

# A LITERACIA MUDIÁTICA E O PRAZER IRÔNICO DOS FÃS DE VERDADES SECRETAS II: ANÁLISE DE COMENTÁRIOS NO TWITTER

MEDIA LITERACY AND THE IRONIC PLEASURE OF FANS OF VERDADES SECRETAS II: ANALYSIS OF COMMENTS ON TWITTER

LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA Y EL PLACER IRÓNICO DE LOS FANS DE VERDADES SECRETAS II: ANÁLISIS DE LOS COMENTARIOS EN TWITTER

## Eutália Ramos

■ Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Integrante do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF/CNPQ) e pesquisadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual.

■ E-mail: [ramoseutalia@gmail.com](mailto:ramoseutalia@gmail.com)

## Daiana Sigiliano

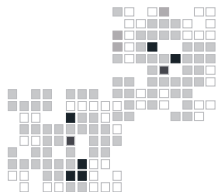
■ Doutoranda e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Integrante do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF/CNPQ). Pesquisadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual, da Rede Obitel-Brasil UFJF e da Rede Interinstitucional Euroamericana de Alfabetização Midiática.

■ E-mail: [daianasigiliano@gmail.com](mailto:daianasigiliano@gmail.com)

## Gabriela Borges

■ Professora Adjunta da Universidade do Algarve e Investigadora Integrada do Centro de Investigação em Artes e Comunicação, em Portugal. Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. É coordenadora brasileira da Rede Alfamed (Rede Interinstitucional Euroamericana de Investigação sobre Competência Midiática para a Cidadania), do Grupo de Pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF/CNPQ) e do Observatório da Qualidade no Audiovisual.

■ E-mail: [gabriela.borges@ufff.br](mailto:gabriela.borges@ufff.br)





## RESUMO

Este artigo tem o objetivo de analisar de que modo a experiência do prazer irônico pode ser observada nos conteúdos compartilhados pelos fãs de *Verdades Secretas II* no Twitter a fim de relacioná-lo com a literacia midiática. Segundo Ang (1985), o prazer irônico se contrapõe à experiência unicamente afetiva, sendo norteado pela identificação de falhas e incoerências na narrativa. Para isso, realizamos um monitoramento dos *tweets* publicados pelos fãs durante a semana de lançamento da trama. Conclui-se que os telespectadores interagentes satirizam distintos aspectos da narrativa, ampliando as camadas interpretativas do universo ficcional.

**PALAVRAS-CHAVE:** CULTURA DE FÃS; LITERACIA MIDIÁTICA; GLOBOPLAY; VERDADES SECRETAS II.

## ABSTRACT

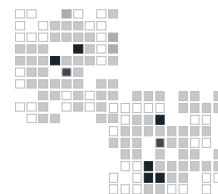
This article seeks to analyze how the experience of ironic pleasure, proposed by Ang (1985), can be observed in the contents shared by fans of *Verdades Secretas II* on Twitter aiming to relate it to media literacy. According to the author the ironic pleasure is opposed to the solely affective experience being guided by the identification of flaws and inconsistencies in the story. For that, we monitored the tweets posted by fans during the week of launch. We conclude that the interacting viewers satirize different aspects of the story, expanding the interpretative layers of the fictional universe.

**KEYWORDS:** FAN CULTURE; MEDIA LITERACY; GLOBOPLAY; VERDADES SECRETAS II.

## RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar cómo la experiencia del placer irónico, propuesta por Ang (1985) se puede observar en los tuits compartidos por los fans de *Verdades Secretas II* en Twitter para relacionarlo con la alfabetización mediática. El autor la el placer irónico se opone a una experiencia afectiva única, siendo guiado por la identificación de fallas e inconsistencias en la historia. Para ello, monitorizamos los tuits publicados por los fans durante la semana de lanzamiento. Resulta que los espectadores que interactúan satirizan diferentes aspectos de la historia, expandiendo las capas interpretativas del universo ficticio.

**PALABRAS CLAVE:** CULTURA DE FANS; ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA; GLOBOPLAY; VERDADES SECRETAS II.



## 1. Introdução

De acordo com Orozco (2021) e Arditi (2021) desde 2005 a tecnologia *streaming* possibilita assistirmos vídeos no YouTube, séries e filmes na Netflix e escutarmos músicas no Spotify. Agora temos acesso aos conteúdos em múltiplos meios de forma rápida e fácil. Com isso, somos apresentados a um ciclo de consumo sem fim (ARDITI, 2021), uma vez que há sempre um novo conteúdo pronto para ser visto e/ou consumido. Segundo Arditi (2021), o consumo sem fim é potencializado pelo *streaming* e isso transforma o modo como consumimos cultura. Passamos a compreender que, através da assinatura de uma plataforma específica temos acesso a um catálogo com infinitas opções, ou seja, o conteúdo nunca acaba. No Brasil, por exemplo, existem mais de dez serviços de *streaming* de grandes empresas, sendo a principal delas o Globoplay.

A plataforma foi criada em 2015 como sucessora da Globo.tv+<sup>1</sup> e inicialmente funcionava como expansão da grade televisiva da TV Globo, disponibilizando programas, edições de jornais e capítulos de novelas na íntegra. No entanto, o Globoplay apenas se inseriu no contexto do *streaming*, com produções desenvolvidas especificamente para a plataforma, em 2018 com as séries Original Globoplay *Além da Ilha e Assédio*.

Posteriormente, desenvolveu outras produções para o selo e adotou o *streaming* para divulgar as obras. No catálogo de originais é possível encontrar 15 séries, 33 documentários (biografias, reportagens e musicais), 3 obras infantis e 1 novela<sup>2</sup>, sem contar com outras obras televisivas, filmes e séries licenciadas e canais ao vivo. Segundo dados da imprensa, *Verdades Secretas*

*II*, primeira novela criada para o *streaming*, foi o maior lançamento do selo Original Globoplay. A base de assinantes do serviço possuía, em 2020, em torno dos 20 milhões de assinaturas, em 2021 teve um crescimento de 33% e sabe-se que esses números crescem ainda mais<sup>3</sup>.

Parte importante desse consumo, seja dos serviços de *streaming*, seja do Globoplay, relaciona-se ao telespectador interagente e/ou fã que participa ativamente e contribui com o fluxo contínuo de novas produções, fortalecendo a cultura participativa e do *streaming*. Nesse contexto, este artigo tem como objetivo observar os conteúdos compartilhados pelos fãs de *Verdades Secretas II* no Twitter durante a semana de lançamento da série, a fim de analisá-los a partir da experiência do prazer irônico, proposto por Ang (1985) na sua interrelação com a literacia midiática.

## 2. Globoplay e a primeira telenovela para o *streaming*

As ficções seriadas têm sido um dos principais formatos produzidos pelo Globoplay. Foram criadas 15 obras desde 2018 e, segundo o diretor geral Erick Brêtas, estão previstas mais três produções em parceria com produtoras independentes: *Rainha*, *dr4g0n* e *O Jogo Que Mudou a História*. Além de novas temporadas de outras séries que também estarão no catálogo entre 2022 e 2023<sup>4</sup>.

O grande investimento em narrativas seriadas é realizado pela dimensão da trama que tende a criar uma base de fãs mais sólida, já que apresentam uma gama maior de informações por episódio, contribuindo para a fidelização de assinantes (ESTIGARRIBIA, 2019). Outro diferencial, segundo Brêtas, é que o Original Globoplay possui um cuidado estético e

1 Globo.tv+ foi um primeiro serviço de vídeo *on demand* (VO) criado pelo Grupo Globo para disponibilizar a programação da TV Globo completa e algumas produções do acervo.

2 Quantidade disponível na plataforma em 14 jun. 2022.

3 Disponível em: <https://bit.ly/39owSQZ>. Acesso: 14 jun. 2022.

4 Anúncio realizado durante o painel no Rio2C, em abril de 2022.

narrativo distinto do trabalhado na TV aberta ou por assinatura. Para o diretor geral, as séries *Desalma* (2020- atual) e *As Five* (2020 – atual), por exemplo, partem dessa lógica e representam um salto de qualidade nas obras do Globoplay. O mesmo ocorre com as telenovelas, após o projeto de retorno do formato para o catálogo, percebeu-se que a quantidade de capítulos possibilitava a permanência por mais tempo do assinante na plataforma (BRÊTAS, 2020), além do formato ser característico das produções da TV Globo, que se beneficiam do denominado padrão Globo de qualidade.

Valeressaltarqueainserçãodoformatotelevisivo nos catálogos das plataformas de *streaming* demonstra, de algum modo, como o consumo torna-se importante vetor para as empresas realizarem seus movimentos nacionalmente e mundialmente. O que inicialmente foi apontado como inovação e como “uma nova televisão”, depende ainda mais dos conteúdos da TV (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2021). Em outras palavras, o *streaming* instaurou novos hábitos antes inimagináveis, mas também busca conquistar assinantes por meio de conteúdos convencionais. No Brasil, além do Globoplay, há outras plataformas em funcionamento, em sua maioria, com produções originais e exclusivas para assinantes do serviço. Essas plataformas movimentam-se para criar suas próprias novelas. A Netflix já disponibiliza em seu catálogo telenovelas brasileiras como *Chiquititas* (2013-2015) e *Cúmplices de um Resgate* (2015-2016), assim como novelas mexicanas e dramas coreanos. Contudo, a previsão é da criação de novelas adotando o selo original. Segundo Stopello (2022), vice-presidente de conteúdo da Netflix América Latina, as novelas são entretenimento e, na sua opinião, o formato da Netflix “combina o melhor das séries com o melhor das novelas, juntando o ritmo, o clima de mistério e a liberdade do mundo do streaming”. A HBO Max

também anunciou que lançará a primeira novela, intitulada *Segundas Intenções*, e o formato será um híbrido entre série e novela (AMENDOLA, 2022). Além disso, a empresa assinou com o Grupo Globo para exibir as novelas na América Latina, em países como Argentina, Chile, Porto Rico, entre outros (ALBUQUERQUE, 2021).

Dentro desse universo, o Globoplay ganha destaque por ser um dos pioneiros do serviço no país e pelas estratégias adotadas no período em que passou a disponibilizar as novelas clássicas. Inicialmente criado em 2015 para expandir a grade de programação da TV Globo, o Globoplay passou a ter, em 2018, uma nova estrutura com licenciamento de séries e outros formatos internacionais (MUNGIOLI; IKEDA, 2020). A plataforma que intitula-se como um serviço que é “muito mais que *streaming*”, em 2022 expande a grade da TV Globo (programas e novelas), produz séries e documentários originais, oferece canais ao vivo (TV aberta e por assinatura), disponibiliza acervo de produções antigas (telenovelas e filmes Globo Filmes) e, por último, continua com o licenciamento de séries e filmes internacionais. Neste sentido, o Grupo Globo realizou mudanças significativas e adotou estratégias a fim de construir um modelo que, segundo Mungiolli e Ikeda (2020, p. 6), tem como objetivo manter o Globoplay “em um cenário de produção, distribuição e recepção de conteúdos televisivos internacionalizado”.

O lançamento da primeira telenovela criada para o *streaming* pode ser considerada como uma das estratégias que destacamos do Globoplay. *Verdades Secretas II* era o principal produto de 2021 para o Grupo Globo, sobretudo pelo histórico da obra com o prêmio de melhor novela no *Emmy Internacional*, em 2016. Com o selo de Original Globoplay, a obra, antes mesmo de sua estreia, configurava-se como uma promessa para a ficção brasileira. Segundo Brêtas (2020), *Verdades Secretas II* realizaria testes de



funcionamento para o Globoplay, tais como alto volume de episódios, esquema alternativo de publicação de episódios, narrativa com conversa social, imagens com sensualidade e versionamentos (Globoplay x TV Globo).

*Verdades Secretas II* teve como primeira campanha o mote “Não recomendado” em todas as regiões do Brasil. A ação foi realizada para instigar a curiosidade do público nas ruas, nas redes sociais e na televisão. A trama estreou no dia 20 de outubro de 2021, com 10 capítulos iniciais e classificação indicativa de 18 anos. Posteriormente, a cada 15 dias, mais 10 capítulos foram disponibilizados no Globoplay, totalizando 50 capítulos (disponibilizados em 03 de novembro de 2021, 17 de novembro de 2021, 01 de dezembro de 2021 e 15 de dezembro de 2021). Diferentemente de uma novela exibida diariamente, *Verdades Secretas II* adotou uma estrutura particular, mesclando estratégias oriundas do *streaming* com a disponibilização do conteúdo de uma só vez e características da novela tradicional, que possui uma obra aberta<sup>5</sup>. A proposta do versionamento (ou duas versões) da obra equivale a uma reestruturação narrativa e imagética, com cortes para a exibição na TV aberta, e irá ao ar a partir do dia 4 de outubro de 2022.

A novela, que continua com a autoria de Walcyr Carrasco, foi desenvolvida pelos Estúdios Globo. A direção artística é de Amora Mautner e produção de Barbara Medeiros e Isabel Ribeiro. A história acompanha a vida de Angel (Camila Queiroz), uma ex-modelo que perde o marido Guilherme (Gabriel Leone) em um acidente de carro e descobre que está falida. A personagem retorna às passarelas e ao *book rosa*, para poder realizar o tratamento do filho que está doente. Entretanto, Giovanna (Agatha Moreira), prima de Guilherme, retorna ao Brasil e decide se encontrar Angel para insinuar que

ela mandou matar o primo assim como seu pai, Alex (Rodrigo Lombardi). Elas entram em confronto e a relação torna-se mais complicada quando o detetive Cristiano (Rômulo Estrela), contratado por Giovanna para incriminar Angel, se aproxima da modelo e se apaixona. Cristiano, Angel e Giovanna acabam vivendo um triângulo amoroso, com muitas intrigas e segredos. A novela possui dois finais, com duas possibilidades que encerram a história.

Segundo dados da revista *Veja*, *Verdades Secretas II* é considerado o título nacional mais visto do Globoplay, com mais de 50 milhões de horas consumidas, em seis dias. O sucesso, segundo Capuano (2021), “está diretamente ligado a uma massiva campanha de marketing nas redes sociais”. A proposta de inserir um formato televisivo, com valor de culto, na sociedade brasileira também contribuiu para os bons resultados da trama.

### 3. A literacia midiática na cultura de fãs

De acordo com Orozco (2021; 2022), as plataformas *on demand* engendram novas formas de engajamento e de participação do público, abrangendo desde o desenvolvimento de estratégias de fidelização por parte das empresas até a reconfiguração dos protocolos de assistência dos telespectadores. O autor afirma que os serviços de *streaming* têm investido cada vez mais em ações direcionadas na construção de uma base fiel de seguidores nas redes sociais, não se restringindo a um título em específico.

No que se refere aos protocolos de assistência dos telespectadores, Orozco (2021; 2022) afirma que a possibilidade de maratona (*binge watching*), propiciou a ampliação das camadas interpretativas dos telespectadores. Em outras palavras, a mobilidade de acesso e consumo facilita a reflexão dos formatos narrativos; a projeção dos desdobramentos da trama e a resignificação do cânone. Para Orozco (2021; 2022) e Corona e Orozco (2020) esses modos da participação do

<sup>5</sup> Tal fato ocasionado pela crise sanitária e atrasos nas gravações da obra, modificando o cronograma original da obra.

público no ambiente das plataformas *on demand* se configura como um cenário relevante para a discussão da literacia midiática<sup>6</sup>, principalmente nas práticas da cultura de fãs.

O diálogo entre o campo da literacia midiática e da cultura de fãs se intensificou nos últimos vinte anos, uma vez que o atual ecossistema de conectividade facilitou o acesso às subculturas contribuindo para a visibilidade e a ampliação dos estudos (ALVERMANN; HAGOOD, 2000; HIRSJÄRVI, 2013; BOOTH; LEE, 2021; SIGILIANO; BORGES, 2021a). Conforme afirmam Hirsjärvi (2013) e Booth e Lee (2021) a compreensão crítica e a produção criativa dos *fandoms* apresentam aspectos inerentes à aprendizagem. Para Jenkins (2009, p. 256) “A comunidade de fãs promove uma série abrangente de formas de letramento - não apenas *fan fictions*, mas vários modos de comentários e explicações”.

Sandvoss (2005) pontua que o envolvimento emocional e intelectual dos fãs<sup>7</sup> demanda um modo de leitura mais atento. Este argumento é corroborado por Jenkins (2015, p. 73), ao afirmar que “Assistir a televisão como fã envolve níveis de atenção diversos e convoca competências diversas de espectador, diferente de quando se assiste ao mesmo conteúdo de forma causal” (JENKINS, 2015, p.73). Esta *leitura fã* abarca um constante processo de discussão, avaliação e resignificação do cânone. Desta forma, à medida em que as tramas se desdobram, o público estabelece um movimento simbiótico entre a leitura crítica e a criativa. O fã, num primeiro momento, reconhece de maneira ávida cada detalhe da história, instituindo uma relação parassocial com os personagens e incorporando o metatexto<sup>8</sup> às informações pré-existent

sobre o universo ficcional. Posteriormente, se engaja criativamente, buscando novas camadas interpretativas e diálogos intertextuais. Como ressalta Jenkins (2012, p. 13), “a leitura criativa nos dá a capacidade de reescrever textos que não satisfazem nossos interesses completamente. [...] podemos reescrever um texto por fascinação ou frustração ou muitas vezes uma fusão complexa de ambos”.

Neste contexto, o *fandom* pode ser considerado um espaço heterogêneo de discursos, não se limitando apenas ao amor e à admiração constantes. Esta ampliação do espectro afetivo ressalta o caráter complexo e multidimensional das práticas da cultura de fãs contemporâneas, norteadas por distintos modos de engajamento, participação e produção de sentido. As nuances do envolvimento afetivo a partir do valor estético e cultural nas relações entre o conteúdo e o público podem ser observadas no prazer irônico.

Publicado em 1985, o livro *Watching Dallas*, de Ang, se tornou um marco nos estudos críticos de televisão, principalmente no âmbito da ficção seriada (ANG, 2010). Na obra, que integra a primeira onda dos estudos da cultura de fãs, a autora analisa as respostas elaboradas pelos telespectadores da série *Dallas* (CBS, 1978 - 1991) a partir da pergunta ‘por que você ama ou odeia *Dallas*?. Em 2007, Ang (2010) revisitou a pesquisa, aprofundando as nuances do espectro afetivo dos fãs. Em sua análise o autor estabelece dois tipos de experiência com os episódios de *Dallas*, são eles: o prazer melodramático e o prazer irônico.

De acordo com Ang (1985; 2010) no prazer melodramático a experiência dos fãs com a história é pautada unicamente pelo envolvimento emocional, em que o sentimentalismo é o principal atrativo. Isto é, os telespectadores “[...] gostam de chorar, de desejar, de rir, assim como sentir medo ou raiva de um personagem ao longo do desenvolvimento da história” (ANG,

6 A midiática abrange a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens através de uma variedade de contextos diferentes (LIVINGSTONE, 2007).

7 Neste artigo estamos nos debruçando sobre os fãs midiáticos, proposta por Evans e Stasi (2014).

8 O metatexto se baseia em informações fornecidas especificamente

pelo programa e em fontes secundárias (JENKINS, 2015).





2010, p. 88). Desse modo, ao ser norteado pelo engajamento emocional dos fãs, o prazer melodramático não abarca os aspectos estéticos da obra e questões relacionadas à qualidade, apenas a identificação com a imaginação melodramática do público. Já o prazer irônico se contrapõe a essa forma unicamente afetiva de prazer. Em outras palavras, neste modo de experiência, os fãs estabelecem um certo distanciamento da trama. Segundo Ang (1985; 2010) o prazer está no deboche, na identificação de falhas da série, neutralizando, em parte, o sentimentalismo. “[...] Esses espectadores reconhecem seus prazeres, mas não estão completamente sucumbidos a eles, conhecem bem seus truques textuais e, portanto, podem brincar com eles através do bom humor” (ANG, 2010, p. 88).

Na contemporaneidade, o prazer irônico está cada vez mais presente no modo de leitura dos fãs, principalmente entre o público jovem. Esta experiência ganha novos desdobramentos nas redes sociais, em que os telespectadores interagentes ampliam e ressignificam o universo ficcional (ANG, 2007; 2010). Como, por exemplo, o compartilhamento de memes que satirizam elementos recorrentes da trama, vídeos *on crack* que contestam as escolhas narrativas dos roteiristas e capturas das cenas que evidenciam

as incoerências no desenvolvimento dos personagens. Essa produção de conteúdo pautada no prazer irônico parte do modo de leitura crítica e criativa dos fãs.

O diálogo entre a literacia midiática e o prazer irônico, proposto por Ang (1985; 2007; 2010), se torna ainda mais dinâmico no Twitter, em que os fãs formam comunidades momentâneas para repercutir os aspectos narrativos e estéticos das séries. Conforme discutimos em trabalhos anteriores, a arquitetura informacional do *microblogging* amplia a conversação gerada em torno das atrações (BORGES; SIGILIANO, 2021a; 2021b). Dessa forma, além de agregar diversas linguagens, tais como texto, imagem, áudio, vídeo, GIFs e representações gráficas (*emojis, stickers, etc.*), os *tweets* se propagam de maneira instantânea reunindo inúmeros fãs, tornando a conversação mais dinâmica e plural.

#### 4. A experiência do prazer irônico nos *tweets* dos fãs de *Verdades Secretas II*

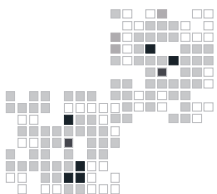
A abordagem de monitoramento, extração e codificação de dados adotada neste artigo tem como base as pesquisas realizadas no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual*<sup>9</sup> e se divide em três fases.

Imagem 1. Etapas da abordagem



Fonte: Próprias autoras (2022)

9 Disponível em: < <https://observatoriodoaudiovisual.com.br/>>. Acesso em: 11 set. 2022.



Na primeira fase definimos quais perfis seriam monitorados e o período de extração dos *tweets*. Inicialmente, inserimos na barra de busca do Twitter, vinculada à sua API, as palavras chave e as *hashtags* relacionadas ao universo ficcional de *Verdade Secretas II*. A partir dos resultados, os perfis foram selecionados com base nos recursos de individualização (avatar, capa, *username* e descrição/bio) e das camadas estruturais de informação (RECUERO, 2009; BRUNS; MOE, 2013). Em outras palavras, os perfis tinham que apresentar recursos estéticos e de conversação referentes à trama do Globoplay. Após esta filtragem, chegamos ao *corpus* de 429 perfis ativos no Twitter. Por conta da extensão deste artigo, realizamos o monitoramento das páginas durante uma semana, de 20 de outubro de 2021 a 27 de outubro de 2021.

A segunda fase consistiu na extração e codificação dos *tweets* compartilhados pelos

fãs. A coleta dos *tweets* publicados pelos telespectadores interagentes foi feita com o auxílio da linguagem de programação Python, também adotamos os módulos NLTK, Jupyter, Twint e SpaCy e as bibliotecas Pandas e Nest\_asyncio para auxiliar na filtragem, visualização e exportação das publicações (DOS SANTOS, 2019). Nesta fase foram levantados 10.521 *tweets* sobre os capítulos de *Verdades Secretas II*. Posteriormente, realizamos a codificação dos conteúdos no *software* Atlas.ti. A codificação é dividida em duas etapas: macrocodificação e microcodificação (BORGES; SIGILIANO, 2021b). Conforme pontuamos em XX, na macrocodificação categorizamos as publicações de acordo com o tema central do comentário feito pelo público e na microcodificação a categorização é norteada pelas especificidades destes *tweets*.

**Tabela 1.** Sistematização do monitoramento

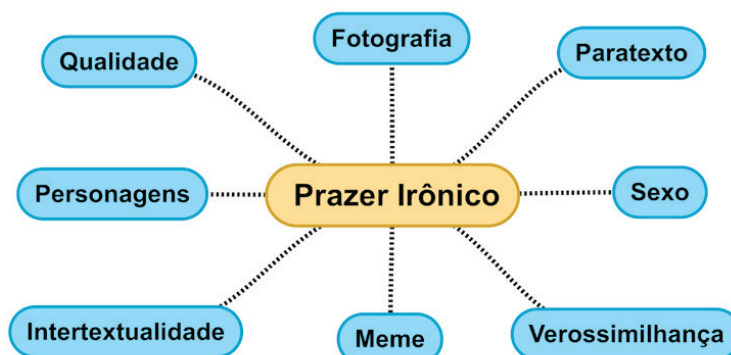
Perfis Monitorados	Tweets Extraídos	Macrocodificação	Microcodificação
429	10.521mil	14	38

Fonte: Próprias autoras (2022)

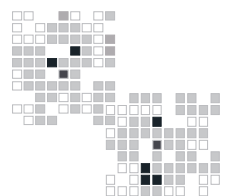
Na terceira e última fase organizamos em um mapa mental os contextos conversacionais formados pela macrocodificação e

microcodificação que estavam correlacionados com o conceito de prazer irônico de Ang (1985; 2006; 2010).

**Imagem 2.** Mapa mental dos oito contextos conversacionais relacionados ao conceito de prazer irônico, ao todo foram codificados 7.346 *tweets*.



Fonte: Próprias autoras (2022)



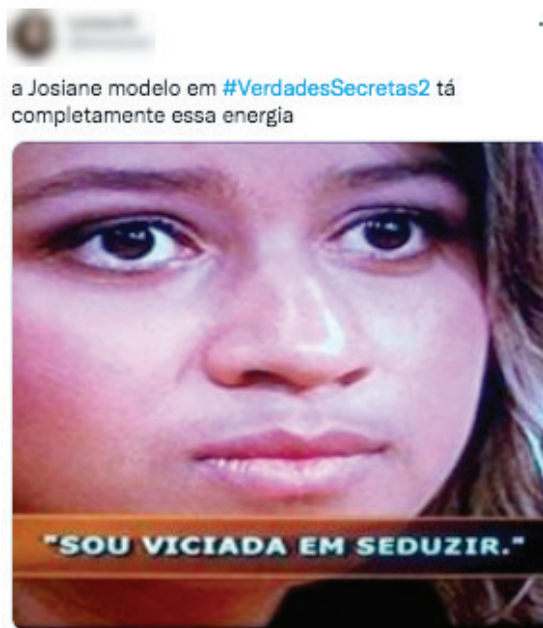


A partir deste contexto analisamos de que modo a experiência do prazer irônico pode ser observada nos conteúdos compartilhados pelos fãs de *Verdades Secretas II* no Twitter. Apesar de integrar as ações de engajamento da trama nas redes sociais gerenciadas pela Globo e nortear os arcos narrativos, as cenas de sexo foram ironizadas pelos fãs. Os *tweets* repercutiam a forma como os atores e atrizes atuavam de maneira exagerada nas sequências de sexo. As publicações afirmavam que além de serem distantes da realidade as cenas eram repletas de piruetas e coreografias, gerando constrangimento no público. Dessa forma, ao invés de ressaltarem a sensualidade e a química entre os casais, as sequências de sexo apresentavam um tom cômico.

A construção dos personagens também foi

repercutida pelos fãs de *Verdades Secretas II* no *microblogging*. As postagens repercutiam, principalmente, os estereótipos de Josiane e Cristiano. Os telespectadores interagentes destacavam a falta de profundidade dos personagens que, independentemente da situação, tinham as mesmas atitudes, além de reforçarem comportamentos pautados na dicotomia bem *versus* mal. Nos *tweets* relacionados à Josiane a crítica era direcionada para o fato de a personagem não se desenvolver ao longo da trama, tendo interesse apenas em manter relações sexuais e seduzir seus pares. A repercussão em torno de Cristiano discutia a previsibilidade das atitudes do investigador, quebrando qualquer possibilidade de reviravolta na narrativa.

**Imagem 3.** O fã ironiza a personagem da trama.

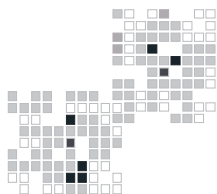


Fonte: Twitter (2021)

Os *tweets* apontavam algumas incoerências narrativas no paratexto como, por exemplo, os desdobramentos relacionados à morte de Alex. Nas postagens os fãs contestavam tanto questões referentes à investigação forense, tais como as explicações dos peritos e dos médicos legistas sobre as pistas encontradas no barco, quanto à

possibilidade de a personagem, assassinada por Angel no final da primeira temporada, estar viva<sup>10</sup>. A verossimilhança da história também foi criticada pelos fãs no Twitter, a relação de

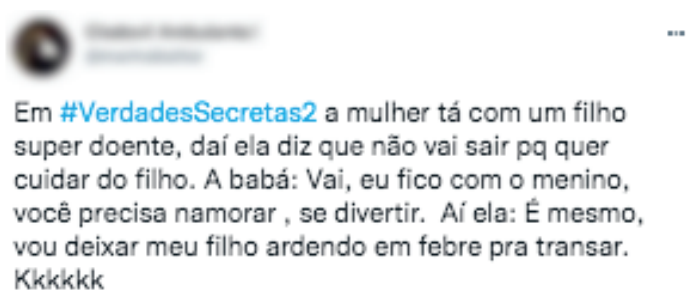
<sup>10</sup> No último capítulo Alex aparece vivo. Disponível em: <<http://globo/3yTP4M>>. Acesso em: 23 mai. 2022.



Angel com o seu filho, Fabrício (Bernardo Lessa), esteve entre os tópicos mais repercutidos. Os telespectadores interagentes pontuavam a inabilidade da personagem em lidar com atividades cotidianas, como uma ligação para o plano de saúde do filho. A forma como os conflitos eram desdobrados foi contestada pelos telespectadores interagentes diversas vezes como, por exemplo, na sequência em que Angel decide ficar em casa para cuidar de Fabrício, que está

muito doente, mas rapidamente é convencida pela babá do menino que ela precisava sair e aproveitar a vida. O arco narrativo envolvendo Laila (Erika Januza) também, segundo os fãs, era nortado por uma série de incongruências relacionadas à verossimilitude do ambiente de trabalho da personagem. Os *tweets* chamavam a atenção para o fato de a modelo já estar inserida no mundo da moda há alguns anos e desconhecer os efeitos da anfetamina.

**Imagem 4.** O paratexto da produção é repercutido pelo fã.

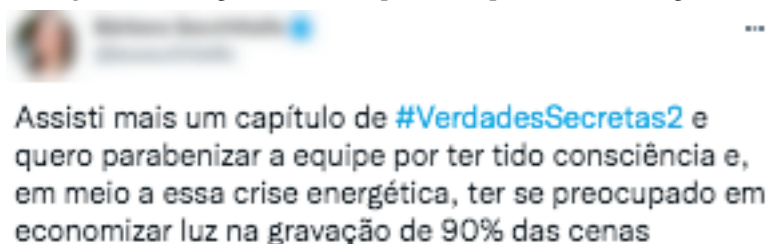


Fonte: Twitter (2021)

Os recursos técnico-expressivos, tais como áudio, vídeo, edição e grafismo, e a produção de sentido gerada a partir dos elementos estéticos constituintes da narrativa foi repercutida pelos telespectadores interagentes de maneira pontual em dois contextos conversacionais. Deste modo, as postagens ressaltavam a baixa qualidade da trama, a partir de críticas ligadas à atuação, ao roteiro e à montagem. Os fãs afirmavam que a representação dos atores era caricata e, além de distintos dos erros de continuidade e verossimilhança na história, o desenvolvimento dos episódios era pautado pelas mesmas sequências (cenas de sexo seguidas de uma transição entre os prédios). A fotografia, apesar

de ser um ponto marcante na segunda temporada de *Verdades Secretas*, também foi ironizada pelos fãs. Os *tweets* destacam que, além de muito escura, a iluminação não estabelecia uma correlação com as cenas que estavam no ar. Neste contexto, tanto as sequências sensuais, em que a fotografia apresentava uma atmosfera de mistério e tensão sexual, quanto as cenas cotidianas, como da babá do filho de Angel lavando louça e o estacionamento de um prédio, mantiveram a baixa luminosidade. Os telespectadores interagentes satirizavam a escolha do recurso, afirmando de forma jocosa que a decisão na verdade era em decorrência da crise energética do Brasil e o alto custo das tarifas da conta de luz.

**Imagem 5.** A fotografia criticada pelos telespectadores interagentes.



Fonte: Twitter (2021)



Por fim, o universo ficcional de *Verdades Secretas II* foi ampliado e ressignificado a partir dos diálogos intertextuais e da produção de memes. As camadas interpretativas ironizavam pontos recorrentes da trama a partir de referências externas ao paratexto. Como, por exemplo, o vídeo da personagem Phoebe Buffay

(Lisa Kudrow), do seriado estadunidense *Friends* (NBC, 1994 - 2004), dançando. A referência foi usada pelos fãs para satirizar o modo como as seqüências de sexo eram encenadas pelos atores de *Verdades Secretas II*. Já os memes do reality show *A Fazenda* (Rede Record, 2009 - atual) repercutiam a fotografia da trama.

**Imagem 6.** Os fãs satirizam a interpretação caricata do elenco.



Fonte: Twitter (2021)

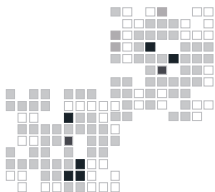
Neste contexto, as montagens publicadas no Twitter destacavam num tom cômico que, na verdade, a falta de luminosidade era apenas um conceito estético da atração e não um equívoco. O meme "Vou assistir a trama pelo conteúdo" também viralizou entre os fãs da atração. Deste modo, as publicações ressaltavam o apelo sexual da história e objetificavam o elenco, principalmente o ator Romulo Estrela.

### Considerações finais

A lógica do *streaming*, diferentemente da televisão aberta ou por assinatura, estabelece uma relação intrínseca entre as produções ficcionais e os telespectadores interagentes. Porém, percebe-se que, mesmo com características específicas (narrativas complexas, temporada disponibilizada por completo), as plataformas de *streaming* com produções originais, de um modo geral, ainda resgatam os formatos

televisivos como referência para compor os seus catálogos. No Brasil, com o Globoplay, vimos novelas antigas conquistarem novos assinantes e permanecerem como um dos conteúdos mais vistos da plataforma, mesmo em um ambiente com diversas obras ficcionais. Ou seja, o formato que é familiar ao telespectador brasileiro contribuiu também para *Verdades Secretas II* adquirir destaque. Ainda mais pelo formato ter sido reestruturado a partir das características do *streaming*, com a possibilidade do *binge watching* e com continuação em temporadas – uma novidade para o formato. Além disso, o Grupo realizou estratégias massivas para promover a obra com um público que possuía uma relação com *Verdades Secretas*, para se beneficiar da conversação nas redes sociais entre os fãs e/ou outros telespectadores e, ampliar a visibilidade da novela.

Nesse contexto, no universo dos interagentes,



temos a experiência do prazer irônico, que abrange distintos pontos do universo ficcional, tais como os estereótipos, a fotografia e a verossimilhança dos arcos narrativos. Desse modo, além de refletir criticamente sobre os capítulos, identificando falhas e incoerências, os telespectadores interagentes ampliam criativamente as camadas interpretativas da atração. Isto é, os memes e os diálogos intertextuais ressignificam o metatexto, reforçando a leitura polissêmica dos fãs.

## Referências

- ALBUQUERQUE, K. HBO Max vai exibir novelas da Globo na América Latina. *Olhar Digital*, Online, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3NTSinA>>. Acesso: 20 mai. 2022.
- ALVERMANN, D. E.; HAGOOD, M. C. Fandom and critical media literacy. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, v. 43, n. 5, p. 436-446, 2000. Disponível em: <<https://bit.ly/3zivyUg2>>. Acesso em: 4 jun. 2022.
- AMENDOLA, B. Mistura com série? Como será a primeira novela do streaming da HBO Max. *Omelete*, Online, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3mngYJ7>>. Acesso: 20 mai. 2022.
- ANG, I. A ficção televisiva no mundo: melodrama e ironia em perspectiva global. *Matrizes*, v.4, n. 1, p. 83-99, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/3zhMz6M>>. Acesso em: 4 jun. 2022.
- ANG, I. Television Fictions around the World: Melodrama and Irony in Global Perspective, *Critical Studies in Television*, n.2, v.2, p. 18-30, 2007.
- ANG, I. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Routledge 1985.
- ARDITI, D. *Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture*. Texas: Emerald Publishing, 2021.
- BOOTH, P.; LEE, R. Fan studies pedagogies. *Transformative Works and Cultures*, v. 35, [s.p.], 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3mdIDxm>>. Acesso em: 4 jun. 2022.
- BORGES, G.; SIGILIANO, D. Produção colaborativa de fãs no Twitter: análise da série brasileira As Five. BLANCO PÉREZ, M. (Ed.) *El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores*. Madrid: Dykinson, 2021a, p.665-714
- BORGES, G.; SIGILIANO, D. Qualidade Audiovisual e Competência Midiática: proposta teórico-metodológica de análise de séries ficcionais. 30º Encontro Anual da Compós, 2021b. *Anais do 30º Encontro Anual da Compós*. Disponível em: <<https://bit.ly/3Bb8QsL>>. Acesso em: 4 jun. 2022.
- BRUNS, A.; MOE, H. Structural layers of communication on Twitter. In WELLER, K. et al. (orgs.). *Twitter and Society*. Peter Lang, New York, 2013, p. 15-28.
- CAPUANO, A. Verdades Secretas II bate recorde de audiência no Globoplay. *Veja*, Online, 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3aWHImL>>. Acesso: 8 jun. 2022.
- CASTELLANO, M; MEIMARIDIS, M. A “televisão do futuro”? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV. *Matrizes*, v. 15, n. 1, p. 195-222, 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3MdjqfW>>. Acesso: 20 mai. 2022.
- CORONA, J.; OROZCO, G. El desafío de la comprensión de las audiencias contemporáneas: el Video on Demand y sus posibilidades para analizar a sus audiencias. In *Televisión en tiempos de Netflix: una nueva oferta mediática*. OROZCO, G. (Coord.). Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2020, p.213-242.
- DOS SANTOS, M. C. A datificação de um campo de conhecimento: como algoritmos, números e abordagens quantitativas estão mudando a comunicação. *Organicom*, v.16, n.31, p. 145-157, 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/343et91>>. Acesso em: 4 jun. 2022.
- ESTIGARRIBIA, J. A estratégia do Globoplay para brigar com Netflix e Disney. *Exame*, Online, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2ZmQn32>. Acesso em: 4 jun. 2022.
- EVANS, A; STASI, M. Desperately seeking methodology: New directions in fan studies research. *Participations - Journal of Audience & Reception Studies*, v. 11, n. 2, p. 4-23, 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/373H5uR>>. Acesso em: 4 jun. 2022.



HIRSJÄRVI, I. Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas. Un desafío global. *Anàlisi Monogràfic*, n. 48, p. 37-48, 2013.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H. *et al.* Lendo criticamente e lendo criativamente. *Matrizes*, v.9, n. 1, p. 11-24, 2012. Disponível em: < <https://bit.ly/2JYoU30>>. Acesso em: 4 jun. 2022.

JENKINS, H. *Invasores do Texto* - Fãs e cultura participativa. Rio de Janeiro: Marsupial, 2015.

LIVINGSTONE, S. *Making Sense of Television*. Routledge, 2007.

MUNGIOLI, M. C. IKEDA, F. Séries originais e estratégias de construção do catálogo do Globoplay em um cenário internacionalizado de produção e distribuição. Intercom - 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020. *Anais 43º Intercom*. Disponível em: <<https://bit.ly/38OjO6S>>. Acesso em: 20 mai. 2022.

OROZCO, G. La cambiante interacción de lo televisivo, sus audiencias y sus tecnologías: implicaciones para la educomunicación.

*Alfabetismos mediáticos participativos*: Propuestas conceptuales y recuentos empíricos. CORONA-RODRÍGUEZ, J. M; OROZCO, G. (Coords.). México: Sagahón, 2021, p. 8-13

OROZCO, G. *Las audiencias activas*. Escuela Doctoral de Primavera, Programa de Doctorado en Comunicación (UMA), 2021. Disponível em: < <https://bit.ly/3b84P5X>> Acesso em: 4 jun. 2022.

RECUERO, R. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANDVOSS, C. *Fans: the mirror of consumption*. Malden: Polity Press, 2005.

SIGILIANO, D.; BORGES, G. O diálogo entre a complexidade narrativa e a social tv no projeto XFRewatch da série The X-Files. XXV Encontro Anual da Compós, 2016. *Anais do XXV Encontro Anual da Compós*. Disponível em: <<https://bit.ly/3GPFJqO>>. Acesso em: 4 jun. 2022.

SPOTELLO, R. As tão amadas novelas ganham novos ares na Netflix. *Netflix*, Online, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3QITSAs>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

