



## **Quando o final não é feliz: telenovela, consumo e produção de sentidos<sup>1</sup>**

*When the ending is not happy: soap opera, consumption  
and production of meanings*

**Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes<sup>[a]</sup>**

**Geilson Fernandes de Oliveira<sup>[b]</sup>**

<sup>[a]</sup> Doutora, UERN, e-mail: [marciliamendes@uol.com.br](mailto:marciliamendes@uol.com.br)

<sup>[b]</sup> Pós-Grad., UERN, e-mail: [geison\\_fernandes@hotmail.com](mailto:geison_fernandes@hotmail.com)

---

<sup>1</sup> Uma primeira versão deste texto foi apresentada durante o XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado em Natal – RN, nos dias 2, 3 e 4 de julho de 2015. Aqui, incorporamos algumas das discussões promovidas que serviram para o enriquecimento da discussão empreendida.

## Resumo

Considerada como um dos principais produtos da TV brasileira, a telenovela, mesmo diante das novas configurações culturais e midiáticas, continua a evidenciar o seu potencial mobilizador na produção de sentidos e agendamento de temas. Neste artigo, nos propomos a analisar a repercussão da audiência da telenovela *Império* (2014-2015) durante suas duas últimas semanas de exibição, quando foram propagadas em sites de notícias e de entretenimento informações sobre a possível morte do protagonista, José Alfredo, o Comendador. Por intermédio da utilização da Análise do Discurso de orientação francesa como método, as nossas reflexões centram-se na análise dos discursos produzidos a partir dos comentários destas notícias emitidas nas duas últimas semanas da telenovela, bem como tweets postados durante a exibição do último capítulo. Em suma, esses comentários e tweets discursivizaram, em sua maioria, uma expressão de recusa e frustração dos telespectadores em aceitar a morte e o conseqüente final não feliz do protagonista, com base nas premissas convencionais do imaginário tradicional do happy end, bem como apontaram para novas formas de consumo, apropriação e produção de sentidos por parte dos receptores em meio ao cenário da convergência midiática.

**Palavras-chave:** Telenovela. *Império*. Produção de sentidos.

## Abstract

*Considered as one of the main products of Brazilian television, the telenovela, even before the new cultural and media settings continues to demonstrate it's mobilizing potential to produce meaning and scheduling issues. Based on these issues, in this article we propose to analyze the impact of audience of the soap opera *Empire* (2014-2015) during his last two weeks of exhibition, when it was propagated in news sites and entertainment information on the possible death of the protagonist José Alfredo - the Commander. Through the use of the French orientation of discourse analysis as a method, our thoughts are focused on the analysis of discourses produced from the comments of this news issued in the last two weeks of the soap opera as well, posted tweets while viewing the last chapter. In short, these comments and tweets mostly an expression of rejection and frustration of viewers to accept death and the end resulting non-happy protagonist, based on conventional assumptions of traditional happy ending imagination and pointed to new forms of consumption, ownership and production of meanings by recipients amid the backdrop of media convergence.*

**Keywords:** Soap Opera. *Empire*. Production of meaning.

## Considerações iniciais

Enquanto parte de um campo que abarca diversas nuances produtivas, a telenovela pode ser apontada como um dos principais produtos da indústria cultural e midiática brasileira. Sendo um produto nacional e internacionalmente conhecido, nela – embora, para muitos, seja apontada somente como uma espécie de espetáculo para a promoção de pessoas, produtos e modos de vida – constitui-se uma fonte de impressão inesgotável de nossa cultura, como indica Nicolosi (2009) ao caracterizar esse produto televisivo como fruto da história da televisão e da cultura nacional, que vem evoluindo em conjunto com o desenvolvimento e modernização do meio social, de tal modo que os seus enredos, por exemplo, vão se ajustando de acordo com os momentos históricos e sociais a que pertencem e transitam.

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

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

Para melhor entendimento sobre o gênero em si, Lopes (2009) propõe uma tentativa de periodização da telenovela brasileira em três fases. Respectivamente, temos: a fase sentimental (1950-1967), a realista (1968-1990) e a naturalista (desde 1990). A fase da telenovela marcada pela característica “sentimental” expressa um momento histórico em que essas produções traziam em suas narrativas verdadeiros dramalhões, novelas que pudessem, de fato, fazer chorar e emocionar o seu público, considerando o seu aspecto melodramático. Entre-

tanto, segundo Lopes (2009), esse modelo não rendeu bons frutos por muito tempo em solo brasileiro, apesar de ainda ser recorrente através das produções mexicanas exibidas na TV aberta.

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

Por último, na fase naturalista, identifica-se a presença do tom realista característico da fase anterior, entretanto, o efeito de verossimilhança a partir do aprofundamento no tratamento de temáticas sociais nas tramas passa a ser realizado com um maior cuidado em relação à proximidade da realidade, de modo que haja credibilidade e legitimidade nos temas tratados, mas também a sua função pedagógica. Conforme Lopes (2009), a fase naturalista incorpora várias das características das fases anteriores, mas sem deixar de expressar as suas diferenças constitutivas em relação às fases precedentes, demonstrando um discurso em que aquilo que se passa na narrativa possui relações diretas com os aspectos vividos pelos sujeitos em seus cotidianos, favorecendo maior credibilidade por parte do público consumidor e legitimidade no tratamento de diversos assuntos. A adequação destes fatores incorporados tem suscitado, na contemporaneidade, sentidos cada vez mais próximos do real e os espectadores, por sua vez, vêm demonstrando o seu papel ativo nessa produção de sentidos.

É importante lembrar que as três fases da telenovela indicadas por Lopes (2009) e discutidas acima coincidem – tanto direta quanto indiretamente – com outras três fases da formação histórica de nosso país, a saber: 1) as relações entre a fase sentimental com o período da censura e ditadura, tendo em vista que, naquele momento, temáticas mais verossímeis não poderiam ser tratadas de forma mais aberta; 2) as narrativas com característica realista e seu encontro consonante à abertura dos movimentos sociais e redemocratização do país; e 3) as imbricações da fase naturalista com a possibilidade de tratamento dos temas diversos com o pacto neoliberal contemporâneo, quando o capital e os ideais de sucesso e autor-realização tornam-se os novos objetivos a serem atingidos através de uma busca constante por parte dos sujeitos, a fim de se atingir o bem-estar e a felicidade, questões comumente percebidas nas tramas e personagens das telenovelas. Tais aspectos explicitam as relações intrínsecas e multilaterais entre a história do país e das telenovelas.

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

Essa linha de raciocínio é facilmente identificada hoje no âmbito da tele-dramaturgia, particularmente na telenovela, considerada como outra forma de narrar em série. Mas é preciso considerar que a forma do folhetim serviu de orientação na produção da novela no mundo moderno, quando seus enredos e narrativas ficcionais, ao trabalharem com temas do cotidiano e de conhecimento da população de modo tão verossímil, confundem-se com a própria realidade:

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

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

Ainda relativo ao seu consumo, percebe-se que este se dá em diversos níveis, pois, independente de classe, sexo, idade ou religião, pessoas das mais distin-

tas participam dos territórios de circulação da telenovela, mesmo quando não as assistem, considerando, para tanto, o fato de a telenovela não ser somente vista, mas também falada, comentada e discutida nos espaços de convívio familiar, do trabalho, da escola etc., em que os seus sentidos vão sendo continuamente reelaborados, ganhando novos significados, sentidos e apropriações. Não à toa, Lopes (2009) define a telenovela como um recurso comunicativo, isto é, “a novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamento, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada” (2009, p. 23).

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

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

Como pode ser percebido, tal é o seu poder de pautar a agenda pública, que a telenovela é acompanhada e discutida nacionalmente, durante todo o período de sua exibição, o que indica a sua relação com a teoria da *agenda setting*<sup>2</sup> (em português, agendamento). Aqui, não aprofundaremos a discussão sobre a relação entre telenovela e agendamento, tendo em vista termos outros interesses para o momento. De todo modo, há de nossa parte o reconhecimento destas relações vistas como recíprocas, reconhecendo tanto o agendamento por parte das narrativas quanto de contra-agendamento (quando os sujeitos passam a pautar e interferir

---

<sup>2</sup> Desenvolvida por McCombs e Shaw, a teoria da *agenda setting* propõe que os discursos da mídia atuam na definição do que o público deve pensar, de modo que a compreensão dos sujeitos em relação à realidade social seria modificada e orientada pelos meios de comunicação. Inicialmente, tinha-se a ideia de que os meios determinariam o que os indivíduos deveriam pensar, entretanto, nas pressuposições desta teoria, principalmente a partir de suas revisões e reformulações, há o reconhecimento de que o público também estabelece um *contra-agendamento* em relação à mídia, promovendo rupturas em se tratando da compreensão das relações entre os meios de comunicação e os sujeitos.

no desenvolvimento das tramas, não sendo, como propunham os estudiosos da *mass communication research*, meros agentes passivos), sendo necessária, para tanto, a realização de outros estudos mais aprofundados. Com efeito, a nossa análise se direciona às formas de consumo e produção de sentidos propiciados pela telenovela diante das novas configurações do campo da comunicação, da sociedade e do cenário da convergência midiática.

## Telenovela, consumo e produção de sentidos

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

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

Ao utilizarmos o termo *mediações* para explicar a importância dos fatores socioculturais nos processos de consumo, apropriação e produção de sentidos relativos à ficção televisiva, partimos dos pressupostos trabalhados por Martin-Barbero (2009) que, ao inserir o processo comunicativo enquanto parte das práticas sociais, percebe a recepção televisiva atravessada por condições de produção complexas. As *mediações*, neste sentido, podem ser entendidas “como um processo estruturante que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com os meios como a criação por parte deles dos sentidos dessa interação” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 40). Conforme Martin-Barbero (2009), os sentidos produzidos durante os processos de recepção são sempre mediados por

práticas cotidianas, as quais fazem parte dos contextos sociais e culturais dos telespectadores. Com esta concepção, o autor evidencia seu posicionamento contrário à visão de uma comunicação massiva, em que os sujeitos receptores seriam apenas depositórios passivos. Destarte, modifica-se o lugar da pergunta “*o que os meios fazem com as pessoas?*” para “*o que as pessoas fazem com as mensagens dos meios?*”. Em sua perspectiva, são nas inter-relações que se pode *entre-ver* os processos de consumo e recepção, os quais, acompanhando o seu tempo histórico, são atrelados aos novos modos de produção, circulação e consumo.

Como exemplo, em estudos mais recentes, Lopes e Mungioli (2011) e Jacks e Ronsini (2011) enfatizam que, na atualidade, a circulação das telenovelas assume outras dimensões, dando destaque para a sua circulação na internet através das conversações estabelecidas em rede por parte dos telespectadores. Esse novo processo é apontado como parte da convergência midiática, conceito trabalhado por Jenkins (2008) em referência ao fluxo de informações e conteúdos a partir dos diversos suportes tecnológicos e midiáticos.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p. 27).

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

Este “transbordamento” pode ser explicitado pelo fato de os conteúdos produzidos nas mais diferentes plataformas e suportes proporcionarem outras formas de consumo, circulação, apropriação e produção de sentidos sobre os discursos da ficção televisiva e, mais do que isso, por indicar novas nuances dos processos de recepção, quando os telespectadores passam a ser também produtores de conteúdos, como vem demonstrando alguns estudos, como o de Oikawa, John e Avancini (2012), ao analisarem os processos de apropriação e produção de conteúdos dos telespectadores da telenovela *Avenida Brasil*<sup>3</sup>. É certo que este

---

<sup>3</sup> Ver trabalho em nossas referências.

transbordamento não é algo inteiramente novo, tendo em vista que as revistas ou suplementos jornalísticos voltados para o entretenimento, assim como os próprios consumidores dos conteúdos das telenovelas já discursivizavam – e ainda discursivizam – sobre estes produtos antes do advento das tecnologias de comunicação e informação, como a internet, que têm potencializado exponencialmente este transbordamento.

Desta forma, reforçamos que este fenômeno pode ser compreendido como uma transformação cultural, conforme as condições de seu tempo de existência. De acordo com Lacalle (2010, p. 79), “a incorporação crescente dos usuários na Rede propicia a configuração de um entorno midiático onde as fronteiras entre produção e recepção são cada vez mais difusas, o que está transformando a Rede no principal aliado da ficção televisiva”. Como já apontamos, tais (re)configurações constituem parte de interesse neste artigo, que toma como objeto empírico para reflexão, além dos modos de consumo, apropriação e produção de sentidos a partir de *posts* da rede social *twitter*<sup>4</sup> e comentários dos telespectadores da telenovela *Império* nas páginas de entretenimento do *site* de notícias *Uol*<sup>5</sup>, também a análise dos discursos que foram produzidos pelos consumidores nesses *posts* e comentários.

A telenovela *Império* foi produzida pela Rede Globo de Televisão e exibida no horário nobre das 21 horas. Sua duração correspondeu aos moldes convencionais, ou seja, esteve durante oito meses no ar, do dia 21 de julho de 2014 a 14 de março de 2015, totalizando 203 capítulos. Escrita por Aguinaldo Silva<sup>6</sup>, os últimos capítulos dessa telenovela<sup>7</sup> tiveram bastante repercussão em *sites* de entreteni-

---

<sup>4</sup> Criado em 2006, o *twitter* é uma rede social *on-line* que permite aos seus utilizadores o envio e/ou postagem de atualizações pessoais com textos de até 140 caracteres, além de imagens ou vídeos.

<sup>5</sup> Em se tratando do recorte temporal direcionado para a coleta de dados, especificamente os *posts* no *twitter*, a coleta foi realizada durante a exibição do último capítulo inédito da novela *Império*, isto é, na noite do dia 13 de março de 2015; já no que se refere à coleta dos comentários das notícias relacionadas à telenovela na página de entretenimento do *Uol*, esta foi feita acompanhando as publicações de informações noticiosas nas duas últimas semanas da telenovela. A diferença do período de escolha para a coleta dos dados de cada espaço (*twitter* e *Uol*) deu-se devido à escolha metodológica de buscar analisar se os comentários das notícias relativas à telenovela durante as suas duas últimas semanas, os quais demonstravam, em sua maioria, oposição à noticiada possível morte do protagonista, teriam ressonâncias na audiência comentada do capítulo final no momento de sua exibição, via *twitter*.

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

<sup>7</sup> Como a narrativa em si da telenovela não é o nosso foco, para mais informações sobre o seu enredo, indicamos o acesso ao seguinte endereço:

<[http://pt.wikipedia.org/wiki/Imp%C3%A9rio\\_\(telenovela\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Imp%C3%A9rio_(telenovela))>.

mento e nas redes sociais, tendo em vista principalmente o assassinato do protagonista, *José Alfredo – O Comendador*, pelo próprio filho – *José Pedro*<sup>8</sup>.

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



**Figura 1:** Comentários produzidos pelos telespectadores em relação à noticiada possível morte do comendador

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

Os comentários acima se referem à matéria intitulada “*Em Império, José Pedro mata José Alfredo com um tiro pelas costas*”, publicada na sessão *Uol Entretenimento* do portal de notícias *Uol*<sup>9</sup>. A partir da materialidade exposta, é possível

<sup>8</sup> Personagens interpretados pelos atores Alexandre Nero e Caio Blat, respectivamente.

<sup>9</sup> Escolhemos a sessão de entretenimento do *Uol* levando-se em consideração a sua grande popularidade e, principalmente, devido à participação recorrente dos leitores no espaço direcionado aos comentários. Já com relação ao *twitter*, o escolhemos pela sua característica rapidez, simul-

perceber o “transbordamento” da circulação das telenovelas, especialmente em relação à recepção. Neste âmbito, o transbordamento é identificado pela participação efetiva dos telespectadores emitindo suas opiniões e posicionamentos sobre os rumos da telenovela, de modo que a convergência midiática expressa-se como umas das principais possibilitadoras dessas (re)configurações. Nos comentários expostos quando da matéria sobre o fim “trágico” do protagonista da telenovela, observa-se como aspecto discursivo preponderante a negação, de modo que a morte do *Comendador* é vista como “*o pior final possível*” ou o “*morrer na praia*”. Tais discursos possuem sua inscrição em condições de possibilidades específicas (FOUCAULT, 2011), em que há maior espaço para uma participação e produção de forma mais direta. Além disso, atrelado aos modos de consumo típicos dos processos de convergência da contemporaneidade, nota-se nessas materialidades discursivas um forte papel de projeção e identificação (MORIN, 1997), estendendo-se a uma produção de significações por parte dos receptores no que diz respeito à telenovela.

Ademais, esta produção discursiva exemplifica outros modos de circulação, recepção e produção de sentidos, os quais vão se convertendo em uma extensão dos conteúdos, enredos e narrativas das telenovelas, tornando evidente a figura do espectador ativo com a produção de sentidos e conteúdos imediatos e instantâneos quando comparados ao que postulavam alguns estudos frankfurtianos. Revela-se, desta forma, uma recepção, consumo e produção de sentidos simultâneos e em diferentes meios, indicando mudanças nos hábitos de se acompanhar e ver a telenovela, ou, melhor dizendo, do consumo midiático frente aos processos de convergência.

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

---

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

---

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



**Figura 2:** Internautas pedem para Aguinaldo Silva (autor de *Império*) deixar o protagonista, José Alfredo, vivo

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

Na figura 2, podemos visualizar esse receptor mais ativo, que acessa e experiencia coletivamente – através das conversações nos comentários – a telenovela. Em letras garrafais, “samuel pe Recife” solicita a Aguinaldo Silva, autor da novela, para que *Zé Alfredo* fique vivo, argumentando para tanto sobre a luta empreendida pelo protagonista para crescer. Esse discurso traz em si a visão contemporânea e neoliberal na qual o sucesso pode ser alcançado após a sua busca constante, apontando para o aspecto naturalista da narrativa, o qual conversa diretamente com a conjuntura social e cultural. Por sua vez, os dois últimos comentários enunciados indicam certa intimidade dos receptores em relação tanto aos personagens da

trama como ao autor, endereçando-lhe, inclusive, “um abraço”. Com uma duração tão extensa, não é de se estranhar que as narrativas da telenovela promovam tamanha aproximação e fidelização, ainda mais quando se trata de um gênero enraizado em nossa formação cultural. Outrossim, mais uma vez, há a referência e apelo para que o protagonista tenha o seu final feliz, acontecimento que não se efetivou e resultou em um grande volume de comentários não só nos *sites* de notícia e de entretenimento, mas igualmente em diversos *posts* nas redes sociais, entre as quais destacamos o *twitter* e discutimos em tópico posterior.

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

### Quando o final não é feliz: a morte do Comendador

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

Em nossos dias, a circulação da telenovela conta com uma grande diversidade de espaços para o seu trânsito, sendo os mais recorrentes no contexto da convergência as redes sociais e os *sites* de entretenimento, os quais permitem a efetivação de mensagens e conteúdos permeados por comentários e opiniões sobre os rumos que as produções da ficção deverão tomar, sendo ainda constantes os juízos de valor em relação aos personagens e suas características morais. Com esse tipo de circulação, os espectadores assumem novos papéis diante de canais marcados pela rapidez e instantaneidade, aspectos que alteram o escoamento de discursos dos próprios espectadores, ultrapassando a unilateralidade dos “meios

tradicionais” e de sua “quase-interação mediada”<sup>10</sup> (THOMPSON, 1998). Assim sendo, os *sites* e redes sociais na internet vêm possibilitando tanto outras formas de circulação de conteúdos televisivos quanto uma forma diferente de assistir TV, (re)atualizando e convivendo com os seus modos tradicionais (tabloides e revistas, por exemplo).

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

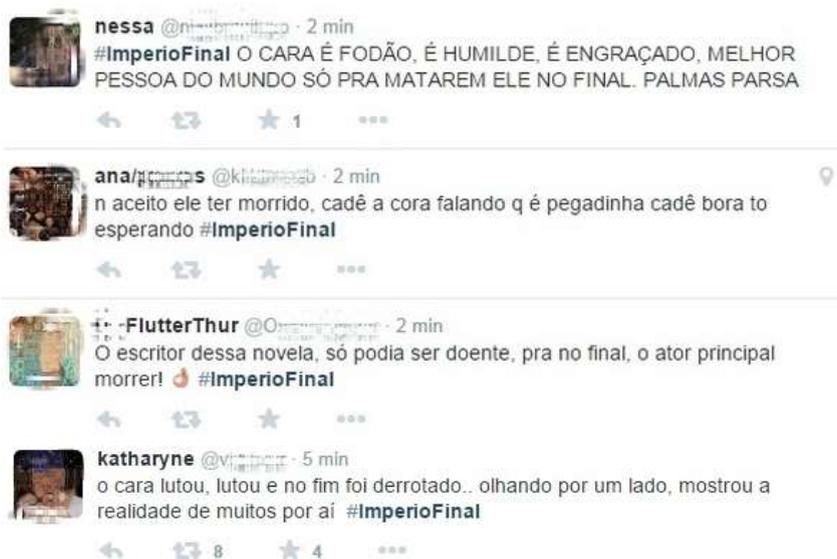
Os aspectos acima elencados podem ser observados nas imagens 3, 4 e 5, coletadas via *twitter*:



**Figura 3:** Discursivização na rede social twitter sobre o último capítulo de Império

Fonte: twitter.com

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



**Figura 4:** Discursivização na rede social *twitter* sobre o último capítulo de *Império*

Fonte: twitter.com



**Figura 5:** Discursivização na rede social *twitter* sobre o último capítulo de *Império*

Fonte: twitter.com

Nos *posts* do *twitter*, os espectadores compartilharam suas opiniões sobre o último capítulo da telenovela, que inclusive ficou entre os assuntos mais comentados do *site* no Brasil e no mundo (*TT's*<sup>11</sup>) durante a sua exibição, demonstrando o

<sup>11</sup> Os *TT's* (*Trending Topics*) são uma lista em tempo real dos termos mais postados e comentados no *Twitter*. Durante a exibição do último capítulo de *Império*, o termo #ImperioFinal foi o mais mencionado na rede. Diante dessa gama tão expressiva, identificamos na maioria dos *posts* uma grande ressonância discursiva com os enunciados produzidos anteriormente – relativos às notícias sobre a telenovela durante as suas duas últimas semanas de exibição na sessão de entrete-

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

A repercussão negativa sobre o final de *Império*, evidenciada através dos discursos enunciados nos *posts* e comentários, evoca o apego dos consumidores aos modelos tradicionais da ficção pautados pelo *happy end* (final feliz), como nos mostra Morin (1997). Segundo o estudioso francês, o universo da tragédia, tão recorrente durante tanto tempo, se desfez com a introdução massiva do *happy end* pela indústria cultural ou cultura de massas, passando a serem raras as produções que acabam com a morte ou com o fracasso do herói. Para tanto, “a ideia de felicidade se torna o núcleo afetivo do novo imaginário” (MORIN, 1997, p. 93-94), e os novos modelos culturais estabelecem somente o sucesso e a felicidade como imperativos<sup>12</sup> (FREIRE FILHO, 2010), cabendo ao fracasso somente a sua fuga.

Nos comentários analisados ou nos *posts* do *Twitter*, a morte do *Comendador* ocorrida na telenovela foi negada como se ela tivesse ocorrido na própria realidade, indicando que, ao assistir e consumir os discursos da telenovela, a própria vida é consumida. Para Hamburger (1998), ao retratarem a vida cotidiana e os costumes sociais, as telenovelas permitem ao espectador uma sensação de muita proximidade com os personagens, estabelecendo identificações com as situações

---

nimento do *Uol*. Desta forma, as postagens do *Twitter* aqui reproduzidas foram selecionadas por expressarem esta homogeneidade discursiva tanto em relação à percepção dos próprios usuários do *Twitter* quanto aos comentadores no *site* de notícias já mencionado.

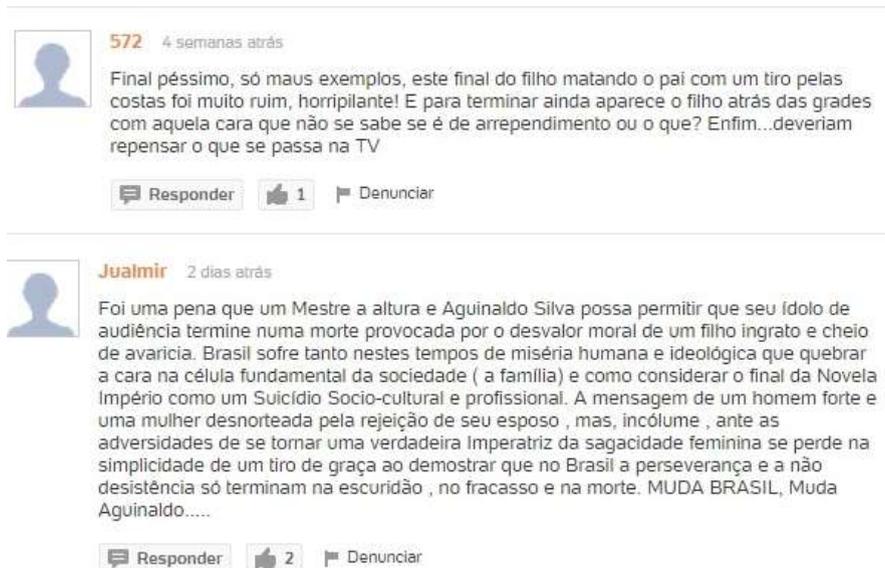
<sup>12</sup> A novela *A vida da gente* (Rede Globo, 2011-2012), por exemplo, teve sua narrativa alterada após seu conteúdo ser considerado “angustiante” e conter “desgraças demais”, tanto pelos telespectadores quanto pelo Ministério Público. Ver: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/a-vida-da-gente-autora-ameniza-doenceda-de-juacutelia-sem-leucemia-ela-teraacute-hepatite-4001234.html>> e <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/ministeacuterio-da-justiccedilavecirc-conteuacutedos-angustiantes-em-vida-da-gente-muda-classificaccedilatildeo-indicativa-da-novela-3323450.html>>.

por eles vivenciadas, mesmo sabendo-se e reconhecendo-se o caráter ficcional da obra.



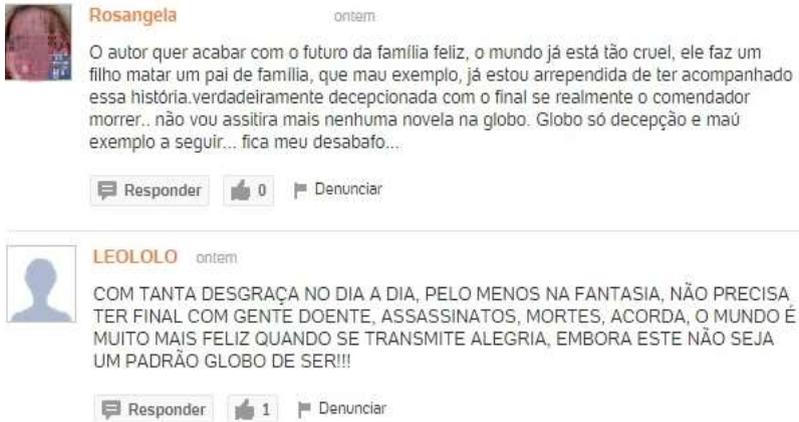
**Figura 6:** A telenovela e o seu efeito de real: consumo e produção de sentidos

Fonte: Twitter.com



**Figura 7:** Quando o final não é feliz: a morte do protagonista e a recepção negativa do público consumidor de *Império*

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



**Figura 8:** Quando o final não é feliz: a morte do protagonista e a recepção negativa do público consumidor de *Império*

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

Nos posts acima (via *Twitter* e comentários da *Uol*), o envolvimento dos telespectadores com a telenovela evoca a função socioeducativa destas produções, defendendo e propondo que o fato de o filho matar o pai (como ocorreu no último capítulo de *Império*) é um desserviço à educação e um exemplo equivocado para a sociedade. Consta-se, neste sentido, a presença de um discurso que cobra ativamente por uma narrativa que possa servir de exemplo e, ao mesmo tempo, nota-se com expressividade o papel do trabalho com a realidade que é atribuído à telenovela, conferindo-lhe a função educativa, sendo, deste modo, não mero entretenimento, mas uma coisa séria. Destarte, não podemos deixar de lado que estes enunciados têm o seu pertencimento a um regime discursivo do *happy end*, o qual já está instaurado em nossa cultura e em nosso inconsciente coletivo. Para muitos, quando há a sua negação na ficção, comumente vista como uma válvula de escape diante das adversidades do dia a dia, é como se isso também pudesse ocorrer na vida do próprio telespectador, daí o seu receio.

## Considerações finais

Podendo ser considerada como o gênero narrativo mais popular da contemporaneidade, a telenovela cada vez mais é vista como um lugar de produção dos mais diversos sentidos. Como afirma Lopes (2009), a telenovela é hoje um produto estético e cultural que possui reconhecimento público internacional e se constitui como uma das características centrais da identidade nacional. Frente a

tantas transformações e mudanças ocorridas no desenrolar da própria história, a telenovela vai se reinventando, assim como os seus modos de circulação, consumo e produção de sentidos, como podemos agora identificar diante do contexto da convergência midiática, que altera não somente os usos das mídias e tecnologias, mas os comportamentos dos sujeitos em relação a elas.

Neste sentido, o desenrolar da história, com suas mudanças e transformações ininterruptas, assim como as suas (des)continuidades, demonstram a telenovela, suas narrativas e modos de consumo como objetos atravessados pelas características de seu tempo. É importante frisar, contudo, que os aspectos indicados como novidade podem conviver ao mesmo tempo com outros vistos como tradicionais, (re)atualizando-os conforme as disposições encontradas. De todo modo, temos que destacar em meio a estes fatores o sempre necessário reconhecimento de um sujeito receptor ativo, não como forma de dizer que ele não existia anteriormente, mas como um modo de reforçar a sua posição e suas produções de discursos e sentidos incessantemente.

Sem pretendermos encerrar as possibilidades de interpretação, à guisa de conclusão, evidenciamos, a partir das análises aqui promovidas, novos modos de consumo e produção de sentidos sobre a telenovela, os quais não deixam de lado seus vínculos habituais, mas os renovam e apontam para novas direções. Destarte, observamos, a partir da análise das discursividades expressas nos comentários e *posts*, efeitos de sentidos que demonstram um recorrente apego dos receptores aos modelos tradicionais da cultura da mídia, como o final feliz, o que pode vir a justificar a repercussão negativa do final da telenovela *Império*.

## Referências

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

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 21 ed. São Paulo: Loyola: 2011.

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

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

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

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

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

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

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

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

LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

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

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

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

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

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

Recebido: 10/11/15

Received: 10/11/15

Aprovado: 23/11/15

Approved: 23/11/15