos meios comunicacionais e suas relações com os espectadores. As transformações culturais passam pela a integração entre meios de comunicação e práticas sociais, visto que, o tempo é tido como a peça chave para entender a sociedade. Como data Huyssen (2004, p. 2), “na década de 80 [...] os ventos mudaram e verdadeira explosão de memória nos mundos públicos e acadêmico clamava por atenção”. A partir dessa época observa-se um *boom* dos estudos de memória nas Ciências Humanas e Sociais, sobretudo pela necessidade de criar uma árvore genealógica do pensamento e da ação humana. O que instiga esta pesquisa, é também é traçar uma relação entre memória e esquecimento, de modo que, um não existe sem o outro. No campo de análise, que é o *Twitter*, indaga-se o que leva certos aspectos da telenovela a serem lembrados e comentados e outros deixados lado. A memória tem efeitos e há benefícios também na própria ação de “esquecer”.

Tratar da memória é entender a linguagem e sua crise e também valorizar o testemunho enquanto escritura da própria História. Huyssen (2004) traz em seus trabalhos o entendimento da memória a partir dos meios de comunicação de massa e da cultura. Seu foco são as questões políticas, mas ele também discorre acerca da memória e suas relações temporais. Para ele: “um dos fenômenos culturais e políticos mais surpreendentes em anos

recentes foi a emergência da memória enquanto preocupação, chave cultural e política nas sociedades ocidentais, um regressar ao passado que marca um contraste acentuado em relação ao privilegiar do futuro, tão característico das primeiras décadas da modernidade do século XX” (HUYSEN, 2004, p. 6). É como se o momento fosse de entender que lugar o sujeito ocupa no mundo e na História, e é sabido que as narrativas ficcionais e as redes sociais digitais têm muito a dizer sobre isso. Portanto, são elas e seus atores e atrizes sociais que balizam a análise deste trabalho.

A sensibilidade do tempo passa por diversas transformações. O que é passado, presente e futuro têm cada vez mais seus limites borrados. Huyssen (2014, p. 7) destaca que há um foco de mudança onde passa-se de “futuros presentes para passados presentes”. A memória então, ocupa fronteiras, de forma que a globalização é um fenômeno importante no entendimento de como questões históricas, temporais e geográficas são vividas e sentidas em cada localidade. Dessa forma:

Enquanto categorias fundamentalmente contingentes de percepção com raízes históricas, o tempo e o espaço encontram-se sempre ligados um ao outro de formas complexas, e a intensidade dos discursos da memória transfronteiriça, que caracteriza tanto da cultura contemporânea em tantas partes diferentes do mundo atualmente, prova esse ponto de argumento. De fato, as temáticas de temporalidades divergentes e modernidades de ritmos alternativos emergiam enquanto chaves de um novo entendimento rigoroso dos processos de longo prazo da globalização, que tentam ser mais do que apenas uma atualização dos paradigmas de modernização ocidental. (HUYSEN, 2004, p.8)

Nunca estar-se totalmente sozinhos. Como destacou-se em tópicos anteriores, a engenharia social em rede vai ao encontro sempre da coletividade, ainda que se disfarce em películas individualistas por muitas vezes. As redes sociais digitais e as narrativas ficcionais são expoentes desses espaços em que comungam-se lembranças, ainda que não compartilhe-se o mesmo espaço geográfico.

Nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isto acontece porque jamais estamos sós. Não é preciso que outros estejam presentes, materialmente distintos de nós, porque sempre levamos conosco e em nós certa quantidade de pessoas que não se confundem. (HALBWACHS, 2003, p.30)

Entender a dinâmica do uso das *hashtags* no *Twitter* para comentar as telenovelas é compreender como aspectos coletivos são expandidos nas redes sociais digitais, de forma que essa nova coletividade reflete-se nas questões sociais e de memória. As lembranças

individuais acabam por se dispor como coletivas de forma que nessas redes: “permanecemos em contato com esse grupo e ainda somos capazes de nos identificar com ele e de confundir o nosso passado com dele” (HALBWACHS, 2003, p.33). Dessa forma, sabe-se que as postagens irão trazer diferentes aspectos de memória, diante da narrativa híbrida que cada espectador/usuário constrói a partir do consumo daquela telenovela, porém em algum ponto essas memórias irão convergir trazendo tonalidades de uma memória coletiva.

Como apontou-se anteriormente, as telenovelas também figuram como narrativas da Nação. Há entre histórias, roteiros e personagens discursos sobre a memória de um país, ou pelo menos de determinadas cidades e regiões. São codificações da história nacional que são perpassadas por narrativas ficcionais e também por narrativas individuais. Sabe-se que a telenovela sempre teve caráter coletivo mesmo antes das redes sociais digitais. Hoje, o sofá é a rede e transborda naquilo que faz de uma narrativa seriada ficcional uma “companheira de vida”. Desse modo, partindo para pesquisa de campo, busca-se identificar resquícios de memória coletiva acerca da novela “Verdades Secretas” nos conteúdos postados com a *hashtag* “#VerdadesSecretas” no *Twitter*. A ideia é compreender a partir do recorte temporal e metodológico, como a memória pode ser um prisma por meio do qual pode-se perceber que desdobramentos culturais as narrativas seriadas ficcionais transbordam na *Internet*, sobretudo no *Twitter* - que é o foco da pesquisa.

2.5.5 Memória e Narrativas Contemporâneas

A memorialização do mundo perpassa as narrativas. Candau (2016) atenta para a busca constante pelo memorial nas sociedades modernas, de forma que para ele, o conceito de memória é tão importante quanto o conceito de cultura para a contemporaneidade. Desse modo, tem-se uma intersecção possível do seu texto com o que propõe Bakhtin (1981), pois tanto o conceito de narrativa quanto o de identidade (que é fruto da memória, para Candau), só seriam possíveis na relação dialógica que baliza toda a construção social do mundo contemporâneo. Ao refletir acerca da memória e da identidade, Candau (2016) observa que a memória trata-se de um enquadramento e não necessariamente de um conteúdo. Desse modo, ao analisar as *hashtags* acerca da telenovela “Verdades Secretas” no *Twitter*, fica-se diante de uma forma de entender e perceber o mundo a partir de uma narrativa particularizada pelos usuários da rede e simultaneamente telespectadores da telenovela.

Traçar os limites entre memória coletiva e individual é um grande desafio para as ciências humanas e sociais, de modo que para Candau (2016) o que está entre “individual” e

“coletivo” é a *experiência*. Mulheres e homens são seres sociais e culturais e acessam a sociedade e a cultura por meio das narrativas, dos meios de comunicação, das redes sociais digitais, dos grupos comunitários clássicos e de forma quase total estão imbricados (até em suas ausências) com algum produto audiovisual e midiático. Ao falar-se das mídias contemporâneas, tem-se como palavra de ordem a “conexão”, de modo que a relação entre telenovela e redes sociais digitais pode ser entendida na contemporaneidade como uma prática cultural ao observar nesse contexto “como os indivíduos chegam a compartilhar práticas, representações, crenças, lembranças, produzindo, assim, em uma determinada sociedade, aquilo que chamamos de cultura” (CANDAU, 2016, p. 11). Desse modo, nota-se que a sociedade está diante de uma nova ordenação e estruturalização do tempo, onde até mesmo a televisão se reinventa a partir do consumo em segunda tela.

Quando busca-se entender a memória passa-se também pela discussão de sua acessibilidade. Como tratou-se anteriormente, a própria engenharia comunicacional do *Twitter* é de uma rede social digital que torna o que “já passou” acessível novamente. A possibilidade desta pesquisa, apoia-se justamente na viabilidade de análise de dados postados anteriormente e que atualmente ainda estão disponíveis para busca. Em certa medida, tem-se em mãos um patrimônio de memória e identidades. À medida que cada *tweet* representa um telespectador, um usuário de mídias sociais, um ser midiático, uma subjetividade, uma memória - de forma híbrida e coexistente. A memória coletiva permite o encontro da individualidade, pois:

A memória, ao mesmo tempo em que nos modela, é também por nós modelada. Isso resume perfeitamente a dialética da memória e da identidade que se conjugam, se nutrem mutuamente, se apoiam uma na outra para produzir uma trajetória de vida, uma história, um mito, uma narrativa. Ao final, resta apenas o esquecimento. Se identidade, memória e patrimônio são as três palavras-chaves da consciência contemporânea - poderíamos, aliás, reduzir a duas se admitimos que o patrimônio é uma dimensão da memória - é a memória, podemos afirmar, que vem fortalecer a identidade, tanto no nível individual quanto no coletivo: assim restituir a memória desaparecida de uma pessoa é restituir sua identidade. (CANDAU, 2016, p.16)

A memória apresenta-se a partir de um repertório. Desse modo, ao analisar o consumo das telenovelas e seu desdobramento no *Twitter*, por exemplo, vê-se que mesmo diante de um mundo em crise e de rupturas, as narrativas são um elo de manutenção consciente do “eu”, apesar da multiplicidade e escassez do tempo. Dessa forma, pode-se entender a própria televisão, as narrativas e as redes sociais digitais como instituições de memória do mundo contemporâneo. A memória é produzida a partir de lembranças e esquecimentos e na conjuntura atual, pode-se observar que na relação entre memória e redes sociais digitais tem-se um apego pelo memorial e de certo modo uma incomodação com o presente. Ao assumir o

papel de usuário de uma mídia social, o indivíduo fará constantemente escolhas memoriais, ao definir o que será lembrado em relação ao seu próprio “eu”. Diante disso podemos identificar que na contemporaneidade:

[...] a paixão pelo memorial pode revelar uma rejeição da representação que fazemos da nossa identidade atual, projetando no passado, e por vezes, ao mesmo tempo no futuro uma imagem do que gostaríamos de ter sido, imagem obsessiva que nega as alterações e a perda, ou traços, monumentos, objetos, relíquias, ruínas e vestígios. (CANDAU, 2016, p.18)

Apesar de ser entendida como um fenômeno contemporâneo, “a memória é uma faculdade presente desde o nascimento e a aparição da espécie humana” (CANDAU, 2016, p. 19). O que pode-se analisar em seu “boom” de estudos atuais é talvez a iminência de seu desaparecimento ou de forma mais aproximativa, a sua virtualização. A busca pela memória está sempre acompanhada pela identidade, de modo que, “a memória é a identidade em ação” (CANDAU, 2016, p.18). Desse modo, entender como a memória se manifesta é também identificar como as identidades estão marcadas nos atores e atrizes sociais contemporâneos. O consumo das telenovelas, algo historicamente coletivo, passa por uma série de alterações, o que não o tornou individual, mas certamente fica-se diante de uma nova roupagem de coletividade memorial atualmente.

Candau (2016) propõe uma taxonomia para as diferentes manifestações da memória. Para o autor, elas estariam divididas em três níveis: A) a Protomemória: uma espécie de memória imperceptível, onde estão localizados os saberes e as experiências. São práticas introjetadas e reproduzidas como um condicionamento. Nesse nível, considera-se até mesmo o que não é verbalizado, mas que de alguma forma passa pelo corpo. Exemplo: abrir uma garrafa, andar de bicicleta, acenar “tchau”. B) a Memória de Alto Nível: é a memória ligada ao conhecimento e à capacidade autobiográfica. São as lembranças que dão sentido ao cotidiano e estão sempre em uma interação massiva entre memória e esquecimento. Exemplo: as narrativas cotidianas, a literatura. C) a Metamemória: é a memória que é reivindicada e ostensiva. É a representação que cada indivíduo faz da sua memória, e por isso é tão relativa. Exemplo: as postagens pessoais nas redes sociais digitais.

Neste trabalho, haverá uma recorrência de metamemórias segundo a disposição de Candau (2016). Pois, para ele, ao tratar-se de memória coletiva fala-se em sua maioria de metamemórias. Desse modo, o que norteia a discussão é o entendimento da memória coletiva vinculada ao consumo da telenovela e o transbordamento narrativo para as redes sociais digitais (em particular, o *Twitter*). Dessa forma, a memória aponta para uma maneira de viver

a integração do mundo, a partir de interações *online* e *offline*. Assistir uma narrativa sempre irá além da sua contemplação, ainda mais com a possibilidade de exploração das suas diversas potencialidades, em variados meios. Diante disso, quando fala-se de memória coletiva, ressalta-se que ela é:

uma representação, uma forma de metamemória, quer dizer, um enunciado que membros de um grupo vão produzir a respeito de uma memória supostamente comum a todos os membros desse grupo. Essa metamemória não tem o mesmo estatuto que a metamemória aplicada à memória individual: nesse caso é um enunciado relativo a uma denominação - “memória” - vinculada ao que designa - uma faculdade atestada. (CANDAU, 2016, p. 24)

A memória perpassa os sentimentos de pertencimento. Só se pode sentir parte de algo, se houver a capacidade de rememorar-lo. Candau (2016) coloca como balizador desses sentimentos de pertença, as interações sociossituacionais. De forma que, para ele, essas situações são uma soma entre: circunstância + contexto + a própria situação. Diante disso, pode-se entender os *tweets*, como formas de interação sociossituacional, à medida que cada um deles é desenvolvido a partir de uma circunstância, de um contexto e de uma situação, que em neste trabalho podem ser lidos como convergência midiática, consumo em segunda tela e telenovela, respectivamente. É necessário memorizar para pensar, de forma que ao ver uma narrativa ser “massivamente” memorizada (via *Internet*), entende-se que muito tem se pensado a partir dela. Mesmo que não exista uma pretensão pelo “eterno” ao se comunicar com uso de *hashtags*, esse cenário de lembrança é um ponto de chegada e entendimento daquilo que foi comunicado com o uso dessa extensão lúdica da narrativa.

É uma necessidade do ser humano colocar o passado em ordem em torno de uma certa afetividade. Historicamente pode-se observar como desenvolveu-se recursos audiovisuais para contar nossas histórias. Os álbuns de família se tornaram “contas” em redes sociais digitais onde nutre-se tanto perfis quanto egos. Entendendo o *Twitter* como um recurso de memória, nota-se a relação entre a memória e a escrita, de forma que vê-se como a engenharia comunicacional dessa mídia social dá a sensação de uma conversa constante entre o “eu” e o mundo. O ato de escrever redefine os lugares de memória, visto que “a escrita pode melhorar o processo de rememoração porque o alfabeto cristaliza as possibilidades auditivas de organização e fornece uma forma classificatória particularmente eficaz” (CANDAU, 2016, p.84). Portanto, observa-se no *Twitter* uma memória cristalizada por meio da escrita, mas com características peculiares de oralidade, pois trata-se de uma comunicação com “limites” de caracteres e com vislumbre de bate-papo tête-à-tête.

O ser humano tem a necessidade de classificar seus pensamentos. De forma que, a relação entre a narrativa da telenovela e sua produção de sentido no ciberespaço passa por essa carência latente de sociabilidade e demonstração do que se pensa. Os estereótipos que construídos e publicizados algo longo da existência humana são como muletas do pensamento, apesar de que algumas áreas do conhecimento leem o estereótipo como algo ruim e problemático. Para além dos juízos de valor, tem-se no estereótipo uma “ilusão” necessária de pensamento que permite que o presente seja validado. Pensar em memória a partir do repertório social de cada pessoa é refletir acerca de temporalidades distintas e próprias, visto que, a relação de cada indivíduo com o tempo é peculiar. Desse modo, a memória sempre traz pistas da mitologia pessoal e deixa escapar em certa medida o que dá estabilidade ao indivíduo em relação às representações do mundo. Tendo isto, pontua-se que a discussão de memória presente nesta de pesquisa não liga-se diretamente à cronologia rigorosa da História. Observa-se o tempo como uma associação emocional peculiar na contemporaneidade, visto que, em um cenário de aceleração da comunicação e alteração das temporalidades encontra-se algo que historicamente tem sido lembrado - as telenovelas, mas agora vivencia-se novas formas de rememoração.

Eternizar tem sido um esforço para a atual geração. O mundo contemporâneo tem oferecido pistas de que é possível ter um “pra sempre”, mas que o mesmo será curto e intenso. Como observa-se em Pierre Nora (1993) a memória é uma estrutura viva, que articula constantemente o nosso passado à uma estrutura possível (e por vezes ideal) de futuro. O passado se veste de idealização, pois nada é mais confortável do que exaltar como perfeito aquilo que já passou. Como aponta Candau (2016) o passado idealizado é uma característica humana. No cenário da convergência midiática, com a popularização das redes sociais digitais e a hipermobilidade aflorada, tem-se na comunicação em rede uma sequência de momentos que permitem que os imaginários sejam (re) construídos a partir de experiências comunicacionais. O consumo das narrativas seriadas ficcionais em múltiplas telas é um exemplo desse rearranjo de memórias.

Diante dessa possibilidade de representar materialmente o tempo a partir do *Twitter* e suas possibilidades comunicacionais, observa-se que a comunicação contemporânea, muito balizada pelo digital, pega para si essa função de representação do tempo na vida cotidiana. Ao analisar a telenovela e seu desdobramento narrativo no *Twitter*, fica-se diante de uma espécie de domesticação da memória, visto que, as narrativas possíveis dispostas no cotidiano, bebem na fonte das narrativas exibidas (talvez televisionadas) em um ciclo constante e hibridizado. Dessa forma, a narrativa seria para um marco temporal do tempo atual, podendo

ser lida até mesmo como um rearranjo de um calendário, pois “representa uma referência essencial tanto para a identidade dos indivíduos como para os grupos, quando estes se esforçam para pensar o tempo” (CANDAU, 2016, p.91). Pensar o tempo é convocar as narrativas, de formas que estas, apesar de terem um fim estruturalmente, tem o seu sentido alargado à medida que são comunicadas. O próprio fim da narrativa (último capítulo, por exemplo) é entendido como um instante peculiar, pois “para os grupos e indivíduos, representam a ocasião de fazer balanços, projetos e vislumbrar novos horizontes, momento de recapitular o passado para melhor afrontar um futuro que se apresenta sempre como incerto, e portanto, temido” (CANDAU, 2016, p.91).

Como tratou-se em tópicos anteriores desta discussão, a telenovela e seu consumo estão imbricados nas práticas cotidianas. De forma que em algum momento, por meio da linguagem, da moda, da música ou até mesmo do próprio jornalismo, algum acontecimento da telenovela estará ligado à vida do sujeito. Cada telenovela é um intervalo de tempo socialmente construído, representado e datado por seu enredo e acontecimentos que envolvem a trama. Porém, o advento das redes sociais digitais, a *Internet* e sobretudo as mídias sociais, trazem a configuração e operacionalização do “tempo real”. Ora, a telenovela desde o seu início pode ser entendida como uma narrativa do “agora”, tanto em sua influência quanto em sua reverberação entre seus espectadores. Entretanto, a Cibercultura propõe um cenário de agoridade como escolha, mas de forma ordenada.

O imperativo moderno do “tempo real”, massivamente presente em muitos aspectos da vida contemporânea, anuncia talvez uma nova relação com a temporalidade: após o homem ter procurado se liberar do tempo, e tentar domesticá-lo, as sociedades parecem hoje se submeter a ele, a ponto de ceder a uma religião do efêmero (clipes, clichês, flashes, objetos descartáveis, reportagens ao vivo etc.), antes de mergulhar totalmente no imediatismo e na instantaneidade. A era do ciber mundo e da “videoesfera” transforma radicalmente nossa experiência de temporalidade e “o instante invade a consciência”, submetida a um tempo uniforme, indiferenciado e banalizado. (CANDAU, 2016, p.93. Grifos do Autor)

Apesar da vivência de um tempo “banal”, ele ainda produz memória. O “tempo real” não é atemporal, pois em alguma medida ele faz parte de uma temporalidade. Mesmo estando diante de uma memória e de um tempo fluídos, eles não desaparecem, pois “o acontecimento em *tempo real* próprio à modernidade não acontece e nem se torna; ele vem, é tudo, sem espessura da duração, sem jamais ter sido inscrito em uma cronologia” (CANDAU, 2016, p.93). Essa constatação de que o tempo vem à tona é o que aproxima ainda mais a memória “peculiar”, que é fruto das produções de sentido das *hashtags* e sua ligação com as narrativas seriadas ficcionais. Em certa medida, há uma dúvida no modo em como se pode “habitar o

tempo” e o que fazer com as narrativas produzidas por ele. O *Twitter* figura nesse cenário como uma possibilidade (tentativa) de habitação desse tempo. Vive-se portanto, em uma temporalidade em que a memória está em ação, como pode-se visualizar nas milhares de postagens feitas diariamente nas mais diversas redes sociais digitais. Identifica-se assim o tempo e as memórias a partir dos conteúdos. Ao assistir uma telenovela é possível analisar o que “posso” e o que “quero” publicar acerca dela, tendo nesse movimento de “escolha” e reflexão um acionamento visível das identidades particularizadas e de como elas se dinamizam.

Não é objetivo nesta pesquisa chegar à reflexão de uma nova e pura memória, até porque de certa forma, quando fala-se em narrativas, tudo já foi dito, visto que, “começos inteiramente novos são inconcebíveis” (CANDAU, 2016, p.95). A telenovela é uma narrativa coletiva em essência e a partir de suas produções de sentido acaba por se tornar uma verdade singular para cada indivíduo que a recebe. Quando reflete-se acerca das narrativas seriadas ficcionais e sua relação com a memória na contemporaneidade, identifica-se um elemento comum, pelos menos aos usuários do *Twitter*, que é o uso das *hashtags*. Só na identificação dessa prática, pode-se traçar, por exemplo, uma referência às origens desse usuário e consumidor de telenovela. Ressaltando que a agoridade, que é uma especificidade no uso dessa rede social digital, pode-se salientar como “a memória do *Twitter*” é autêntica, visto que as próprias especificidades da rede levam à vivência de uma comunicabilidade singular.

Voltando-se para a engenharia comunicacional do *Twitter*, pode-se caracterizar o *tweet* como uma espécie de seleção simbólica. Ao buscar os conteúdos reunidos a partir da recorrência “#VerdadesSecretas” lida-se com um certo grau de convergência de representações a partir da linguagem, que são oriundas de um consumo em segunda tela. Nessa recorrência, identifica-se em certa medida que há “um certo grau de convergência entre as representações que cada indivíduo mantém ou se esforça em compartilhar com outros membros de grupo” (CANDAU, 2016, p. 100) no *Twitter*. Daí a perspectiva de pensar a memória coletiva acerca das narrativas ficcionais no ambiente digital.

O ponto de origem da memória coletiva estaria na própria narrativa da telenovela, de modo que “a força das memórias dependerá da coerência geral do campo memorável, quer dizer, da estruturação mais ou menos homogênea do conjunto de lembranças a partir de um momento de origem e de uma sucessão de fatos” (CANDAU, 2016, p.100). Assim, pode-se entender o *Twitter* como uma plataforma que permite que variados pensamentos, em alguma medida convergentes, possam ser organizados em torno de um interesse (uso das *hashtags*). Na contemporaneidade, esses pontos de convergência se tornam cada vez mais ocasionais,

justamente pela pluralidade de identidades e memórias que estão dispostas socialmente. Uma telenovela, um filme, um programa de TV e conseqüentemente suas extensões narrativas em segunda tela tornam-se esses novos pontos de memória coletiva que são construídas a partir e também pela cultural do digital.

No *Twitter* expresso o que é significativo pra mim diante da minha identidade. Dessa forma, a memória está ali imbricada, visto que, os conteúdos postados fazem parte do vivido. Os fatos passam a ser comunicados e consumidos a partir de narrativas diluídas, a medida que, assim como as narrativas ficcionais vivem o fenômeno da serialização, o pensamento social e a memória também vivenciam essa realidade. A memória está ligada à socialização, a partir do diálogo entre lembranças e esquecimentos. Assim como a mídia, a memória torna-se propagável na contemporaneidade, de forma que temos o retorno de uma abordagem antropológica que evidencia a necessidade do ser humano de transmitir massivamente os seus saberes e vivências. A humanidade acontece a partir da expansão da memória humana, seu armazenamento e condições de apropriação. Nesse sentido, compreende-se o *Twitter* como um lugar da memória na virtualidade, fruto do descontentamento do ser humano com suas faculdades memoriais clássicas. Assim, vivencia-se o fato de “querer saber o que eu me lembro”, a partir da necessidade de compartilhar sinais vitais e narrativos. Diante disso, observa-se que “mesmo que as capacidades memoriais estritamente humanas sejam consideráveis, o homem quase nunca está satisfeito com seu cérebro como unidade única de estocagem de informações memorizadas e, desde muito cedo, recorre a extensões de memória” (CANDAU, 2016, p.107). Daí a consideração do *Twitter* como extensão de memória e reverberação da narrativa ficcional de televisão.

Ao considerar a memória coletiva que emana das telenovelas e se propaga pelo *Twitter*, fala-se de uma memória não só ligada à acontecimentos longínquos mas também aos próximos, como por exemplo, os comentários do capítulo da novela do dia. A memória dessa forma se complexifica, pois não há uma materialidade palpável como encontra-se em museus, mas estamos diante de uma memória com intensa concentração semântica. É inegável que a escrita influencia politicamente no poder memorial, pois “a tradição escrita vai facilitar o trabalho dos portadores, guardiões e difusores da memória” (CANDAU, 2016, p.107) no entanto, a escrita é incompleta e precisa da oralidade. Dessa forma, o *Twitter* representaria uma hibridização da escrita e da oralidade, pois existe materialmente em seu conteúdo, mas é oral em sua performance. A partir disso pode-se compreender a relação entre escrita e socialização:

a escrita facilitou a socialização de um certo conteúdo memorial mais consistente do ponto de vista factual e, provavelmente, superficial, do ponto de vista das representações. Auxiliar de uma memória forte, a escrita pode, ao mesmo tempo, reforçar o sentimento de pertencimento a um grupo, a uma cultura e reforçar a metamemória. (CANDAU, 2016, p.109)

Compreender a memória coletiva na contemporaneidade é estar diante de um processo híbrido e curioso, pois “ao passo que nas sociedades tradicionais isso se faz sem mediação, por um contato vivido entre as pessoas, nas sociedades modernas a transmissão de boa parte da memória é mediatizada - livros, arquivos, computadores etc” (CANDAU, 2016, p. 110). Diante disso, tem-se um cenário de manifestações massivas da extensão da memória humana que são as redes sociais digitais. É nessa realidade de virtualização da memória que observa-se uma grande obsessão por publicizar o que recorda-se, visto que, em certa medida, a capacidade de memória do indivíduo atual encontra-se comprometida em termos psico/fisiológicos. Refletir acerca da memória coletiva e das produções de sentido das narrativas indica a própria crise das mesmas. Entretanto, tem-se nas redes sociais digitais a tentativa do controle dessa angústia, ao passo que em algum momento do dia (ou durante o dia todo) pode-se em alguma medida reencontrar a temporalidade acerca da própria existência.

2.5.6 Memória no Contexto do Ciberespaço

Falar da memória no contexto das redes sociais digitais é pensar em um processo que perpassa a experiência dos usuários dessas redes. Ao observar e relatar as memórias, rituais e representações no ciberespaço, compreende-se a presença de elementos que de alguma forma trazem comunhão e interações simbólicas a partir do afeto entre os atores sociais dessas redes. Na contemporaneidade, a relação entre tempo e lugar é reformatada pelos meios de comunicação. “Onde” e “como” estou passa pela virtualidade, e por isso tem-se formas de agregação e associação em certa medida instáveis. Ora, se me encontro é um perene “devir”, tudo posso ser, ou melhor, tudo posso vir a ser. Mas no cenário da Cibercultura, as materialidades nem sempre são o objetivo.

Em contrapartida a forte instabilidade do “eu”, tem-se como marca de estabilidade a formação de comunidades no ambiente virtual. Elas são cada vez mais pontuais e transitórias no sentido das identidades, porém reacendem a “conversa” como forma de comunicação básica e colocam os laços afetivos no centro de sua existência. Ao analisar o *Twitter* nesse contexto, pode-se entendê-lo como uma espécie de “tagarelice ritualizada” (MOSCOVICI,

2016, p.73), visto que, comunidades de interesse se formam (via *hashtags*) para debater temáticas cotidianas recorrentes, como por exemplo, as narrativas seriadas ficcionais.

A forma primeira de comunicação é a conversa fiada: falar para não dizer nada, a tagarelice ritualizada, etc. Falar sem dizer nada possui um valor muito forte e instituinte em meio a um grupo [...] somos todos “criadores de mitos” porque participamos todos da fabricação desses pequenos mitos no seio de uma comunidade, esses mitos que todo mundo fala, por assim dizer. Todos nós participamos da falação do mundo. A participação de todo o mundo na construção da realidade é importante: as guerras e as narrações dos soldados são outro exemplo importante em relação a isso. (MOSCOVICI, 2006, p.73)

Mulheres e homens são seres históricos e de história. Ao longo de suas vidas tornam-se grandes contadores de histórias e experiências. O desdobramento de uma narrativa é algo construído, observa-se até mesmo narrativas com diferentes produções de sentido de acordo com os espaços em que ela reverbera. Nesse sentido, ao pensar o *Twitter* como um desses espaços de reverberação, certamente serão encontradas produções simbólicas singulares à essa rede ou também possivelmente construções simbolicamente parecidas com outras redes/espaços. Fica-se diante de um movimento que reconfigura o entendimento de comunidade que historicamente e antropologicamente vinha sendo construído sob o imperativo da “obrigação”. Com as redes sociais digitais tem-se uma atualização da ideia do “obrigatório”, visto que, ninguém é obrigado a ingressar em uma rede social digital, mas é plantada a ideia de que ao estar nelas, em alguma medida, tem-se uma reconfiguração positiva da própria existência. Observa-se que todo movimento de entrada, conversação e alimentação dessas redes sociais digitais é constituído em conjunto assim como a memória e por isso refletir acerca da cultura no ambiente virtual é convocar a memória e suas múltiplas facetas.

A memória está ligada à capacidade de criação. Criar constantemente é o que indica latência na vida cotidiana e no pensamento social. Intimar a memória é continuar a existência, de forma que nas redes sociais digitais contemporâneas o estar constantemente “postando” coisas é o que implica em vida e papel social. Geralmente o exercício nesses espaços é de reafirmação do “eu” de maneira verbal e audiovisual. A memória está justamente nessa ritualidade, “no que eu preciso lembrar” e demonstrar aos outros que lembro e até mesmo alçando um acontecimento à categoria de algo memorável. A capacidade de recontar uma narrativa é o que permite que eternamente os seres sociais sejam produtores/reconstrutores de memória e identidade. Diante disso, ao analisar a memória coletiva, depara-se com a essência da sociedade contemporânea, que busca constantemente enquadrar seus participantes em uma existência temporal. Desse modo, a memória coletiva:

possui uma função bem precisa, que é a de conferir um sentimento de imortalidade ao grupo e aos indivíduos [...] a memória coletiva frequentemente se refere às origens. Penso que é essa a função essencial da memória em um grupo: a identidade, a coesão. (MOSCOVICI, 2006, p.75)

As redes sociais digitais possibilitam a capacidade de uma “auto representação” que pode ser transmitida em massa e instantaneamente - é aí que encontra-se a sua inovação. Tem-se ao alcance diversas ferramentas que possibilitam uma “glorificação” do indivíduo comum, que está sempre a um passo de tornar-se midiático. Em uma postagem posso alcançar milhares de “curtidas”, “compartilhamentos”, “retuítes” e “respostas”, de forma que, diversas pessoas, das mais variadas identidades, podem sentir-se pertencentes ao meu discurso. Ao ficar diante da engenharia social do *Twitter*, por exemplo, compreende-se como os indivíduos estão imbricados em novos processos de interação e iniciativa, em novas noções de pertencimento (adesão às *hashtags*) e em novas linguagens de sentimentos e afetos compartilhados. “O interessante a respeito da *Internet* é que você vê grupos que não possuem outros laços que a representação, uma ciber-representação. As pessoas nada sabem umas das outras. Elas não têm com os outros senão os laços de representação” (MOSCOVICI, 2006, p.78). Desse modo, as redes sociais digitais figuram como uma situação provisória do “eu”, na forma em que cada ator social decide viver a sua ficção nesse espaço. Aqui o sentido de ficção refere-se à capacidade narrativa de cada sujeito e não a ideia de “mentira”. A *Internet*, portanto, é um “transe” e por isso é assustadoramente real e memorial.

A memória contemporânea transforma os parâmetros de tempo e espaço. Essa transformação engloba totalmente a análise que propõe-se neste trabalho, que é o entendimento da memória coletiva que envolve o consumo das narrativas seriadas ficcionais no *Twitter*. Dessa forma, nota-se “o fato de que as memórias, nas novas formas de telecomunicações instantâneas, não podem existir senão vivas, no agora, e não mais no ‘aqui’: memória não mais ‘aqui’, mas ‘agora’” (VIRILIO, 2006, p.90). Essa espécie de “agoridade”, traz uma nova compreensão do que é a memória nesta sociedade, que passa a não ser ligada apenas a materialidade (museus, livros), mas trata-se de um processo que vai além do seu aparecimento e da sua desaparecimento tangível. Com o advento das tecnologias digitais, vive-se uma espécie de capacidade de “lembrar de tudo”, pois boa parte do nosso poder de rememoração está ligado à digitalização. Desse modo, não negamos que, em alguma medida, esta análise também fale de poder econômico, pois a memória na atualidade também reflete um poder aquisitivo. De alguma forma, é necessário “ter posses” para lembrar.

Na *Internet*, falar de memória coletiva é também refletir acerca das comunidades virtuais. Tem-se portanto, comunidades que se diferem em vários aspectos das tramas clássicas de comunidade (ligadas à família e a ancestralidade). Vivencia-se cotidianamente o surgimento, consolidação e também a própria liquidação de grupos humanos que firmam seus laços afetivos na distância, visto que, “uma comunidade não é mais uma comunidade de presença, *hic et nunc*, mas uma comunidade de telepresença, a distância” (VIRILIO, 2006, p.91). Esse “trânsito” que vive o conceito de comunidade torna-se uma das problemáticas mais latentes para o estudos sociais contemporâneos, de forma que, até mesmo uma das metodologias propostas para este trabalho - a Netnografia, modifica-se constantemente apesar da sua existência ainda curta, se comparada às demais metodologias. A proposta “comunidade virtual” é um desafio tanto teórico quanto memorial, pois o que a define é a “presença”.

Na comunidade virtual, essa presença é interativa, isto é, a pessoa não está lá apenas como uma presença física, mas como elemento de interação. Trata-se de um desafio que ultrapassa o livro e a fixidez de sua memória. Em torno da noção de interação, trama-se algo de fundamental: a verdadeira memória não é mais aquela dos fatos, mas se torna aquela de uma ação que tem lugar instantaneamente e que é uma interação. (VIRILIO, 2006, p.92)

Tendo como ponto de partida para a memória coletiva a “interação” como acontecimento, pode-se vislumbrar o *Twitter* como um lugar de memória, forjado por comunidades virtuais pontuais, que nesta análise, emergem por meio das *hashtags* e dos usuários. A partir da telepresença, tem-se um espaço de vivência, que são as redes sociais digitais, que se desdobram a partir de uma nova concepção do tempo, que agora é baseado na instantaneidade. A vida dos indivíduos, que integram essas redes, passa a desenvolver-se em um hibridismo dessas redes contemporâneas com as formas de sociabilidade clássicas. Vivencia-se então a memória do instante, aquela onde “seu lugar é o *live*. Não se trata de um ‘aqui’, mas de um ‘agora’. Nada mais é aqui. Tudo é agora” (VIRILIO, 2006, p.93). Dessa forma, inaugura-se uma memória do presente, que é viva, virtual e ligada às tecnologias de comunicação. A relevância desta análise está na possível constatação de existência de uma “nova” memória.

Existe uma memória do tempo presente, ainda pouco desenvolvida, excepcional e paradoxal, mas que logo vai se despedir que passe a ato. Creio que a ideia de memória do presente, para além da ambiguidade que ela possa apresentar atualmente, possui uma vocação para se desenvolver plenamente. (VIRILIO, 2006, p.93)

Há uma necessidade latente de problematização dessa memória do presente, pois “nessa perspectiva, as tecnologias funcionam para a memória um pouco como o telescópio” (VIRILIO, 2006, p.93). Desse modo, é a partir das redes sociais digitais que pode-se compreender a memória coletiva que está sendo construída neste tempo. Apesar de diferenciar-se da memória tradicional institucionalizada, a memória do presente não desaparece, mas ela se dilata em sua própria fluidez. As tecnologias da comunicação transformam tempo e espaço em sua essência, portanto também alteram as percepções memoriais. “A memória é uma linguagem, um utensílio de comunicação. Não há memória que não seja coletiva” (VIRILIO, 2006, p.94). Diante disso, tem-se uma relação direta entre tecnologia, memória, comunicação (narrativas) e coletividade.

A memória coletiva do presente é fruto de uma reflexão acerca da velocidade (dromologia). O aumento da memória imediata relaciona-se diretamente com o protagonismo da imagem na sociedade contemporânea. Outra variável que é determinante ao entendimento da memória na contemporaneidade é a “presença”, que acaba por não ser apenas tangível. Atualmente, “me faço presente ao outro pela interface. Isto é, por um objeto técnico que me fornece a possibilidade de estar em comunicação instantânea com qualquer um que não está ali e para quem estou ausente. Essa velocidade instantânea favorece a comunicação lá onde eu não deveria comunicar” (VIRILIO, 2006, p.98). Ao analisar a relação entre o espectador da telenovela, que também é usuário do *Twitter*, vê-se que esta interface (que engloba as *hashtags*) é o que permite que “outras pessoas saibam que ele está assistindo novela” e dessa forma a memória emerge da necessidade e possibilidade de relato, que é fruto de um desdobramento narrativo.

O *Twitter* pode ser entendido como uma interface de perenidade diante da efemeridade das imagens televisivas. O que aparentemente “já tinha ido” retorna por meio de mixagens e desdobramento de conteúdos. A memória relaciona-se com a comunicação, sobretudo a massiva (em termos de alcance), de forma que “o que serve de tela para a memória, hoje, são os sistemas, são as comunicações massivas” (VIRILIO, 2006, p.99). A memória é o que resta quando aparentemente se esquece. Ao escolher o que pontuar de uma telenovela na *Internet*, fica-se diante de um exercício político e cultural. Qualquer narrativa predispõe algum tipo de conhecimento de seus espectadores, pois é necessário que a existência seja completada por meio das informações. Dessa forma, a memória coletiva precisa da narrativa, pois sempre haverá “coisas” que precisam ser contadas e recontadas. Há portanto, uma relação entre memória, relato e narrativa, no sentido de que “há relato quando o tempo é mais curto, e o interesse das tecnologias é apenas o de dilatar a narrativa. A memória do tempo presente

consiste em dilatar esse tipo de narrativa” (VIRILIO, 2006, p.103). Diante disso, tem-se nas narrativas as grandes substâncias de cultura e identidade deste tempo, de forma que, no Brasil (e na América Latina), a telenovela protagoniza o cenário cotidiano e televisivo.

A memória do presente encontra-se na fusão entre humanidade e máquina, no sentido de que ela é uma subversão da concepção de memória que vinha se constituindo ao longo da História. Essa memória então, é fruto de experiências e vínculos de telepresença e liga-se aos aspectos de identidade. Apesar do desenvolvimento do conceito de comunidade virtual, o cenário mais recente leva a compreensão da habitação muito mais das comunidades de passagem, como o *Twitter*, pois tem-se cada vez mais uma pertença que se baseia no trânsito e não na hospedagem. Desse modo, nota-se pontos identitários em intersecção em momentos pontuais, como por exemplo, ao identificar os “*trend topics*” do *Twitter*. Ali tem-se assuntos alçados aos mais comentados e sua presença na “lista” passa pela adesão da audiência da rede. Ao ter uma telenovela entre esses temas, pode-se compreender como a memória também pode ser entendida como uma espécie de percepção da narrativa, que em certa medida é coletiva.

Warwick (2006) entende a memória como a possibilidade de vivenciar o coletivo, mas que em alguma medida é também individual. Esse individual então encontra-se em potência (no devir do coletivo), de forma que o *tweet* (postagem do *Twitter*) é uma expressão dessa dinâmica. Tem-se assim uma memória que baseia-se na troca, tanto entre humanos quanto entre humanos e máquinas. Assim, como indica Warwick (2006) vivencia-se uma simbiose que engloba máquina, rede e sociedade. Nesse sentido, retoma-se a discussão de virtualização da memória, onde em uma realidade futurística (mas também atual), compreende-se a memória por meio das máquinas e suas tecnologias, pois “é possível que no futuro, as máquinas venham a compreender melhor nossa memória do que nós mesmos, de modo que será possível controlar seu funcionamento ou implantar memória de um outro tipo em nosso inconsciente, uma memória que ainda não temos condições de dar conta” (WARWICK, 2006, p.112).

O ambiente *online* passa a fazer parte cada vez mais das relações interpessoais. Os sistemas de comunicação cotidianos estão sendo progressivamente imbricados com o uso da *Internet*, de forma que a rede social tem seu significado ligado ao “uso social e diário da *net*, mesmo que ao mesmo tempo a rede, seja pretendida como uma matriz que permite a criação de relações sociais e criações comunitárias” (RHEINGOLD, 2006, p.204). As agregações sociais desenvolvem-se agora tanto no “real” quanto do “virtual”, sendo que os mesmos não são uma oposição um ao outro. Dessa forma, as Ciências Sociais vivenciam ainda mais uma redefinição do conceito de “comunidade”. De forma que, nem toda rede social é uma

comunidade, mas toda comunidade é uma rede social. Sendo assim, tem-se em uma rede social diversas personalidades expostas a partir de variadas comunidades que constituem memória ao longo de sua existência (e também desapareição).

A memória permite aos seres humanos conquistar o tempo presente, compreendê-lo e aceitá-lo. Quero dizer que, a memória dá aos seres humanos a possibilidade de viver uma existência poética, não apenas uma existência funcional e utilitária. Se as pessoas compartilham as memórias, elas realmente possuem um tipo de existência poética. (RHEINGOLD, 2006, p.209)

Ao refletir acerca da memória e da narrativa, fala-se também de utilidades. De como as histórias e suas produções de sentido são necessárias para humanidade. No ambiente digital, a memória continua relevante, ainda que tenha novas nuances como a agoridade e a presentificação. Dessa forma, “a memória é muito importante no ambiente *online* em consideração à acumulação do capital social e em saber quem foi útil e quem não é” (RHEINGOLD, 2006, p.207). A memória e as narrativas além de serem úteis são culturalmente construídas. Ao longo da História, as narrativas sempre buscaram validar a sua coletividade. Comentar conteúdos da televisão, narrativas fantásticas, séries e telenovelas é algo que faz parte do imaginário latino-americano. A partir da memória, demonstra-se que de alguma maneira conquista-se o tempo e se tem alguma propriedade sobre ele. Na *Internet*, a possibilidade de “vencer o efêmero” se dá pela capacidade de documentação desse “instante *online*”. Os *tweets*, por exemplo, são uma espécie de “efêmero documentado” que permite compreender, por meio de seus conteúdos, as narrativas da contemporaneidade. De algum modo, o poder da palavra é “devolvido” aos indivíduos com as redes sociais digitais. Há uma capacidade disposta a fomentar espaços de discussão que em certo nível são autônomos. No entanto, a memória torna-se particular (única) em cada rede social digital, pois cada uma delas desenvolve e demanda do usuário uma expertise.

Se você não sabe como usar as ferramentas, se você não conhece a “netiqueta”, o meio próprio de se comunicar com as pessoas online e as maneiras próprias de evitar se comunicar online, então muito provavelmente não é útil. Então eu diria que, tecnicamente, o aspecto muito para muitos da Internet torna possível para muitos cidadãos se tornarem envolvidos em comunicar-se com os outros sobre suas vidas pessoais. Entretanto, o aspecto crítico é a “alfabetização”, o conhecimento de como fazer isto. (RHEINGOLD, 2006, p.209)

A comunicação e a memória são processos contínuos, portanto não há como entendê-los de forma estática. Como pontua Rheingold (2006) a *Internet* é só a mais recente mudança que impulsiona transformações no modo como a comunicação é externada. Para ele, os meios

de transporte, por exemplo, impactam muito mais as comunidades locais do que a *Internet*. Diante disso, as distâncias acabam se perdendo no contexto da contemporaneidade, sendo não tão determinantes como “termômetro” de comunicação eficaz e inovadora. Nesse cenário de fragmentação da sociedade, o que dá indícios das memórias são justamente os momentos em que os atores e atrizes sociais se reconectam de forma coletiva e estes encontros se dão cada vez mais de forma virtualizada.

CAPÍTULO III – VERDADES SECRETAS

O capítulo debruça-se na apresentação da trama, disposição dos dados e análise do *corpus* encontrado.

3.1 VERDADES SECRETAS – A TRAMA

Nesse tópico apresenta-se uma compilação de informações acerca da descrição da telenovela “Verdades Secretas” no *site* Memória Globo, que se dispõe a resgatar a história das produções veiculadas pela TV Globo. O *site* é institucional e traz um apanhado de informações que indicam as características dos personagens, o *merchandising* social presente na narrativa, resumo dos capítulos e curiosidades das telenovelas exibidas pela emissora ou qualquer outro produto audiovisual da casa. Aqui, propõe-se o resgate dos tópicos mais importantes dentro do enredo da história, localizando os personagens e seus papéis na trama.

“Verdades Secretas” é uma produção do ano de 2015, escrita por Walcyr Carrasco e Maria Elisa Berredo, mas assinada apenas pelo primeiro autor. A produção teve colaboração textual de Bruno Lima Penido e direção geral André Felipe Binder, Natália Grimberg e Mauro Mendonça Filho. A direção geral de núcleo é de Mauro Mendonça Filho e a telenovela foi exibida de 08/06/2015 a 25/09/2015, no horário das 23 horas, com o total de 64 capítulos. A trama principal gira em torno das temáticas de prostituição, drogas, moda, traição e suicídio e um triângulo amoroso que envolve mãe e filha.

Carolina (Drica Moraes) amava Alex (Bruno Lombardi) que por sua vez amava Angel (Camila Queiroz) que no fim da trama mostrou que nunca amou ninguém de fato. E portanto deixa em aberto a ideia de quem foi a grande vilã da trama. “Verdades Secretas” girou em torno do trio amoroso formado por mãe, o marido dela e a filha e terminou em uma grande tragédia. Tudo começou quando o empresário Alex e a adolescente Arlete (nome verdadeiro de “Angel”), de 17 anos, tiveram um caso (discussão acerca da prostituição proposta na trama). A jovem queria se tornar *top model* e sonhava em entrar para uma agência de modelos da capital.

Pobre e discriminada na escola por sua condição social, a interiorana Arlete fez de tudo para conquistar as passarelas e ajudar a pagar as contas da família. Até o famoso “*book rosa*”, ou seja, sujeitar-se a manter relacionamento sexual com clientes em troca de dinheiro foi um artifício utilizado pela jovem para conseguir mais dinheiro. É nessa prática que ela

conhece o empresário Alex, adepto ao serviço do “*book rosa*”. Ele começa como seu cliente, depois tornar-se amante e por fim acaba como seu padrasto. Além de revelar os bastidores do mundo da moda, “Verdades Secretas” abordou temas polêmicos como prostituição, estupro, homossexualidade e drogas. O consumo de *crack* e a rápida degradação dos dependentes também foi um marco no desdobramento da trama, com cenas ousadas que surpreenderam o telespectador. As interpretações de Carolina (Drica Moraes) e Larissa (Grazi Massafera) também marcaram a telenovela. As premiações também fazem parte da história de “Verdades Secretas”, Grazi foi eleita em 2016 melhor atriz e Camila Queiroz (Angel) revelação do ano no “Troféu Imprensa”³². Além disso, “Verdades Secretas” levou o maior prêmio de ficção seriada do mundo - O *Emmy*, na categoria melhor telenovela em 2016.

3.2 A ESCOLHA DE “VERDADES SECRETAS” PARA PESQUISA

Apresentada como uma narrativa moderna e ousada, o enredo de “Verdades Secretas” mostrou-se de certa forma adaptar-se a uma nova realidade de consumo espectadores de televisão. A popularização dos dispositivos móveis e a prática interacional de assistir televisão e ao mesmo tempo navegar na rede mundial de computadores tem dado a novela ampla repercussão em todas as plataformas pelas quais sua narrativa perpassa. Um dos maiores objetivos de uma telenovela é arrebatar a audiência. Para tal, busca-se desenvolver tramas que demonstrem comportamentos e devaneios da sociedade como forma de criar empatia e afetividade. Grande parte da programação brasileira é voltada para veiculação de narrativas de ficção televisiva, o que faz com que o gênero seja também uma estratégia mercadológica.

A proposta de pensar a articulação da telenovela, seu consumo no *Twitter* e os sentidos de memória a partir de “Verdades Secretas” foi a recorrência de conteúdos associando o “sucesso” da telenovela com sua repercussão nas redes sociais digitais. Não é difícil encontrar em sites de notícia e entretenimento matérias com o título “Cena de Verdades Secretas faz sucesso na *Internet*” ou ³³“Verdades Secretas chegou ao topo dos assuntos mais comentados no *Twitter* Brasil”³⁴. Durante toda exibição da novela foi recorrente a presença da *tag* “#VerdadesSecretas” no *trending topics* (lista de assuntos mais comentados no *Twitter*), o que demonstra o transbordamento narrativo da TV para *Internet*.

³² Premiação realizada pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) que nomeia os melhores artistas do ano em diversas categorias como: música, televisão e entretenimento.

³³ <http://www.correio24horas.com.br/single-entretenimento/noticia/cena-de-grazi-massafera-drogada-em-verdades-secretas-faz-sucesso-na-internet/?cHash=a727ac9fc2859afd077920f63124be78>

³⁴ <http://ego.globo.com/televisao/noticia/2015/09/ultimo-capitulo-de-verdades-secretas-repercute-e-gera-memes-na-web.html>

Como destacou-se anteriormente, as *hashtags* são mecanismos de busca e aglutinação de conteúdo. Ao postar um conteúdo com uma *hashtag* são abertas infinitas possibilidades de consumo e reverberação de conteúdo na rede, ainda que intuitivamente. Postar é também documentar, o que permite a reflexão de que tal prática faz parte de exercícios de memória, lembrança e rememoração. Dessa forma, uma telenovela alcançar o topo dos conteúdos mais comentados no *Twitter* é também fazer parte, em certa medida, da memória coletiva da audiência a partir do consumo de narrativas ficcionais seriadas na *Internet* e também fora dela. O que busca-se entender é que essa memória não é só fugaz e momentânea, pois ela articula-se com elementos tanto do presente, quanto do passado e por vezes traveste-se até mesmo de futuro.

3. 3 SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

De fato, este trabalho já começa a partir de uma análise de conteúdo, pois a categorização proposta pela pesquisadora Fachine (2013) categoriza o uso das *hashtags* como uma extensão lúdica da narrativa ficcional, por meio da observação de recorrência de conteúdos. Esses conteúdos encontram-se dentro das estratégias de expansão que são aquelas que alargam o entendimento do telespectador diante do universo ficcional. Os conteúdos de extensão lúdica visam manter um vínculo identitário entre a narrativa e seus espectadores. No caso do uso da *hashtag*, trata-se de uma extensão vivencial que em sua maioria avalia o conhecimento do público perante a trama e envolve o consumidor através da cultura participativa, formando em torno da história uma comunidade de interesse e memória. Como aponta Franco (2008) a análise de conteúdo requer que as descobertas tenham relevância teórica. Nesse sentido, a partir da identificação dos *tweets* com a “**#VerdadesSecretas**” buscou-se traçar comparações textuais possíveis “a partir da sensibilidade, da intencionalidade e da competência teórica do pesquisador” (FRANCO, 2008, p.20).

Diante dos dados coletados³⁵, fez-se a exposição visual do *tweets* que foram relacionados na filtragem. Eles estão dispostos em blocos, de forma que a análise será dividida em três dimensões: dimensão estética, dimensão verbal e dimensão memorial. Na dimensão estética descreve-se as questões de plasticidade (imagéticas) do *tweet*, sobretudo aqueles que trazem imagens em seu “corpo”. Na dimensão verbal, volta-se para a análise do

³⁵ Alguns *tweets* apresentaram *hyperlinks*, ou seja, abriam possibilidades para páginas em sites e outras redes sociais digitais. Consideramos a importância de demonstrar que *links* eram esses a fim de trazer um panorama mais completo dessas produções de sentido. A demonstração desses dados é também uma reafirmação da própria definição das *hashtags* como uma extensão lúdica da narrativa televisiva.

texto e da linguagem desenvolvida no *tweet*. Na dimensão memorial, a busca é por uma reflexão que integra estética e linguagem na construção de memória e reconhecimento de traços de rememoração.

3.4 ANÁLISE DAS POSTAGENS DO DIA 24/09/2015

Figura 3: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Na Dimensão Estética, todas as postagens apresentam *frames* da exibição da telenovela na TV, o que leva à duas possibilidades: a captação da imagem na televisão ou em alguma possibilidade de digitalização (aplicativo da Globo). Os personagens que aparecem são respectivamente: Alex (Rodrigo Lombardi), Carolina (Drica Moraes), Fábila (Eva Wilma) e Hilda (Ana Lúcia Torre).

Na Dimensão Verbal, observa-se que, o texto do *primeiro* quadro retrata o momento ápice da trama que ocorre quando Alex é surpreendido por Carolina, enquanto está na cama

com Angel (Camila Queiroz). Nota-se que o usuário/telespectador faz uma espécie de remixagem de uma situação corriqueira da contemporaneidade, que é o oferecimento de planos de *Internet* por operadoras telefônicas para fazer uma analogia com a situação da cena. No *segundo* texto, tem-se a cena (*frame*) que complementa o *primeiro* quadro, com Carolina apontando a arma para Alex e Angel. No *terceiro* texto, tem-se novamente o uso de uma situação cotidiana que é comum entre casais (alguns), que é a cobrança entre parceiros acerca do monitoramento das curtidas em fotos de “terceiros” em redes sociais digitais. No *terceiro* texto, tem-se uma suposta reação do usuário ao assistir o penúltimo capítulo de “Verdades Secretas”, que também é uma remixagem de uma cena marcante que na trama, que é quando Fábria em um acesso de desespero e alcoolismo e “vira” uma garrafa de álcool doméstico. No *quarto* texto, tem-se novamente uma remixagem de cena, onde o usuário esboça sua reação ao assistir o penúltimo capítulo da novela com uma cena que mostra a personagem Hilda respirando com ajuda de aparelhos.

A partir da Dimensão Memorial, nota-se nos *tweets* acima a preponderância da memória de forma “remixada” (vida+ narrativa). Ao analisar as nuances de subjetividade das postagens, vê-se que as pessoas trazem suas experiências cotidianas para corroborar com suas apreensões acerca do consumo na televisão e comentam nas redes sociais digitais. Compreende-se também que a produção de sentido dessas postagens é muito peculiar, pois elas falam tanto de experiências cotidianas, quanto de cenas específicas da telenovela. Vislumbra-se então o entendimento de que cada indivíduo de certa forma faz sua memória, pois os acontecimentos são relativos. A própria compreensão e análise das postagens indicam a vivência comum do que é expressado pela dimensão estética e verbal.

Figura 4: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Observa-se na Dimensão Estética, que todas as postagens apresentam *frames* da exibição da telenovela na TV e último *tweet* (segundo à direita) traz também uma foto da personagem “Mia”, uma das protagonistas da novela teen mexicana “Rebelde” (2004 – 2006). Os personagens que aparecem são respectivamente: Carolina, Alex, Carolina (novamente) e Angel.

Nota-se na Dimensão Verbal, que o texto do *primeiro tweet* indica uma situação contemporânea oriunda da popularização dos aplicativos de mensagens instantâneas, que é a cobrança de que a pessoa que recebeu a mensagem responda imediatamente. No *segundo* texto, tem-se uma postagem semelhante à da Figura 03 (figura anterior), que relata o constante oferecimento das operadoras de telefonia de seus planos de *Internet* nas horas mais inoportunas para os clientes. No *terceiro* texto, observa-se praticamente a mesma mensagem do *primeiro texto*, que “cobra” a resposta nos aplicativos de mensagens. No *quarto tweet*, tem-se a remixagem da cena de “Verdades Secretas” em que Carolina flagra Angel na cama e

encontra uma gravata, que denuncia a presença de Alex no quarto. O usuário então, dá uma espécie de “saída” para Angel que poderia dizer à sua mãe Carolina que por ser fã de Mia, estaria usando gravata assim como a personagem da novela “Rebelde”.

Na Dimensão Memorial, observa-se que as mensagens dos *tweets* são marcadas pela temporalidade, no sentido de trazerem uma reflexão marcadamente temporal (leitura social) que emerge a partir da linguagem. Ao tratar de questões específicas da contemporaneidade, as produções de sentido estão ligadas ao entendimento das dinâmicas comunicacionais (uso de aplicativos em dispositivos móveis) corriqueiras a um grupo específico de usuários (quem usa celular, aplicativos, *Twitter* etc.) . Atenta-se também para o fato de que uma outra narrativa seriada ficcional (“Rebelde”) é trazida para “somar” seus sentidos à “Verdades Secretas”. O fato de citar um personagem anterior e de outra narrativa demonstra que a memória é de fato uma construção sócio histórica.

Figura 5: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Na Dimensão Estética, a *primeira* postagem reúne *frames* do penúltimo capítulo com *close* nos principais personagens envolvidos na cena. Na *segunda* postagem tem-se uma estatueta aos moldes das que são entregues em premiações. No *terceiro tweet*, observa-se um *frame* de uma cena constituído em forma de “*meme*” com a frase dita pela personagem Giovanna (Agatha Moreira) para Carolina.

Nota-se na Dimensão Verbal, que na *primeira* postagem, o usuário/telespectador torna-se também uma figura midiática, de influência e conhecimento acerca da narrativa televisiva. De certa forma, tem-se uma análise “especializada” de uma cena da telenovela. Apesar de um texto curto (pelas próprias limitações do *Twitter*), os adjetivos citados são bem

específicos de uma audiência diferenciada, que conhece tecnicamente as variáveis que compõe uma telenovela. No *segundo tweet*, temos uma remixagem, provavelmente do Oscar³⁶, que indica que a personagem Carolina, a pessoa “mais” enganada em “Verdades Secretas”, ganharia a premiação de “melhor papel de trouxa” caso estivesse concorrendo. A expressão trouxa é antiga na língua portuguesa, mas tem ganhado força entre os jovens na *Internet* para indicar desilusões de cunho amoroso. Na *terceira* postagem, observa-se uma linguagem que é construída a partir do *meme*, onde o usuário classifica algo como relevante e propagável (imagem+ frase de efeito). Tem-se ainda, mais uma vez, o telespectador/navegador como “juiz” da narrativa ao afirmar: “a melhor frase da novela inteira” (OLHA SÓ KIRIDINHA, 2015).

Na Dimensão Memorial, observa-se como a memória tem suas nuances a partir do consumo. É possível listar pelo menos três possíveis narrativas consumidas pelos usuários: conteúdos de dramaturgia, pela forma como a “crítica” é construída; o próprio Oscar, enquanto referência que é reformatada no sentido da própria telenovela e o *meme*, que é usado como estratégia de linguagem na contemporaneidade. Desse modo, vê-se como a memória liga-se tanto a acontecimentos próximos, como ao conhecimento “científico” e também às tendências comunicacionais contemporâneas.

³⁶ É o maior prêmio do cinema mundial, entregue anualmente pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, fundada em Los Angeles, Califórnia, em 11 de maio de 1927. Fonte: Omelete.

Figura 6: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

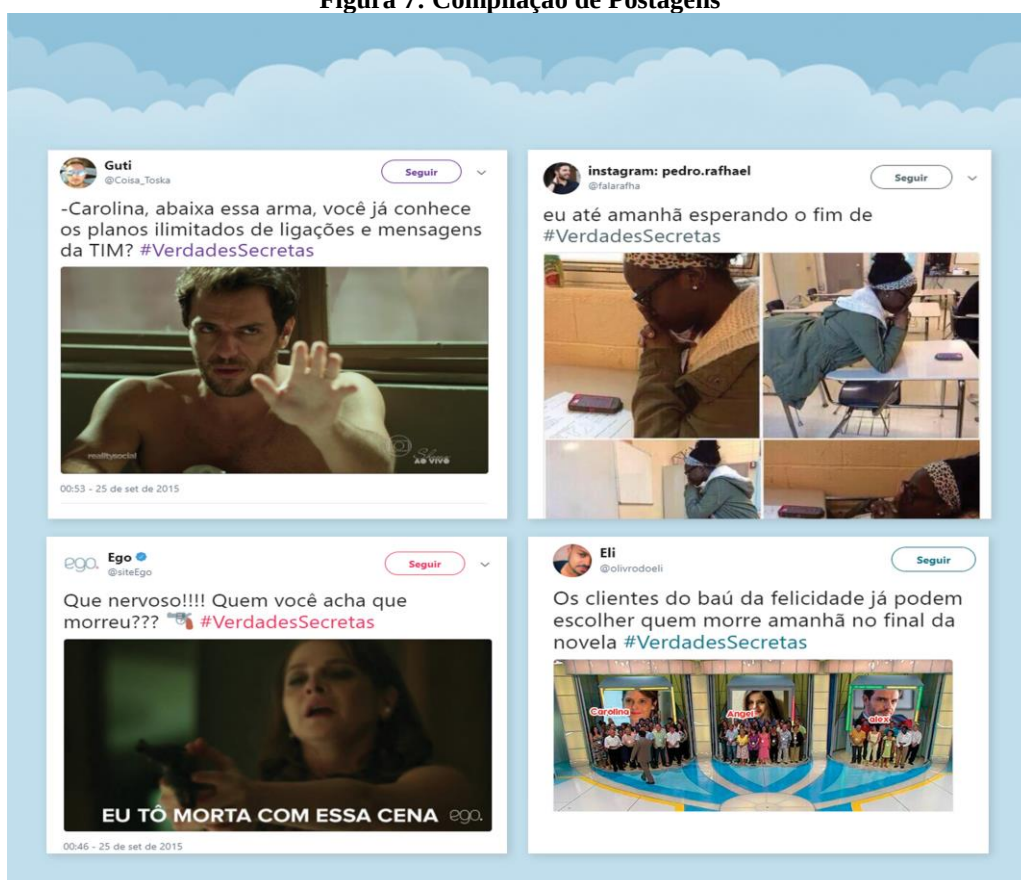
Na Dimensão Estética, nota-se que a *primeira* postagem é uma foto do elenco protagonista da trama em uma situação “extra” cena. No *segundo tweet* tem-se um comentário à respeito da postagem do usuário Hugo Gloss. No *terceiro tweet*, observa-se um *frame* da cena que corresponde ao flagrante que a personagem da Angel sofre. Na *quarta* postagem, tem-se um frame da cena de internação em estado grave de Hilda, personagem que vai para UTI no final da trama.

Observa-se na Dimensão Verbal que, no *primeiro tweet*, tem-se a presença de uma linguagem muito peculiar do usuário – Hugo Gloss, que é o bordão “olha ela”, popularizado pelo digital *influencer* e que tornou-se algo compartilhado por vários outros usuários do *Twitter*. Ligado ao *primeiro tweet*, a segunda postagem é uma interação que demonstra que a usuária está consumindo concomitantemente a narrativa de “Verdades Secretas” na TV e também na *Internet*, pois a mesma demonstra seu conhecimento acerca da trama ao especular que a atriz Drica Moraes (Carolina) não está na foto, pois o tiro que fechou o penúltimo certamente a teve como alvo. No *terceiro tweet* o usuário apresenta uma possibilidade de “desculpa” que a personagem Angel (Camila Queiroz) poderia dizer para sua mãe ao

encontrá-la na cama com seu padrasto. Na *quarta* postagem, o usuário demonstra sua reação ao acompanhar o penúltimo capítulo de “Verdades Secretas”.

Nota-se na Dimensão Memorial que, a *primeira* e a *segunda* postagem demonstram como a memória acerca das narrativas ficcionais é híbrida. Nota-se que dissociar a personagem da atriz e do ator ainda é um exercício entre a audiência, mas que também muitas vezes essa “mistura é proposital”. No *terceiro tweet*, observa-se como não é possível desligar-se do conhecimento acumulado. De certa forma, até mesmo o “científico”, emerge ao produzir sentido a partir do consumo de algo que aparentemente é apenas entretenimento. Ao falar de “anatomia do corpo humano”, o usuário dá indícios de conhecimento empírico e também de uma linguagem popular que usa tal expressão para metaforizar falas sobre sexo. No *quarto tweet* observa-se uma postagem que é recorrente, pois já apareceu no *corpus* (postada por outro usuário). Nota-se assim, como certas expressões tornam-se comuns de forma mais massivas, aparecendo diversas vezes, por meio de variados perfis. Diante disso, tem-se a memória como um lugar que agrega experiências e dá indícios acerca da identidade de quem a aciona.

Figura 7: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Nota-se na dimensão Estética, que a *primeira* postagem é um *frame* da cena do flagra sofrido pelo personagem Alex. No *segundo tweet*, temos uma sequência de fotos em que uma jovem fica orando em frente ao seu dispositivo móvel em várias posições. Na *terceira* postagem tem-se um *frame* da cena em que Carolina ameaça Angel e Alex com uma arma. A imagem está com uma legenda que remete à um caráter memético. No *quarto tweet* observa-se uma remixagem de uma cena clássica do programa “Baú da Felicidade” (SBT), apresentado por Silvio Santos. Na cena os “clientes do baú” supostamente escolhiam que personagem morreria após o gancho do penúltimo capítulo.

Observa-se que na Dimensão Verbal, a primeira postagem apresenta mais uma vez uma remixagem da cena de “Verdades Secretas” com um acontecimento corriqueiro que é o oferecimento planos de telefonia e *Internet* móvel. Pela recorrência desse texto (e seu compartilhamento), entende-se que essa é uma ação que faz parte da vida dos usuários e que de alguma forma causa à eles um certo desconforto. Na *segunda* postagem, o usuário expõe qual a o seu sentimento em relação ao penúltimo capítulo da telenovela. O sentido do texto é completado pela imagem que está compondo o *tweet*. No *terceiro tweet*, que é de um perfil institucional (Site Ego), observa-se como o uso de uma linguagem coloquial é usada como estratégia comunicacional na *Internet*. Apesar de tratar-se de um perfil do conglomerado Globo, o texto é construído como se o usuário fosse um “navegador comum”, que expressa seu sentimento em relação à “Verdades Secretas” de uma maneira bem peculiar da *Internet*, com bordão que foi/é tendência: “eu tô morta” e também com traços de linguagem que fogem à normal culta, como observa-se no uso de diversos sinais de pontuação para enfatizar a carga dramática da cena. A postagem é um convite à conversação. Na *quarta* postagem, o texto complementa a imagem que está no *tweet*, de forma a descrever a ação que acontece no mesma. A nuance do texto é um convite ao exercício de memória ou até mesmo ao “descobrimento” da mesma a partir do que está escrito.

Na Dimensão Memorial dos tweets acima, observa-se como a memória liga-se também às organizações. Tanto no *tweet* em que o usuário cita a empresa de telefonia “TIM”, quanto na postagem do site “Ego”, nota-se que em algum momento a memória perpassa a institucionalidade e é moldada (e também molda) por ela. Compreende-se também como a memória é imagética, de forma que no *segundo tweet*, a compreensão do texto se dá, tanto na leitura do caracteres, quanto na observação da imagem da menina “rezando em várias posições”. Aqui, vê-se como a memória acerca do religioso integra o imaginário coletivo, pois a espera de uma conquista, que seria o último capítulo de “Verdades Secretas”, é representado por meio de uma imagem, que apesar de *memética*, convoca uma memória que conceitua o

“sagrado” e suas produções de sentido. Mais uma vez, convoca-se a também a memória histórica, pois a postagem apresenta uma remixagem do “Baú da Felicidade”. Tem-se algo que data o ano de 1958 (início do “Baú”), logo tal realidade encontra-se em demasia distante do cenário contemporâneo das redes sociais digitais. Nota-se assim, como a memória é perpassada por acontecimentos midiáticos, que a partir de sua relevância, passam a integrar não só uma memória televisiva e institucional, mas também algo que é afetivo e marcadamente participante da vida privada e social das pessoas.

Figura 8: Compilação de Postagens



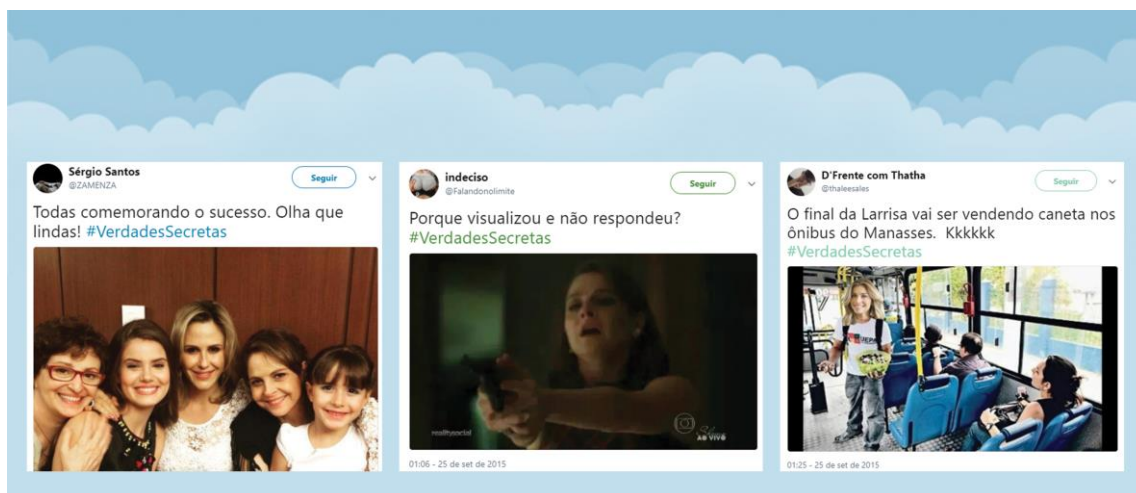
Fonte: Elaborado pela Autora

Na Dimensão Estética, a primeira postagem apresenta um compilado de *frames* que foram utilizados para publicizar o último capítulo da novela. O *segundo tweet* é institucional (perfil da Globo) e apresenta um *frame* do penúltimo com foco no rosto de Carolina. A *terceira* postagem é um *gif* que rememora uma cena do primeiro capítulo de “Verdades Secretas”. A *quarta* postagem traz a imagem de um menino com a feição pensativa deitado em uma cama.

Ao analisar a Dimensão Verbal, nota-se que no *primeiro tweet* o usuário descreve como foi a última chamada (*teaser*) de “Verdades Secretas” na televisão. Observa-se o uso de uma linguagem peculiar na *Internet*: uso da palavra “tiro” que significa que algo foi muito impactante. Observa-se também, como o telespectador sente-se crítico da produção ao ponto de considerá-la como “a melhor novela”. Mais uma vez um perfil institucional faz uso de uma linguagem comum ao público, tanto da telenovela quanto das redes sociais para buscar engajamento em uma postagem. Nota-se no *segundo tweet*, que a expressão “babado, confusão, tiro e gritaria” é usada de forma estratégica, vislumbrando uma aproximação com o público. Já na *terceira* postagem, observa-se o acionamento da memória diretamente de forma textual: “lembro dessa cena como se fosse ontem”, nota-se como o usuário faz uso da memória de forma afetiva e marcadamente “consciente”. No *quarto tweet*, mais uma vez, o usuário informa seu sentimento em relação a exibição do penúltimo capítulo. A mensagem do texto é completa pela imagem à medida que o que será comunicado é perceptível a partir do imagético e não só do textual.

Na Dimensão Memorial, nota-se como a memória é descritiva e de certo modo “reforçativa”, à medida em que, o que é veiculado na TV, é reforçado na Internet, como observa-se no *primeiro tweet*. A memória liga-se à linguagem, de forma que o texto demarca identidades e temporalidades. Expressões como “tiro, porrada e bomba” que originalmente são fruto da música da funkeira Valesca Popozuda (Beijinho no Ombro – 2014), marcam historicamente uma produção musical e social, que vão além do mercado fonográfico e tornam-se linguagem cotidiana e tribalizada. A memória, como já foi discutido anteriormente, relaciona-se também com o esquecimento. Demonstrar uma lembrança midiaticamente em uma rede social, é colocar “para fora”, de certo modo, como uma narrativa ficcional marcou uma individualidade fortemente: “lembro dessa cena como se fosse ontem”. Compreende-se também o fato da memória ligar-se à publicização de vivências, de forma que torna-se necessário externalizar quais experiências midiáticas você está vivendo – “esperando o capítulo de amanhã” (deitado e pensativo).

Figura 9: Compilação de Postagens



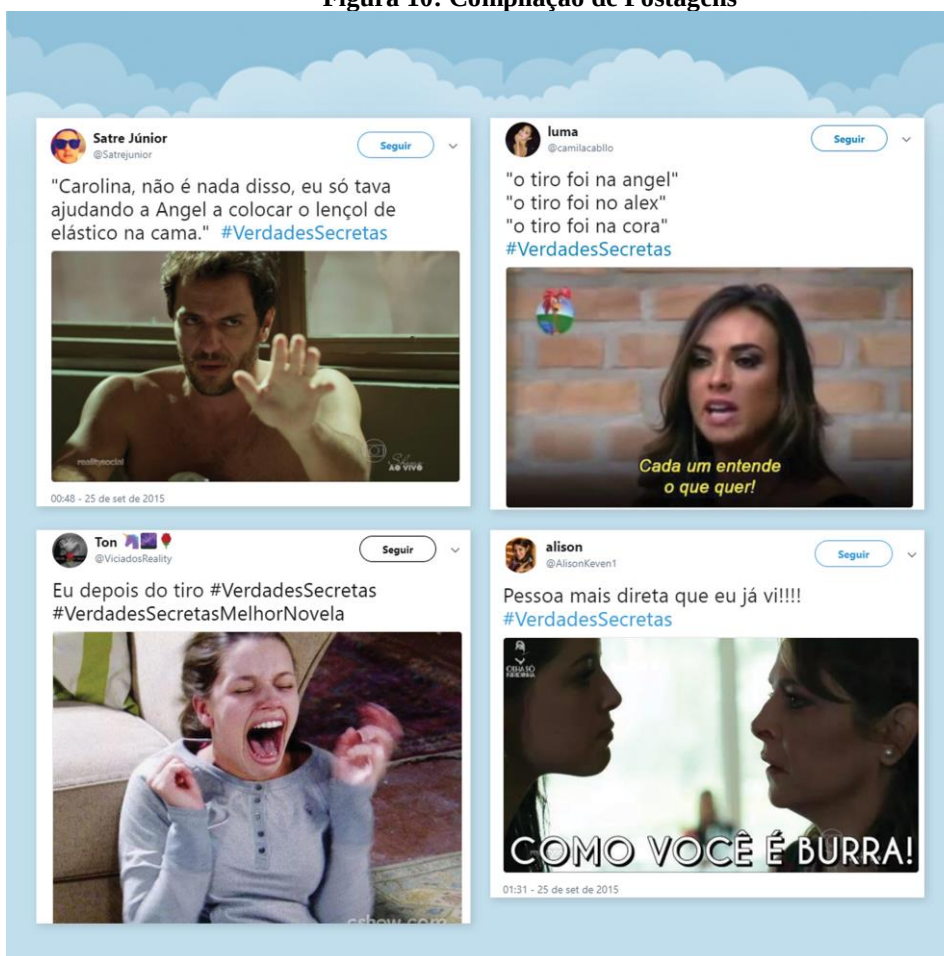
Fonte: Elaborado pela Autora

Na Dimensão Estética nota-se que, a *primeira* apresenta uma foto das principais personagens femininas de “Verdades Secretas”. O *segundo tweet* é um *frame* da cena em que Carolina aponta a arma para Alex e Angel. A *terceira* postagem é uma montagem em que a personagem Larissa (Grazi Massafera), que na trama é usuária de *crack*, está vestida como um integrante do Projeto de Reabilitação de usuários de drogas – Manasses, em seu local de trabalho, que são os coletivos que transitam pelas cidades capitais brasileiras.

Na Dimensão Verbal, observa-se que, na *primeira* postagem o usuário expressa seu contentamento em relação ao sucesso de “Verdades Secretas” e faz um elogio à beleza estética das atrizes/personagens. No *segundo tweet*, nota-se um texto recorrente que demonstra uma medida “drástica” ao sentimento de ser ignorado nos aplicativos de mensagens. Na *terceira* postagem, tem-se uma remixagem do conteúdo de “Verdades Secretas”, mais especificamente de uma personagem de grande relevância na trama, com uma vivência corriqueira nos coletivos urbanos. Ao dizer que a personagem Larissa vai fazer Manasses, o usuário traz uma experiência “real” para o mundo da virtualidade, que permite uma associação do que é ficcional com uma vivência disposta no mundo vivido.

Na Dimensão Memorial, nota-se nas postagens como a memória transita entre mundo vivido, narrativa ficcional e virtualidade. Não é possível isolar os aspectos vividos em um “suposto mundo real” da experiência que é assistir uma telenovela. Encontra-se nas redes sociais digitais, mais especificamente no *Twitter*, a possibilidade de concatenar as mais diversas vivências identitárias tanto de espectadores, quanto de usuários de mídias sociais e cidadãos, que assumem esses diversos papéis de forma dinâmica e híbrida em seu cotidiano ciclicamente.

Figura 10: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

A Dimensão Estética demonstra que, a *primeira* postagem é um *frame* da cena em que Alex é surpreendo por Carolina. O *segundo* é um “*meme*” da figura midiática Nicole Bahls em um reality show da Rede Record – A Fazenda. A *terceira* postagem é um *frame* da telenovela “Amor à Vida” (Globo, 2013), onde a personagem Linda, que é autista, (Bruna Linzmeyer) encontra-se em um momento de desespero. A *quarta* postagem traz um *frame* da cena entre Giovanna e Carolina, onde a garota chama a madrastra de “burra”.

Na Dimensão Verbal, nota-se que, na *primeira* postagem tem-se, mais uma vez, uma suposta desculpa que o personagem poderia alegar para sua esposa na situação em que ele se encontra. Observa-se que uma situação do cotidiano tida como “complicada” é utilizada de forma cômica no texto do *tweet*. No *segundo tweet*, o texto expressa as possibilidades de qual foi o alvo do tiro que encerrou o penúltimo capítulo, de forma que a mensagem é complementada pelo “*meme*” de uma das figuras midiáticas consideradas predominantemente “*memética*” – a Nicole Bahls. Na *terceira* postagem, o usuário expressa seu sentimento diante

da cena do penúltimo capítulo de “Verdades Secretas”. No *quarto tweet*, a usuária fala da personagem Giovanna como se ela fosse alguém próximo de seu convívio.

Ao analisar a Dimensão memorial das postagens, observa-se como a memória está interligada às vivências do espectador. Nota-se que outras narrativas, como as dos *realities*, são utilizadas para dar sentido à uma narrativa totalmente diferente e até mesmo de outra emissora. Observa-se também, como a telenovela está presente no imaginário social a ponto de seus personagens serem utilizados como arquétipos e tradutores de sentimentos. O vivido emerge as formas mais sutis e curiosas na *Internet*, ao ponto que até mesmo o “lençol de elástico” cai na rede a partir da exibição de uma cena (e da sua reverberação nas redes sociais digitais).

3.7 ANÁLISE DAS POSTAGENS DO DIA 25/09/2015

Figura 11: Compilação de Postagens



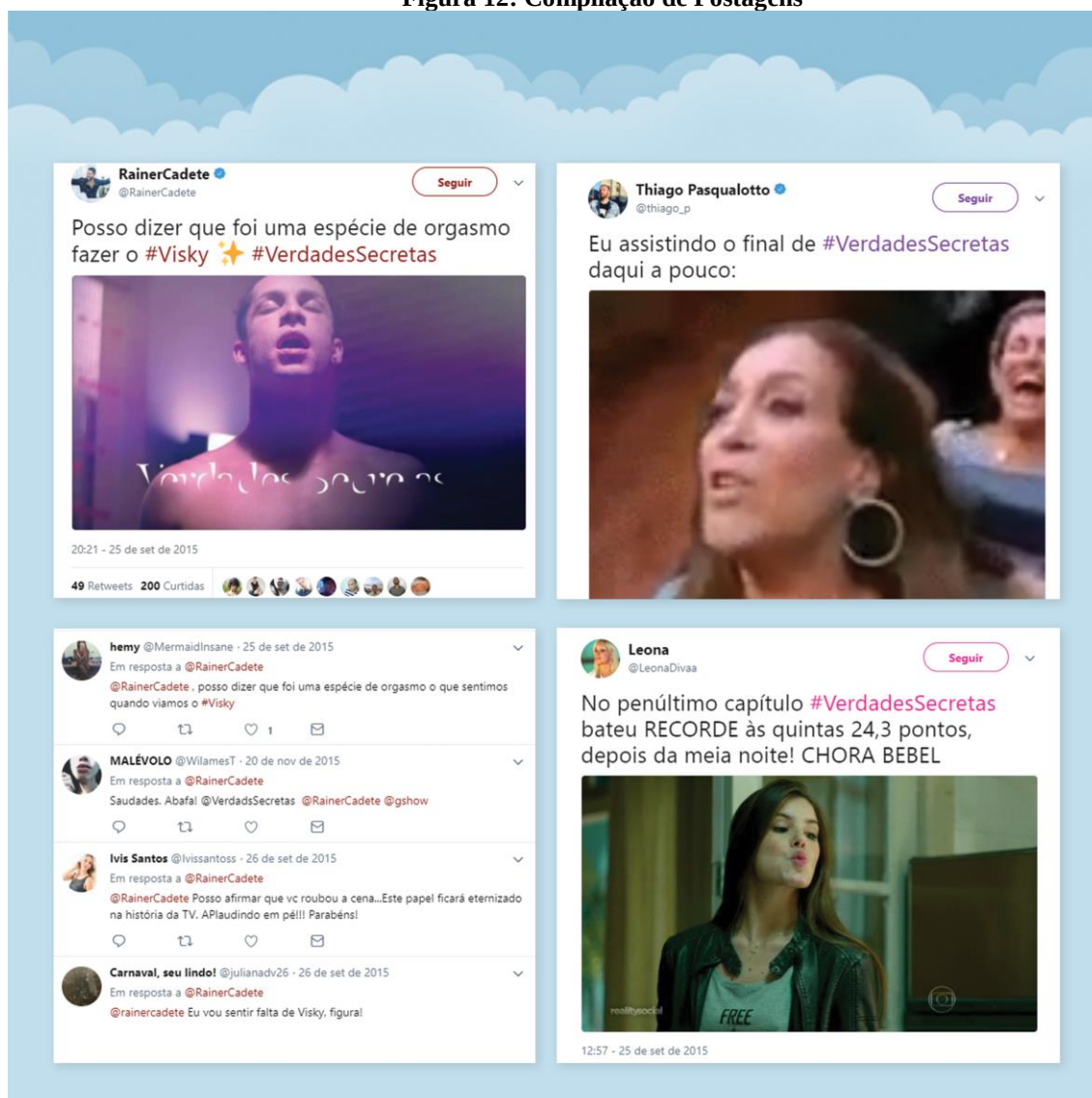
Fonte: Elaborado pela Autora

Nota-se a partir da Dimensão Estética, que a *primeira* postagem é um *frame* da abertura da novela. A *segunda* postagem é uma foto da protagonista da novela Camila Queiroz.

Observa-se na Dimensão Verbal, que o *primeiro tweet* é uma postagem de um ator da trama que interpretou o personagem Leo (Raphael Sander). Tal mensagem tem uma interação com um usuário que propõe que o ator faça um teste para a próxima novela do mesmo autor de “Verdades Secretas”. O internauta elogia o ator e também expressa o desejo de que ele retorne às novelas o quanto antes. Na *segunda* postagem tem-se um texto institucional (perfil da Globo Internacional), que fala sobre como a atriz estreante está lidando com o “sucesso” de seu personagem. A linguagem empregada é bem coloquial e traz uma gíria utilizada para representar a ideia de que alguém está ciente de uma situação – “a ficha caiu?”.

Na Dimensão Memorial, nota-se sobretudo, que os *tweets* demonstram três facetas da memória: a rememoração que emerge a partir do conhecimento (haverá testes para uma próxima novela – personagem “Candinho”), da interação dos atores sociais e também de uma memória que liga-se à linguagem, no sentido de que certas expressões só podem ser compreendidas a partir de um lugar comum de semântica. Desse modo, mesmo sendo uma postagem em um perfil “internacional”, o objetivo do texto é “tocar” brasileiros. Vê-se aí, a faceta (uso) culturalista da memória.

Figura 12: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

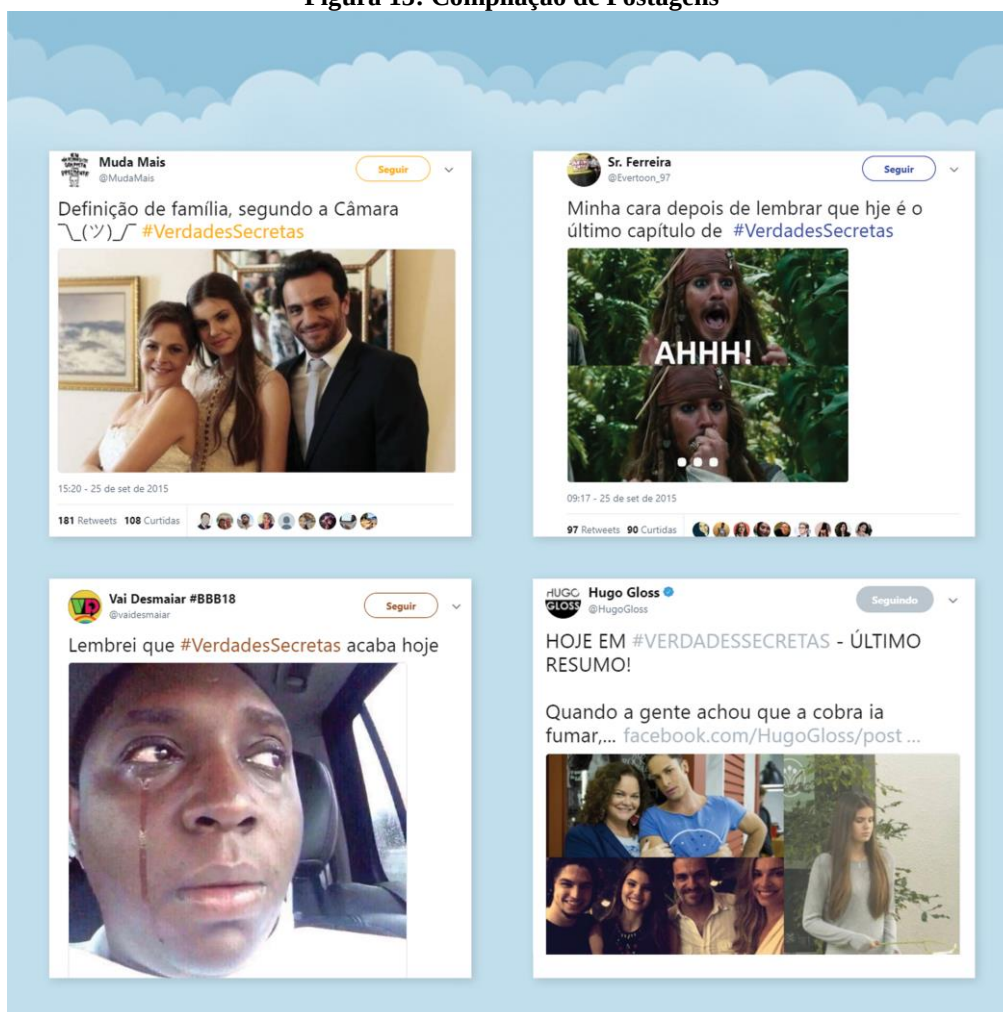
Na Dimensão Estética, nota-se que a *primeira* postagem é um *frame* de um *teaser* da novela em que o personagem homossexual Visky vive um momento de prazer. A *segunda* é uma foto da atriz Suzana Vieira que tornou-se “*meme*”. Na *terceira* postagem tem-se um *frame* de uma cena em que a personagem Angel manda um beijo.

Ao analisar a Dimensão Verbal, no *primeiro tweet*, observa-se um texto postado pelo ator que interpretou o personagem Visky na trama, Rainer Cadete. A postagem apresenta diversas interações em que os internautas elogiam as cenas, relatam saudade da novela, ressaltam que o ator roubou cena e compartilham do mesmo sentimento do ator em relação ao personagem – “um orgasmo”. A *segunda* postagem expressa a ansiedade do espectador e digital *influencer* aguardando o último capítulo que irá ao ar naquele dia. No *terceiro tweet*, tem-se uma exposição de audiência da novela usando o recurso “caixa alta” para enfatizar seu

sucesso. Além da alusão feita retomando uma personagem que assim como Angel, também era garota de programa e marcou a teledramaturgia brasileira – a personagem Bebel, interpretada por Camila Pitanga na novela Paraíso Tropical (2007).

Na Dimensão Memorial, observa-se como a memória coletiva encontra-se e emerge na intersecção daquilo que a sociedade “elege” como sucesso. Nota-se também como a memória está nas visualidades, de forma que o sentido do texto no cenário das redes sociais digitais, se dá sobretudo na capacidade de uma leitura tanto textual quanto imagética.

Figura 13: Compilação de Postagens



Na Dimensão Verbal, no *primeiro tweet*, observa-se uma crítica política em relação ao conceito de “família”, que vem tornando-se vigente na sociedade contemporânea, que é baseado na hipocrisia. O perfil ironiza que por Carolina, Angel e Alex serem visualmente “perfeitos”, mas com muitos “podres” nos bastidores da relação, eles podem se enquadrar perfeitamente na definição de família da Câmara brasileira - que tem uma postura retrógrada e preconceituosa diante das novas formas (e rearranjos) de família. Na *segunda postagem* tem-se o uso de uma outra narrativa, que no caso é um filme de fantasia e aventura, para traduzir a “cara” que o internauta supostamente faz ao saber que mais tarde irá assistir o último capítulo de “Verdades Secretas”. No *terceiro tweet*, observa-se praticamente o mesmo recurso verbal e imagético, onde o usuário expõe seu sentimento em relação ao último capítulo da novela. A *quarta postagem* é um hiperlink para o resumo de “Verdades Secretas” a partir da visão do Hugo Gloss, *digital influencer* que remixou a telenovela durante toda a sua exibição, com textos bem humorados e carregados de visão pessoal acerca não só da produção de “Verdades Secretas”, mas também de novelas anteriores, sobretudo nas que os atores e atrizes participantes eram integrantes também.

Figura 14: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Ao analisar a Dimensão Memorial, observa-se nas postagens que mesmo em um espaço aparentemente apenas de “entretenimento”, a memória emerge de forma política e combativa. Quando usa-se uma telenovela para expor um mal-estar social que nasce da falta de representatividade (por que a Câmara tem que instituir o que é família?) que a sociedade tem nas instâncias de poder, nota-se como mesmo nas atividades mais “banais” do cotidiano, estão imbricadas relações entre consumo e cidadania. Nota-se também, sobretudo nas postagens de Hugo Gloss, como a narrativa pode ser renovada a partir das memórias individuais/coletivas de um ator social. Ao produzir resumos de capítulos bem humorados, o *influencer* traz à tona diversas facetas da memória: a institucionalidade (quando fala de

marcas, de outros programas de TV); a comicidade (na irreverência na qual se expressa, querendo sempre transgredir a ordem instaurada); e na plasticidade memorial (de forma que todo o seu texto exprime um estilo próprio de linguagem, com hibridização de palavras e gírias próprias do autor).

Figura 15: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Vê-se na Dimensão Estética que, a *primeira postagem* é uma matéria do Site Ego em que mostra-se o *print screen* de um *post* no *Instagram*, onde Cauã Reymond elogia sua ex-mulher Grazi Massafera pela atuação em “Verdades Secretas”. O *segundo tweet* é um texto do ator Rainer Cadete, onde ele se despede saudosamente de seu personagem na trama. Na *terceira postagem* tem-se a comunicação de como a internauta se sente após a exibição do último capítulo da novela.

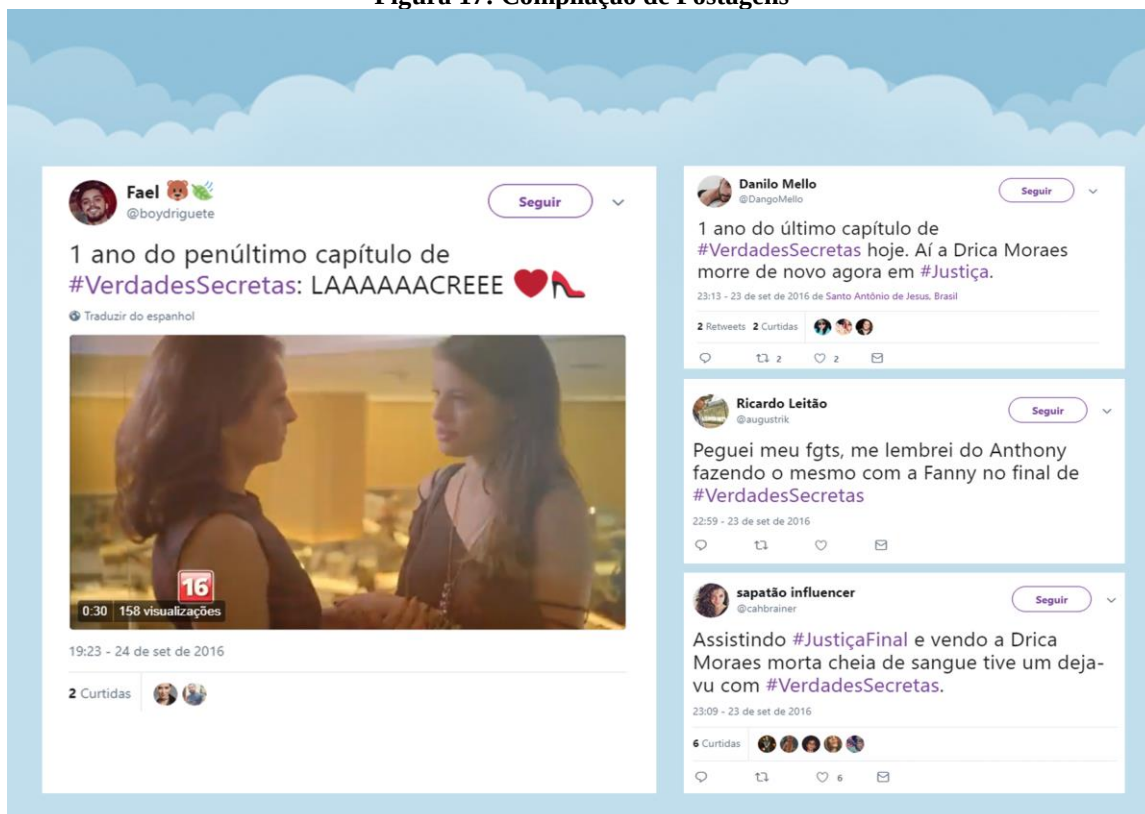
Na Dimensão Verbal, observa-se que, no *primeiro tweet*, tem-se uma postagem que apesar de ser institucional, demonstra uma certa afetividade compartilhada em relação ao comportamento amistoso entre pessoas que já tiveram um relacionamento amoroso mas terminaram – “que fofo”. Ao utilizar essa expressão, dá-se um juízo de valor em relação a tal comportamento colocando com uma prática digna de admiração. Na *segunda postagem* nota-se a polifonia de sentidos quando o ator imbrica a sua fala e comportamento com os próprios

sentimentos do personagem – “meu coração excêntrico...tudo que passamos juntos”. O uso do plural é curioso e reporta a uma máxima antiga de que a “vida imita a arte”. Na *terceira postagem*, compreende-se como a telenovela faz parte da rotina dos telespectadores, ao ponto de que seu final é também entendido como um momento de “perda” e “inconformação”. A internauta expõe seu descontentamento e forma *memética* ao dizer – “eu não quero, não vou aceitar” o fim da novela.

Na Dimensão Memorial, observa-se nas postagens como a memória expressa uma relação dialógica entre a narrativa ficcional e o mundo vivido. Uma postagem privada, no sentido de sua pessoalidade (a do ator Cauã Reymond), torna-se um dos *posts* mais compartilhados, de forma que, o que é expressado é um sentimento muito particular do ator, mas que é tomado pelo público como seu e como algo que deve ser admirado (uma atitude que diverge da ordem natural – “gostar da ex-mulher”). Nota-se também, que as rememorações passam pela afetividade, de modo que as redes sociais digitais, tornam-se uma espécie de diário onde os internautas proferem suas dores, frustrações e anseios.

3.6 ANÁLISE DAS POSTAGENS DO DIA 24 e 25/09/2016

Figura 17: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Na Dimensão Estética, vê-se que, a *primeira* postagem é um vídeo da cena em Giovanna “abre os olhos” de Carolina para a traição do marido e da filha. O *segundo*, o *terceiro* e o *quarto tweets* são apenas textuais.

Observa-se na Dimensão Verbal, que o *primeiro tweet* relembra o “aniversário” de um ano da novela. Nota-se também o uso de uma expressão bem recorrente e peculiar na *Internet* – “lacre”. Um recurso estilístico é usado: uso das letras em caixa alta. Entende-se que tal ação, tem como objetivo reforçar a tonalidade do adjetivo – “algo que seria em demasia lacre”. A *segunda postagem* faz uma associação entre a personagem de Drica Moraes em “Verdades Secretas” (Carolina) e a sua personagem na minissérie “Justiça”, Vânia. Ambas tiveram fins trágicos – morreram. E as cenas foram ao ar coincidentemente na mesma data, só que em anos diferentes. No *terceiro tweet*, o internauta faz a associação entre um acontecimento político e econômico, que é o pagamento do FGTS, com uma cena da novela em um personagem tido como “gigolô” conseguia dinheiro com sua namorada mais velha, que o bancava financeiramente. Na *quarta postagem* a internauta também faz a associação entre as personagens Carolina e Vânia, destacando uma reação psicológica que teve – “um Déjà vu”, ao assistir a cena.

Na Dimensão Memorial, nota-se que, nas postagens a memória está relacionada à narrativa, que a torna histórica e cíclica. Observa-se que as produções de sentido envolvendo “Verdades Secretas” voltam à rede um ano depois de sua exibição, oxigenando uma nova narrativa que está no ar na época, que é “Justiça”. Compreende-se que existem alguns elos entre as narrativas, que na maioria das vezes são os próprios personagens e seus intérpretes. Em comparação com as postagens de 2015, nota-se que um ano depois os *posts* são mais textuais que imagéticos, o que seria um indicativo relacional entre a memória do “presente” e a do “passado”.

Figura 18: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

A partir da Dimensão Estética, nota-se que, as quatro postagens são *tweets* apenas textuais, sendo que o primeiro apresenta *emojis* de coração (elemento gráfico).

Na Dimensão Verbal, observa-se que, a *primeira* postagem vai ao encontro da discussão central deste trabalho, que é entender a *hashtag* como um mecanismo de rememoração da narrativa para além de seu período de exibição. O *segundo tweet* demonstra como a memória está cada vez mais relacionada à digitalização, de modo que uma “rede social digital” torna-se balizadora dos exercícios de memória dos seus usuários. Mais uma vez a afetividade emerge do discurso com o uso da palavra “saudades”. Nota-se também os marcos temporais definidos no texto: “há um ano...”. Na *quarta* postagem, observa-se mais uma vez a associação feita entre a minissérie “Justiça” e a novela “Verdades Secretas”, sobretudo pela personagem Carolina/Vânia. O recurso linguístico da escrita de palavras em caixa alta é utilizado mais uma vez no sentido de dar ênfase (como se fosse um grito) para a expressão.

Ao analisar a Dimensão Memorial, observa-se nas postagens acima, como a memória na contemporaneidade liga-se a digitalização e virtualização da comunicação. Nota-se também, que algumas possibilidades estruturais das redes requerem certa pedagogia por parte de seus usuários. O fato de entender a *hashtag* como mecanismo de busca e rememoração é uma questão que liga-se também ao conhecimento da rede (relação entre usuário/tecnologia). A memória também é expressa a partir de marcas linguísticas, pois no uso da expressão

“çocorrrrr” – que significa “socorro”, tanto sua escrita quanto o seu entendimento só podem ocorrer a partir de uma troca simbólica e cultural.

Figura 19: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Na Dimensão Estética, nota-se que, o primeiro *tweet* é textual. A segunda e a terceira postagem apresentam *frames* de cenas de “Verdades Secretas” e “Justiça”, com foco nas personagens interpretadas por Drica Moraes.

Ao analisar a Dimensão Verbal, observa-se que no *primeiro tweet* o internauta demonstra surpresa em relação ao IBOPE da telenovela, que foi superior à todas as última novelas da emissora. Na *segunda postagem* a internauta demonstra surpresa ao perceber que as cenas finais das duas narrativas são muito parecidas. No *terceiro tweet*, o internauta exalta o talento de Drica Moraes e também a construção narrativa das telenovelas.

Nota-se na Dimensão Memorial, que as postagens apresenta a memória como um processo acumulativo, de forma que, a partir da exibição das narrativas seriadas ficcionais, impressões estéticas e textuais, informações “históricas” vão sendo assimiladas e estocadas pelos espectadores. A memória e o consumo encontram-se na intersecção de estruturas sociais que não são passivas e estão constantemente em uma dinâmica de troca com os indivíduos.

Figura 20: Compilação de Postagens



Fonte: Elaborado pela Autora

Na Dimensão Estética nota-se que todas as postagens são apenas textuais. Observa-se na Dimensão Verbal, que no *primeiro tweet* a internauta demonstra o descontentamento com o final da personagem de Drica Moraes na novela “Verdades Secretas” e também em “Justiça”. A usuária completa seu *tweet* pedindo “seu dinheiro de volta” em uma alusão ao que se faz quando faz-se uma compra, mas não se gosta do produto. Na *segunda postagem*, o usuário vai ainda mais longe em sua reflexão, pois faz referência à novela Império (2014), na qual Drica Moraes interpretou a vilã Cora. O *tweet* também exalta as atuações da atriz e demonstra certa insatisfação com o texto do autor de Império, Agnaldo Silva. No *terceiro tweet*, nota-se mais uma vez, uma crítica “mais apurada” em relação à estrutura da telenovela “Verdades Secretas”, onde variáveis pontuais são “analisadas” pelo espectador. Na *quarta postagem* o usuário “analisa” o ano da atriz Drica Moraes a partir das personagens interpretadas por ela no decorrer do ano.

Na Dimensão Memorial, observa-se novamente como as narrativas formam uma sequência lógica na mente dos espectadores. O fato de acompanhar sua exibição, faz com que cada internauta/telespectador tenha condições de desenvolver narrativas reformatadas e alusivas em relação àquilo que assiste. Nota-se também, como na relação entre memória e esquecimento, as narrativas ficcionais seriadas e seus protagonistas (atores, atrizes, autoras e atores) estão no âmbito do lembrado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As narrativas fazem parte da vivência humana desde os tempos mais remotos da humanidade. Quando fala-se em telenovela, compreende-se uma narrativa seriada ficcional que é marginalizada em termos de sua produção de sentido, relevância cultural e em muitos casos até mesmo academicamente. No entanto, se comparada às demais narrativas do cotidiano, a telenovela é o que existe de mais oral e democrático nas divisões de gêneros audiovisuais e televisivos. A não compreensão da telenovela como uma manifestação cultural necessária para a compreensão da identidade do povo brasileiro é reflexo de pouca estruturação e incentivo nos estudos de recepção e suas pluralidades. É possível compreender a telenovela a partir da sua emissão, no entanto um produto tão dialógico e simbólico tem ainda muito mais a oferecer se visto à luz da complexidade de quem o consome diariamente.

Propor-se a dramatizar a vida não é uma tarefa fácil, sobretudo na sociedade contemporânea que é tão veloz e plural. A telenovela vive as mudanças (e cobranças) de uma engenharia social cada vez mais conectada e exigente. Assim, torna-se visivelmente a narrativa com mais atualizações e mudanças, se comparada ao cinema e ao teatro, por exemplo. A polifonia é uma ordem e um desafio. As vozes emergem cada vez mais altas e ecoantes - em uma celebração coletiva de simbologia, resistência e dramaticidade. A telenovela sempre representou encontro afetivos. Sejam eles no sofá, nas revistas, na parada de ônibus ou mais recentemente nas “paradas” de *Internet*, que são as redes sociais digitais. É necessário não esquecer que a telenovela é fruto de uma cultura marcadamente mestiça, não só em relações étnicas, mas também em termos de classe e gênero. Muito do que se tem hoje como indicativo de “identidade”, são arquétipos historicamente construídos e publicizados pelas narrativas massivas (no sentido de alcance) ao longo do tempo.

A telenovela é um espaço permissivo e talvez, pela primeira vez, tenha encontrado um espaço tão permissivo quanto ela para transbordar: a *Internet*. Amor, romance, traição, política, economia, beleza, busca interior, essas são algumas das temáticas mais recorrentes quando falamos em roteiros de novela. O que pode ser mais real que a própria vida? No cenário da convergência, a virtualização do “eu” e da memória, torna-se por vezes o que existe de mais real no imaginário humano. São estratégias discursivas e temáticas populares que aproximam cada vez mais o texto da telenovela da vivência cotidiana. De forma que, o imaginário popular é moldado em uma lógica tanto industrial, quanto cultural. Entender as narrativas latino-americanas, sua importância e reverberação social é posicionar-se

politicamente e geograficamente na defesa de que a intertextualidade é inevitável. A telenovela não é uma narrativa “pura” e nem reivindica esse status, o que ela busca é um questionar das hegemonias dispostas na sociedade, a partir de estratégias artísticas, símbolos, metáforas e imagens que transitam entre o popular e o erudito.

Não é possível falar de telenovela sem que se fale de televisão. Com a vivência do cenário da convergência e a popularização de dispositivos móveis, tem-se a telenovela cada vez mais dilatada durante as programações televisivas. O consumo da telenovela vai além de sua contemplação visual. Sua recepção é fragmentada e heterogênea, no sentido de que sua racionalização e sensibilidade não se limita ao acompanhamento diário de alguma faixa exibida na telinha. Ao analisar um público televisivo, leva-se a discussão para um debate de cultura, onde os públicos e suas múltiplas percepções tecem a telenovela ao lado das suas produtoras, autores, atrizes e diretores. O televisual é na contemporaneidade uma espécie de literatura, onde a telenovela pode ser entendida como o seu “mais importante livro”.

A televisão apresenta um grande leque de variedades, o que faz com que ela também disponha de diversas modalidades de recepção. Apesar de um apelo visual eminente, as marcas da televisão são muito mais orais que visuais. Pode-se entender a TV como a cultura em diálogo, a partir de seus produtos e estratégias. Ao tratar de oralidade, é possível identificar o retorno do oral por meio das tecnologias de mediação digitais (redes sociais). Atualmente, as narrativas ganharam uma nova “ágora”, que é a *Internet*. Onde de forma diferente, mas também tradicional, resgata-se as práticas de experimentadas no passado, onde a narrativa fantástica só produzia sentido de fato ao ser discutida pelos membros da sociedade coletivamente.

Neste trabalho empenhou-se um esforço teórico, para compreender como uma forma de comunicação contemporânea – “as *hashtags*” (#), evidenciam a existência de uma memória coletiva acerca da narrativa seriada ficcional na *Internet*. Para tal, analisou-se a telenovela “Verdades Secretas” por meio da “**#VerdadesSecretas**”. Ao compreender que o conteúdo da telenovela é sustentado pelo usuário nas mais diversas plataformas de comunicação que o mesmo faz uso todos dias, identifica-se uma espécie de “nova era” tanto para a TV, quanto para a memória. A televisão tem suas práticas de consumo alteradas, à medida que passa a dividir espaço com a *Internet* em uma dinâmica de consumo em múltiplas telas. A memória se altera ao passo que supera a musealização, os espaços físicos e a materialidade. Ela torna-se um instante cristalizado em um combinado verbal e imagético, que é veloz e sensível.

Ao passo das análises, nota-se que a algumas necessidades narrativas como a fluidez e a repetição calculada, aparecem como estratégias dos próprios usuários ao comentarem a

telenovela no *Twitter*. Nota-se assim, que de certa maneira, as narrativas seriadas ficcionais estão vivendo seu mais completo e complexo cenário de expansão: as redes sociais digitais. O hibridismo presente nos produtos audiovisuais é encontrado também nas postagens dos internautas, à medida em que eles se comunicam predominantemente alinhando texto e imagem para comunicação de seus sentidos. A serialização é marcadamente bem sucedida também no ambiente digital, visto que, muitas postagens fazem referência a disposição dos capítulos da telenovela – “esperando o capítulo”, “triste depois desse capítulo”. É possível sentir a narrativa televisiva, ficcional e seriada, a partir da observação da telenovela na *Internet* (por meio das postagens). Nota-se também como a *web* é de certa maneira democrática e permissiva criativamente. Ao analisar as postagens feitas pelos espectadores, observa-se que são feitas associações que dificilmente poderiam ser desenvolvidas em mídias tradicionais, como: unir emissoras rivais, juntar novelas que passam em canais diferentes, citar marcas (organizações) no texto da telenovela sem patrocínio. Dessa forma, o consumo da telenovela em múltiplas telas é também um “grito de liberdade” para mentes criativas e noveleiras.

Ao encontrar uma participação ativa dos consumidores/telespectadores/usuários, nota-se que esse cenário da convergência, para além do tecnológico, é também uma transformação cultural. A partir da análise do *corpus*, identificou-se como a memória coletiva no *Twitter* é potencialmente *memética*. No sentido de ser muito específica àqueles usuários e também baseada na comicidade e comparação da narrativa da telenovela com mundo vivido e parodiado. Dessa forma, mais uma vez “enterra-se” a ideia de passividade do espectador, sobretudo porque, mais do nunca, o consumo e a produção são pensados e realizados de forma sinérgica e não em fases isoladas. As produções de sentido na *Internet*, em relação à narrativa da TV, são basicamente apropriações da cultura popular com apelo de adesão coletivo e potencial capacidade de propagação (*memes*). Mídias tradicionais e contemporâneas estão ciclicamente se cruzando, à medida que, os produtores de mídia não são mais apenas os veículos de comunicação, mas também os usuários de mídias digitais, como os que aparecem nas análises das postagens.

O *Twitter* pode ser entendido como um “grande sofá virtual” onde entra-se para conversar sobre aquilo que se consome. Não basta só consumir individualmente, mas é necessário também criar redes coletivas onde o consumo possa ser compartilhado com o maior número de pessoas possíveis (uso das *hashtags*). Ao analisar a telenovela no ambiente do *Twitter*, nota-se que a produção coletiva de significados é uma marca do processo. De forma que, por meio da memória, da linguagem e da cultura popular, alteram-se as

possibilidades de uso e a compreensão da vida cotidiana (uma cena interpretada de variadas formas). A partir do que o usuário produz, em termos narrativos (a sua postagem), é possível compreender partes de sua mitologia pessoal e da sua identidade. Tem-se portanto, novos significados (com o uso das *hashtags*), para antigas práticas culturais (comentar telenovelas).

Nota-se a partir da análise teórico-metodológica deste trabalho, que o pensamento convergente, que perpassa telenovela e *Internet*, remodela a cultura. Ao passo que esse novo consumo acaba por tecer teias de memórias inovadoras e sutis. Tem-se novas formas de contar histórias, em um novo ambiente cultura que são as redes sociais digitais. Entende-se o *Twitter* então, como uma tecnologia de distribuição de conteúdo e linguagem, no sentido de que uma demanda cultural é possível de ser desenvolvida a partir da sua engenharia comunicacional. Os novos modos de consumo, alteram as vivências socialmente construídas, de forma que é cada vez mais notório que a lógica industrial da televisão é alterada na coexistência da convergência corporativa com a convergência alternativa. Por meio do *Twitter*, pode-se ter uma perspectiva diferente de “Verdades Secretas” (na televisão), pois a interação entre os consumidores acaba dando uma estética diferenciada para a percepção da linguagem da telenovela na TV.

Pensar em comum sobre algum aspecto pode ser o primeiro indicativo de memória. Se ao falar de consumo em segunda tela expõe-se uma mudança cultural, logo também fala-se de memória, pois ambos os conceitos estão intimamente ligados. O ser humano é um ser cultural e social. Boa parte da sua sociabilidade e manifestações de culturais emergem das mais diversas narrativas que lhe são contadas e vividas ao longo da sua existência. Há uma relação entre a memória, o patrimônio e a identidade, onde neste trabalho pode ser disposta na ideia de que, o patrimônio são as narrativas, a memória está nas suas produções de sentido e a identidade é como tais sentidos irão ser apreendidos e utilizados pelos atores sociais que consomem essas narrativas patrimoniais. Historicamente há uma dificuldade em entender o entretenimento como um lugar de memória, à medida que ao longo do tempo esse conceito esteve mais relacionado aos acontecimentos traumáticos. Porém, a reflexão deste trabalho se estrutura no esforço em entender a memória desprendida da cristalização, mas efervescente no âmbito do trânsito e da fluidez.

O *Twitter* pode ser compreendido como um lugar onde o “passado” da narrativa pode ser colocado em ordem. Esse passado não tem os moldes históricos, pois engendra-se no “agora” e documenta-se de forma livre de institucionalidades. Se desde a sua concepção a telenovela foi pensada para nunca morrer, no ciberespaço ela encontra essa possibilidade de vitalidade fluída e coletiva. Apesar de fincado no “tempo real”, o *Twitter* é uma possibilidade

de habitar o tempo, assim como a telenovela. Quando fala-se de redes sociais digitais, fica-se diante de uma temporalidade onde a memória dos indivíduos está em ação por meio das suas postagens. Ao analisar as postagens com a “#VerdadesSecretas”, compreende-se que as marcas temporais e memoriais das mesmas estão em seus conteúdos. A partir de um elemento comum vivido – a telenovela “Verdades Secretas”, encontra-se por meio da análise das postagens com a *hashtag* específica, uma memória que é autêntica e peculiar e que faz referências as mais diversas origens, a partir de uma seleção simbólica coerente com as especificidades da rede que habita. Compreende-se de fato, que a memória é o que se vive.

Diante das postagens, nota-se como a escrita tem poder memorial. No *Twitter*, observa-se que os comentários acerca da telenovela são textuais mas também visuais. No entanto, as postagens de um ano após a exibição de “Verdades Secretas”, são predominantemente apenas escritas. Identifica-se uma hibridização entre escrita e oralidade, ao passo que as postagens fazem uso de uma linguagem que se aproxima muito das vivências coloquiais. O uso de gírias e expressões *meméticas* é uma recorrência no conteúdo dos *tweets*, o que demonstra que a escrita é também uma forma de socialização. De forma que, algo não será compartilhado/curtido por um usuário se ele não tiver um ponto de intersecção com o que está sendo comunicado. Historicamente tem-se variadas formas de reconhecer como a memória é transmitida nas sociedades. Considera-se a partir das reflexões e observações possíveis neste trabalho, que tanto o *Twitter* como rede social digital, quanto a telenovela enquanto narrativa, são lugares e possibilidades de propagação de memória e identidades.

Tem-se nas redes sociais digitais a possibilidade de uma manifestação massiva da memória humana. Ao refletir acerca da memória, fala-se também de sua crise e por isso sua existência fica cada vez mais sensível apenas nas nuances. Ao considerar a hipótese de uma memória “oral virtual”, vê-se que ela se confirma à medida que as marcas linguísticas no *Twitter*, apesar de serem escritas, são majoritariamente tecidas na oralidade. A ideia de um consumo concomitante também é identificada, pois as postagens, em sua maioria, exprimem reações sensíveis dos usuários, de forma que apontam para um sentido pessoal da narrativa, mas que é compartilhado e autorizado (à medida que outros compartilham). Desse modo, ao comentar uma narrativa seriada ficcional no *Twitter*, o indivíduo dá a sua existência um sentido temporal e memorial. As *hashtags*, desse modo, são utilizadas para além de uma perspectiva apenas “intuitiva”, mas há uma compreensão por parte da audiência de que esse mecanismo representa uma possibilidade de imersão e compartilhamento da narrativa televisiva.

Os *tweets* podem ser entendidos como estratégias discursivas que permitem ao usuário uma “vitória” memorial frente ao efêmero. Representam assim, uma espécie de esforço e vontade de documentar a narrativa da telenovela. Nota-se que a memória e a comunicação são processos de continuidade e não de esgotamento. Tem-se um retorno do “narrar” vinculado à um sistema de comunicação contemporâneo baseado na fluidez e na suspensão temporal. No *Twitter* há a possibilidade de vencer a individualidade e viver uma experiência coletiva em relação à telenovela. As experiências e os vínculos são os pontos chave para desenvolver uma remixagem da narrativa seriada ficcional na *Internet*. A memória nesse caso, habita na percepção em que cada usuário desenvolve em relação à narrativa. A coletividade vive nesse cenário, um estado de potência, onde a cada possibilidade de uso de *hashtag*, por exemplo, tem-se a probabilidade de algo individual torna-se coletivo.

Ao analisar as interações contemporâneas, fala-se também das relações técnicas que são cultivadas por meio das dinâmicas do cotidiano, que são mediadas pelas tecnologias da comunicação (redes sociais digitais). Há um ponto crucial à respeito da memória do presente: ela está condicionada à uma experiência midiática (meios de comunicação). Essa memória balizada pela comunicação e seus meios, altera completamente o “ser” no mundo. Vive-se constantemente o tensionamento entre o tempo real (que seria o do relógio) e o tempo virtual (que é produto das redes sociais digitais), a partir disso, tem-se também uma mudança a respeito da memória tanto cognitiva quanto histórica. O ser humano contemporâneo habita em uma hibridização entre a memória “real” – tangível (livros, cd’s, teatro, TV) e uma memória virtual – intangível (telepresença, redes sociais digitais, *games*). Portanto, vive-se uma profunda transformação cultural que perpassa a memória e a relação do indivíduo com o mundo.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA Heloísa Buarque de. **Telenovela, consumo e gênero**: “muitas mais coisas”. Bauru, SP: EDUSC, 2003.
- ANG, Ien. **A ficção televisiva no mundo**: melodrama e ironia em perspectiva global. Matrizes. Ano 4, nº 1, jul./dez. 2010. São Paulo.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. “Discourse in the Novel”. In *The Dialogical Imagination*. Trad. Caryl Emerson e Michael Holquist. Austin: University of Texas Press, 1981.
- _____. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais no método sociológico na ciência da linguagem. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.
- _____. **La Telenovela en Colombia**: televisión, melodrama y vida cotidiana. *Revista Dialogos de la Comunicación*, n.17, 1987.
- _____. **Os Exercícios do Ver**: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. São Paulo: Editora Senac, 2004.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2011.
- BENJAMIN, Walter. **O Narrador**: magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BERGER, Christa. A Pesquisa em Comunicação na América Latina. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.
- BOOTH, P. **Playing Fans**: Negotiating Fandom and Media in the Digital Age (Fan Studies). Iowa City: University of Iowa Press, 2015.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção**. Porto Alegre: Zouk, 1991.
- CALATRAVA, José R. Valles. **Teoría de la narrativa**. Una perspectiva sistemática. Madrid: Iberoamericana, 2008.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.
- _____. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1998.
- CASALEGNO, Frederico. Dialogo com **SERGE MOSCOVICI**. In: **Memória Cotidiana**: comunidade e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.70.

_____. Dialogo com **PAUL VIRILIO**. In: **Memória Cotidiana: comunidade e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.90.

_____. Dialogo com **KEVIN WARWICK**. In: **Memória Cotidiana: comunidade e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.105.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

_____. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CULLER, Jonathan. Literary theory . **New York**: Sterling Publishing, 2009
ECO, Umberto. Innovation et répétition: entre esthétique moderne e post-moderne. In BEAUD, Paul & QUÉRE, Louis (org.) **Dossier**: Les theories de la réception. Réseaux no. 68 CNET. 1994. Disponível em <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/>.

ECO, Umberto. **A Definição de Arte**. Rio de Janeiro: Record, 2016.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os Estudos Culturais. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

FECHINE, Y.; FIGUEROA, A.; CIRNE, L.. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: Lopes, M. I. V. (org.). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FECHINE, Y.; FIGUEROA, A.; CIRNE, L.. Transmidiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: LOPES, Immacolata Vassalo (org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 2 ed. Rio de Janeiro, 1981.

_____. Technologies of the self. In: HUTTON, P. H. , GUTMAN, H. , MARTIN, L. H. (ed). . **Technologies of the Self**. A Seminar with Michel Foucault. Amherst, The University of Massachusetts Press, 1988.

FRANCO, Maria Laura P. **Análise do Conteúdo** - Série Pesquisa - Vol. 6. Barbosa Editora Liber Livro, 2008.

GRAMSCI, Antonio. **Os cadernos do cárcere**. Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

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

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

_____. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos** – O breve século XX. São Paulo: Cia. Das Letras, 1995

HOGGART, R. **The Uses of Literacy**: Aspects of Working-Class Life with special reference to publications and entertainments. Londres, Chatto and Windus, 1957.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz Cláudio; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2007

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

_____. **Políticas de Memória no Nosso Tempo**. Rio de Janeiro, 2014.

_____. **Seduzidos pela Memória**: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hackers, 2005

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

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2013.

JOHNSON, Steven. **Everything bad is good for you**: how today's popular culture is actually making us smarter. New York, Riverhead Books, 2005.

JOST, François. **De quoi les séries américaines sont-elles le symptôme**. Paris: CNRS Éditions, 2011.

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.

KORNIS, Mônica Almeida. **Cinema, Televisão e História**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed, 2008.

KOZINETS, R. V. **On netnography**: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. Illinois: Evanston, 1997.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Coleção Teledramaturgia, vol. 4. Porto Alegre: Sulina, 2015.

_____. **Telenovela brasileira**: uma narrativa sobre a nação. Revista Comunicação & Educação, São Paulo, v. 1, n. 26, p. 17-34, 2003.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MALCHER, Maria A. **A Legitimação da Telenovela e o Gerenciamento de sua Memória:** o Núcleo de Pesquisa de Telenovela da ECA-USP. São Paulo, 2001. 385p. Dissertação de Mestrado (Ciência da Comunicação) Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

MEYER, M. 1996. **Folhetim:** uma história. São Paulo: Companhia das Letras.

MOTTER, Maria Lourdes e MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Narrativas Complexas na Ficção Televisiva Brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35. 2012. Disponível em: <
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0503-1.pdf>>

NEVEU, Erik; MATTELART, Armand. **Introdução aos Estudos Culturais.** São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

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

NOVELI, M. **Do off-line para o online:** a netnografia como um método de pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a etnografia para a Internet? Organizações em Contexto, v.6, n.12, p. 107-133, 2010.

ORTIZ, Renato, BORELLI, Sílvia Helena Simões, RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela:** História e Produção. 2 ed. São Paulo, SP, Brasiliense, 1991.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão.** São Paulo: SP, Moderna, 1998.

REIMÃO, Sandra. **Televisão na América Latina.** São Bernardo do Campo: Editora Umesp, 2000.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais:** a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SILVA, Silvano Alves Bezerra da. **Estética Utilitária:** interação através da experiência sensível com a publicidade. João Pessoa. Editora da UFPB, 2010.

SODRÉ, Muniz. **A verdade seduzida:** por um conceito de cultura no Brasil. 2.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

SOUZA, Maria Carmen Jacob de. **Telenovela e Representação Social:** Benedito Ruy Barbosa e a representação popular na novela Renascer – Rio de Janeiro 2004 – E- Papers Serviços Editoriais.

STAM, R. **Bakhtin:** da história à cultura de massa. São Paulo: Ática, 2000.

THOMPSON, E. P. **A Formação da classe operária inglesa.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1963.

VYGOTSKY, Liev S. **A formação social da mente:** o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores. 5 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979

WOLFF, Michael. **Televisão é a Nova Televisão**: O triunfo da velha mídia na Era Digital. Rio de Janeiro: Globo Editora, 2015.