

CADERNOS DE COMUNICAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

# **O FUTURO DA RECONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA: UMA ANÁLISE DE NOVE ANOS DE FANFICTIONS**

GABRIEL MASARRO DE ARAUJO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA – CAMPUS FREDERICO  
WESTPHALEN  
FREDERICO WESTPHALEN, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL  
GABRIEL.MASARRO@HOTMAIL.COM

RAFAEL FOLETTTO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA – CAMPUS FREDERICO  
WESTPHALEN  
FREDERICO WESTPHALEN, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL  
RAFOLETTTO@GMAIL.COM

WESLEY PEREIRA GRIJÓ  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA – CAMPUS FREDERICO  
WESTPHALEN  
FREDERICO WESTPHALEN, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL  
WGRIJO@YAHOO.COM.BR

[HTTP://DX.DOI.ORG/10.5902/2316882X31358](http://dx.doi.org/10.5902/2316882X31358)

## O FUTURO DA RECONFIGURAÇÃO MUDIÁTICA: UMA ANÁLISE DE NOVE ANOS DE FANFICTIONS

Resumo: O artigo analisa *fanfictions* do site *Nyah! Fanfiction* sobre telenovelas brasileiras e mexicanas, apresentando o percurso feito pelos fãs, a relação com as telenovelas e emissoras e reflexão sobre o futuro dessas reconfigurações, revelando-se moldadas a longo prazo, alimentando o ciclo de produção, consumo e reconfiguração. O estudo é de abordagem quantitativa-qualitativa com pesquisa documental e análise de conteúdo. Palavras chave: Telenovela; Fanfictions; Reconfiguração midiática.

## EL FUTURO DE LA RECONFIGURACIÓN MEDIÁTICA: UNA ANÁLISIS DE NUEVE AÑOS DE FANFICTIONS

Resumen: El artículo analiza *fanfictions* del sitio *Nyah! Fanfiction* de las telenovelas brasileñas y mexicanas, presentando el recorrido hecho por los fans, la relación con telenovelas y estaciones y reflexión del futuro de esas reconfiguraciones, revelándose moldeadas a largo plazo, alimentando el ciclo de producción, consumo y reconfiguración. El estudio es de abordaje cuantitativo-cualitativo, investigación documental y análisis de contenido. Palabras clave: Telenovela; Fanfictions; Reconfiguración mediática.

## THE FUTURE OF MEDIA RECONFIGURATION: A NINE-YEAR ANALYSIS OF FANFICTIONS

Abstract: The article analyzes fanfictions from site *Nyah! Fanfiction* about brazilians and mexicans telenovelas presenting the course made by fans, relation with telenovelas and stations and reflection about the future of these reconfigurations which are shaped in the long term, feeding the cycle of production, consumption and reconfiguration. The study is a quantitative-qualitative approach with documentary research and content analysis.

Keywords: Telenovela; Fanfictions; Media reconfiguration.

## 1 TELENOVELAS: BRASIL E MÉXICO

Depois do jornal impresso, revista, cinema e rádio, chegou a vez de uma nova mídia que transformar tecnologicamente os meios de comunicação. A televisão, popularmente conhecida também como “TV” antes mesmo de seu surgimento já era motivo de rumores, principalmente na imprensa. Com a inauguração oficial da TV Tupi Difusora de São Paulo, a nova mídia da época, que surgiu em 18 de setembro de 1950 (dando margem para abertura de outras concessões de TV’s no país – na mesma década 21 emissoras surgiram), teve sua programação baseada em “músicas, teleteatros, programas de entrevistas e um pequeno noticiário.” (BARBOSA, 2010, p. 20).

Com a TV se tornando um meio que, além de desempenhar função semelhante a do rádio, de radiodifusão – emissão sonora –, também teria emissão e apresentação de imagens, incorporada à sua grade de programação, que surgiu em 1920 e se popularizou em 1930, como afirma Barbosa (2010, p. 16). Por óbvio, sem substituir o rádio, a TV adequa a mesma realidade combinando som, imagem e transmissão dos noticiários, programas, musicais e dos teleteatros, popularizados como telenovelas. Nesse sentido, ainda baseado nas contribuições teóricas da mesma autora (2010, p. 30), compreende-se essa adaptação sonora e visual da TV, impulsionada por sujeitos que são meramente representativos onde “os artistas, os cantores, os personagens dos teleteatros, são criaturas que só existem dentro daquele móvel, e apresentam-se como figuras imaginárias numa eterna utopia midiática.”

As radionovelas tiveram seu início no ano de 1930 nos Estados Unidos e dez anos depois se dissiparam pela América Latina, tornando-se popularmente conhecidas em pouco tempo. Já consolidada no espaço público brasileiro, o gênero foi inserido na TV como telenovela, conforme Jambeiro (2002, p. 113), isso foi “um dos mais importantes fatores no desenvolvimento e estruturação da TV no Brasil, [...] chegaram ao final do século XX sendo o mais popular gênero de programa televisivo.” Compreende-se a telenovela desde o seu princípio como um fator marcante para tornar o que é hoje a televisão e a função social que desempenha, ou, pelo menos, que deveria. Ainda sobre o rumo que a telenovela na TV Brasileira tomou, Jambeiro argumenta que:

As telenovelas se implantaram, desenvolveram e consolidaram na televisão como uma consequência natural da transplantação do estilo do rádio para a TV. Nos anos 50 assumiram a forma de teleteatro, isto é, tratava-se de peças encenadas para serem transmitidas. A técnica e o comportamento eram os mesmos do teatro, com adaptações mínimas. Somente nos anos 60, com a apresentação da novela *O Direito de Nascer*, adaptada de uma radionovela do mesmo nome, importada do México, é que se começou a utilizar linguagem e técnicas próprias do meio TV. (JAMBEIRO, 2002, p. 114).

Assim como o Brasil, o México também foi um dos pioneiros no surgimento e desenvolvimento da televisão na América Latina. Embora os mexicanos tenham dado a largada antes com a primeira transmissão pela XHTV em 1º de setembro de 1950, os brasileiros continuam sendo considerados os fundadores da telenovela, ambos transformando as radionovelas em teleteatros (FIGUEIREDO, 2014). De acordo com Gallarino (2011), as primeiras telenovelas mexicanas seguiam uma linha melodramática, com contexto feminino e voltada preferencialmente para mulheres.

Além de produções exclusivas, o Brasil também importa telenovelas mexicanas desde 1980 por meio do canal SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) e outras emissoras – exceto a Rede Globo –, isso por que a relação custo/benefício, na época, era mais rentável do que realizar seus próprios produtos (SANTOS, 2014). A presença de telenovelas mexicanas na grade de programação das TVs brasileiras coincide com o momento de transnacionalização desses produtos audiovisuais na década de 1990, explicado por Orozco Gómez (2006, p. 27), em que “las telenovelas mexicanas no sólo transitan por los países de la región de múltiples maneras, a través de sus libretos, de sus actores, o como productos terminados, sino que viajan por el mundo. Se convierten en un fenómeno de audiencia.”

Ainda que tenham o mesmo meio de origem – novelas de rádio –, as telenovelas desses dois países diferem entre si, com características particulares. Essa diferença caracteriza-se por conta dos contextos culturais e sociais de cada país e também diz respeito à evolução das próprias emissoras, assim como questões governamentais, investimentos financeiros, envolvimento com os telespectadores, entre outros. Portanto, particularidades regionais influenciam e são determinantes para a construção desses produtos midiáticos.

Dessa forma, compreende-se que as telenovelas brasileiras têm suas

particularidades que as tornam o que são hoje. Para Jambeiro (2002, p. 116 - 117), além da brasileirice, técnica de produção e um ótimo visual, existem mais dois fatores principais que contribuíram para o resultado da telenovela brasileira, sendo: “(1) a sofisticação técnica e a criatividade que definem seu estilo e sua narrativa; e (2) o alto investimento financeiro que as redes fazem - US\$100.000,00 cada capítulo, em média, no caso da Rede Globo.” Outra característica apresentada em uma entrevista feita com telespectadores de telenovelas do Brasil e do México, por Santos, é que as brasileiras exploram a tentativa de representar a realidade das suas temáticas, sendo elas, na maioria, de assuntos polêmicos e alguns até apelativos:

Para os telespectadores entrevistados, as principais diferenças entre as telenovelas mexicanas para com as brasileiras são que as mexicanas possuem 3 características notáveis: o cunho totalmente ficcional, o exagero e a família. Os telespectadores afirmam que as telenovelas mexicanas são bastante ficcionais. Elas fazem, através de suas histórias, o telespectador “embarcar para outro universo”, pois a preocupação dessas telenovelas não é mostrar a representação da realidade, mas sim entreter o telespectador de uma forma mais ficcional possível. As telenovelas brasileiras, segundo os entrevistados, possuem temáticas mais polêmicas, como sequestros, assassinatos, homossexualidade. As telenovelas brasileiras se preocupam em serem mais realistas possíveis, chegando mais perto da realidade com a exploração dos seus conteúdos. Para os entrevistados, ao contrário das telenovelas mexicanas, as brasileiras geram debates pelo seu merchandising social, sobretudo as telenovelas globais que são exibidas em seu horário nobre, às 21 h. (SANTOS, 2014, p. 9).

As telenovelas mexicanas possuem alguns aspectos distintos que moldam as características desses produtos midiáticos no país. Gallarino (2011) as agrupa como clássicas, infanto-juvenis, educativas e comédias românticas, respectivamente voltadas a grandes produções (tornando-se famosas), direcionadas ao público e com uma linguagem jovem, de cunho educacional e seguindo uma linha humorística mesclada com o sentimento dos personagens. Essa diversidade de telenovelas acaba atraindo mais e distintos telespectadores – uma satisfação mútua entre o produtor e consumidor – e, conseqüentemente, elevando a demanda das emissoras em conteúdo e alcance, caso da Televisa e TV Azteca, que transmitem con-

teúdo para todo o país (México), movimentando o comércio televisivo e também econômico nacional e internacional (nos casos de exportação). No que concerne ao formato das telenovelas mexicanas, Orozco Gómez (2006, p.20), apresenta que:

La telenovela mexicana oscila entre 90 y 120 capítulos a lo sumo, y tiene una narrativa y final menos abiertos. Se trata de narrativas más melodramáticas, y finales casi siempre reivindicativos del sufrimiento de los protagonistas a lo largo de los capítulos, que permiten afirmar que en la producción televisiva hispanoamericana, si no se puede anticipar exactamente cómo terminará una telenovela, ¡por lo menos se puede saber de antemano cómo no podría terminar! Y la ruptura de esta tradición o pacto entre ficción televisiva y audiencias hace que los televidentes se sientan traicionados por el género televisivo, que justamente conlleva arreglos y acuerdos que no pueden violarse.

É perceptível e impossível de imaginar telenovelas mexicanas sem o tom de dramatização, tratando-se desde o enredo até a interpretação feita pelo elenco. Nesse contexto comunicacional, surge o que é denominado cultura de sentimentos (BATISTA, 2014), tornando-os visíveis, seja na felicidade ou sofrimento das personagens. Há também outras abordagens temáticas que auxiliam os autores a desenvolver suas tramas, como o drama, suspense, terror, romance, entre outros. Figueiredo (2014, p. 9) critica as telenovelas mexicanas em que os atores apenas repetem o roteiro, proporcionando a perda da “oportunidade de estudarem a melhor maneira de interpretar, de dar mais veracidade ao roteiro com o objetivo de convencer melhor o telespectador [...]. O ritmo [...] se torna mais demorado, pois o ator pode entender errado e dar um significado diferente.”

Nesse sentido, mesmos os dois países tendo essas produções audiovisuais parecidas, tratam-se de diferentes experiências de uma indústria cultural televisiva com distinção em contextos políticos, econômicos, culturais, sociais, técnicos, de produção e interpretação. Cabe ressaltar que esse momento do estudo foi proposto, sobretudo, para destacar as características das telenovelas de ambos e não compará-las, evidenciando a compreensão das particularidades de cada um.

Dentro dessa perspectiva, este trabalho propõe apresentar o percurso traçado pela produção de fanfictions no site *Nyah! Fanfiction*, a quantidade *fanfics* por ano e por telenovela e também a relação do consumo de

algumas telenovelas para a reconfiguração, além de refletir sobre o futuro da reconfiguração midiática. Para efetivar tal objetivo, o estudo é de abordagem quantitativa-qualitativa (MINAYO; SANCHES, 1993; CRESWELL, 2007) com coleta de informações por pesquisa documental na plataforma (*Nyah! Fanfiction*). Desse modo, no ano de 2018, selecionamos apenas narrativas que são classificadas como “concluídas” pelo site, dos enredos originados de telenovelas brasileiras e mexicanas, conhecendo o conteúdo do material por meio da análise de conteúdo (MINAYO, 2007; OLIVEIRA, 2008; BARDIN, 2009).

## 2 CONSUMO E RECONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA

Como qualquer outro meio de comunicação, a televisão pode adotar um viés ideológico, social e/ou político, mesmo que não assuma isso, tornando-se um meio formador de opinião. A influência sobre o telespectador – inclusive e principalmente nos enredos das telenovelas – acaba se tornando frequente ao tratar de assuntos considerados polêmicos da contemporaneidade. Isso aplica-se também à publicidade que está inserida nos conteúdos televisivos – e de qualquer meio midiático –, gerando um espaço para empresas com um retorno financeiro e/ou ideológico para a emissora. Telenovelas do México, por exemplo, recebem o viés ideológico inserido de forma discreta em meios aos discursos e contextos do enredo, tratado de forma realista e natural, fazendo com que se passe despercebido em meio ao consumo midiático:

Se podría decir que las telenovelas mexicanas han ido modificando sus estructuras y temáticas optando por cambiar su sentido orientadas a intenciones ideológicas y/o políticas. Es así como han ido apareciendo reflejados ciertos posicionamientos ideológicos sobre temas que generaron polémica en la sociedad. Algunos ejemplos son: *Secretos del alma* (2008- 2009) y *Un gancho al corazón* (2009). (GALLARINO, 2011, p. 55).

Mesmo com características distintas, as telenovelas dos dois países são produtos audiovisuais reconhecidos mundialmente. Para Martin-Barbero (2004, p. 24), isso se dá pela fraqueza e desvalorização de agentes culturais e governos para com outro produto, e que é referência de outros países, o cinema produzido na América Latina, com isso, ele aponta que “a telenovela é o único meio texto televisivo que viaja de ponta a ponta da

América Latina e pelo resto do mundo nas mais diversas direções, dando significado ao que é viajar do Sul ao Norte.” O autor apresenta que a televisão se tornou hoje um dos maiores moldadores e deformadores de gostos, representantes expressivos de narrações cenográficas e gestuais da cultura popular por dois fatores principais que proporcionam mobilidade desse produto: o fato de servir a seu amo e a participação e representação dos imaginários e memórias populares.

Seja na reprodução mais próxima da realidade ou condensada de drama e ficção, as telenovelas desempenham seu papel de função social por meio da representação popular. As características distintas e particulares de cada país faz com que as narrativas abordem o “popular” em suas produções e interpretações, afinal, são os principais consumidores desses produtos midiáticos e sujeitos de grande responsabilidade pelo patamar em que as telenovelas se encontram hoje. Portanto o êxito contemporâneo dessas produções se dá:

Às transformações tecnoperceptivas que possibilitam que os setores populares urbanos se apropriem da modernidade sem deixar sua cultura oral. Daí as contradições latino-americanas que atravessam e sustentam sua integração globalizada desembocarem decisivamente na pergunta pelo peso que as indústrias do audiovisual estão tendo no terreno estratégico das imagens que de si mesmo se fazem estes povos e com quais se fazem reconhecer os demais. (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 25).

Desde o surgimento da televisão, das adaptações das radionovelas para o meio audiovisual, das produções e importações de telenovelas latino-americanas no contexto nacional, esse meio e configurações se tornaram presentes e influentes no cotidiano dos sujeitos, fazendo parte das discussões, práticas de lazer, no trabalho e afins. Com o consumo de produtos midiáticos televisivos devido ao processo de convergência midiática e de suas transformações (JENKINS, 2009), das conexões entre instituições midiáticas e sujeitos (JENKINS; FORD; GREEN, 2015) e também do comportamento e das reconfigurações efetuadas da maneira que são pelos sujeitos, as telenovelas brasileiras e mexicanas passam a ser “alvo” de uma audiência criadora de novos produtos midiáticos, e não apenas, como outrora, de consumidores. Apesar dos telespectadores serem considerados o público mais passivo em relação a outras audiências (MURRAY, 2003), os que fazem esse processo de reconfiguração se consolidar

tal como é, são os telespectadores/internautas que não se contentam em apenas consumir, mas, sim, em adaptar de maneira ativa suas histórias favoritas.

Com isso, as tecnologias auxiliam no consumo (que pode ser feito via *streaming*, por exemplo), na reconfiguração que são dadas as histórias e na sua divulgação. Shirky (2011) aponta que essas novas tecnologias possibilitam aos usuários criarem, assim, colaborar com seus pares. O acesso – de forma barata e flexível – a essas tecnologias, permite que novas narrativas sejam criadas e dissipadas pelas mídias – fora do alcance em mídias tradicionais –, que possuem três aspectos determinantes para isso: o consumo, a produção e o compartilhamento. É sobre essa maneira de consumir e reconfigurar que os fãs – *ficwriters* ou *fanfiqueiros* – alteram as produções originais de acordo com suas perspectivas:

[...] a produção da fanfiction começou justamente pela iniciativa de fãs que sentiam necessidade de estender o contato com o universo ficcional por eles apreciado para além do material disponível, como o capítulo semanal de um seriado televisivo.” (VARGAS, 2005, p. 21).

É nesse contexto que os consumidores absorvem conteúdos midiáticos, assimilam e convergem com suas próprias perspectivas, recriando novos produtos. Assim sendo, chegamos ao fenômeno da ficção de fãs que dá continuidade à narrativa original de produtos midiáticos, denominada *fanfictions*, caracterizada por apresentar novos desdobramentos, personagens e situações dramáticas alternativas à diegese, inclusive considerada por Johnson (2001) e Sá (2002) como um novo gênero literário natural da cultura das interfaces e da comunicação em ambiente online. Além disso, destaca-se a ideia de Murray (2003) em relação às histórias contemporâneas, onde há interação entre o contador de histórias e a sua audiência.

### **3 NOVE ANOS DE FANFICTIONS**

O objeto de estudo deste trabalho é a comunidade virtual brasileira *Nyah! Fanfiction*, repositório de *fanfictions*, bem como suas produções de caráter “concluído” sobre telenovelas brasileiras e mexicanas – o site divide o acervo de *fanfics* pelas seguintes categorias: Animes/Mangás, Bandas/Cantores, Cartoons, Filmes, Jogos, Livros, *Nyah!*, Originais, Poesias, Quadrinhos, Seriadados/Novelas/ Doramas. O período de coleta teve início

em 2016 por meio do projeto de pesquisa “fanfictions de telenovelas brasileiras: produção, recepção e convergência no contexto da cultura participativa”, gerando produções dos dados até então coletados. No mês de janeiro de 2018 foi feita a revisão e coleta das fanfictions que ainda não haviam sido tabuladas.

O nosso principal interesse de observação para essa pesquisa se caracterizou por uma tabela completa com distintas informações sobre todas as *fanfictions* (concluídas) registradas no site (*Nyah! Fanfiction*). Trata-se do registro de um total de 682 fanfics que foram produzidas entre os anos de 2009 e 2017, sendo 160 de telenovelas mexicanas e 522 sobre telenovelas brasileiras.

Houve um total de 37 telenovelas de origem (e exibição) brasileira que foram alvos das *fanfictions*. As reconfigurações midiáticas se basearam e envolveram os enredos de 31 produtos originais da Rede Globo, quatro do SBT e duas da Rede Record, sendo eles as seguintes telenovelas: *Alto Astral*, *Além do Tempo*, *Amor à vida*, *A Regra do Jogo*, *Avenida Brasil*, *A vida da gente*, *Babilônia*, *Boogie Oogie*, *Carinha de Anjo*, *Carrossel*, *Cheias de Charme*, *Chiquititas*, *Chocolate com Pimenta*, *Cordel Encantado*, *Cúmplices de um Resgate*, *Em Família*, *Eta Mundo Bom!*, *Fina Estampa*, *Flor do Caribe*, *Geração Brasil*, *Guerra dos Sexos*, *Haja Coração*, *I Love Paraisópolis*, *Império*, *Lado a Lado*, *Meu Pedacinho de Chão*, *Novo Mundo*, *O Cravo e a Rosa*, *O outro lado do paraíso*, *Os Dez Mandamentos*, *Rebelde Brasil*, *Rock Story*, *Sangue Bom*, *Senhora*, *Sete Vidas*, *Totalmente Demais* e *Velho Chico*.

A importação de telenovelas mexicanas, já ressaltada nesse artigo, ainda é comum nos meios televisivos do Brasil. No entanto, apenas dois canais que já exibiram telenovelas do México (a maioria criada pela Televisa) foram alvos de histórias escritas por fãs, sendo 17 do SBT com as seguintes narrativas: *Abismo de Paixão*, *Abraça-me Muito Forte*, *A feia mais bela*, *A Madrasta*, *A Usurpadora*, *Coração Indomável*, *Cuidado com o Anjo*, *Maria do Bairro*, *Mar de Amor*, *O privilégio de amar*, *O que a vida me roubou*, *Por ela sou Eva*, *Rebelde*, *Rubi*, *Sortilégio*, *Sou Tua Dona* e *Teresa*. Um caso específico diz respeito à telenovela *Miss XV*, exibida pela Nickelodeon e produzida em parceria com a Televisa.

Há também o registro de *fanfics* que utilizaram referências de telenovelas mexicanas que não foram exibidas no Brasil. Entre elas estão as novelas *En nombre del amor*, *La Malquerida*, *Triunfo del Amor* e *Vivo por Elena*, produzidas pela Televisa, *Emperatriz*, pela TV Azteca e *Las Amazonas*, pelo

canal Las Estrellas.

Nas representações gráficas a seguir, o número de *fanfics*, em totalidade, é maior que o total informado, isso se dá pela presença de *crossovers*, em que uma narrativa utiliza referências de mais de um produto original. O gráfico a seguir apresenta a relação total de telenovelas que foram exibidas nos respectivos canais televisivos (que serviram também como fonte), bem como de produtos narrativos (por novela) realizado por fãs:

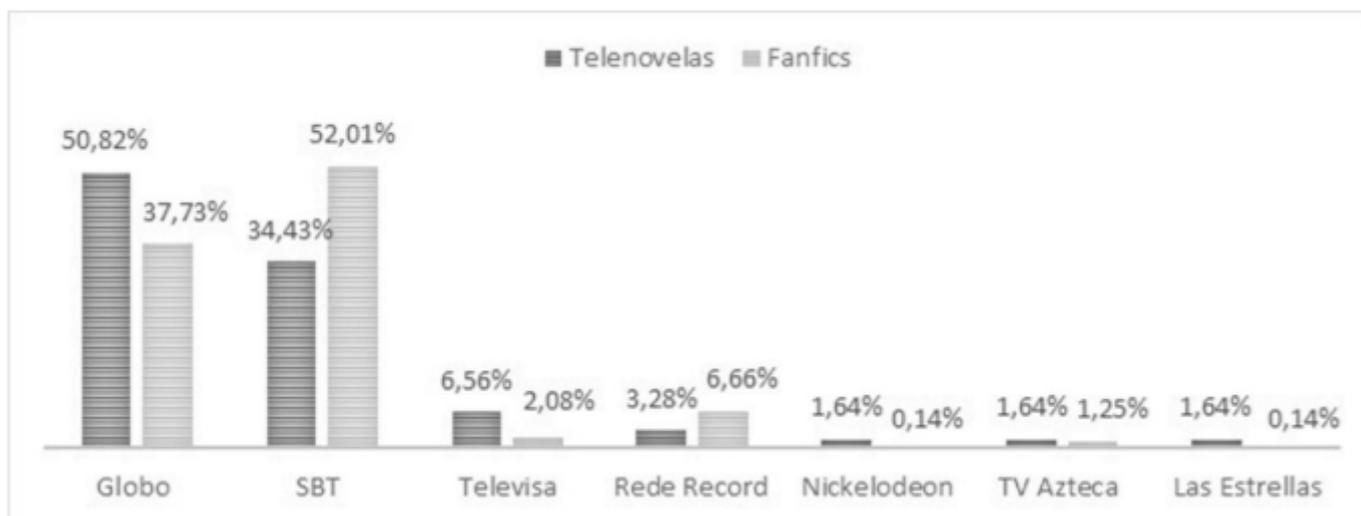


Gráfico 1

Ainda teve a incidência de telenovelas que foram exibidas (ou em alguns casos, a última vez que foram reprisadas) em determinados anos e que tiveram o ponto alto de referência em produções de *fanfictions* nos anos seguintes. As telenovelas (alvo) exibidas em 1975, 1998 e 2008 tiveram a produção de uma única *fanfic* para cada uma em 2015. As exibições de 2010 tiveram maior produção de reconfigurações em 2017, com seis, diferente dos produtos audiovisuais apresentados na TV em 2011 e 2012, que tiveram o pico de reconfigurações midiáticas em 2013, 18 e 78 em cada ano, respectivamente. As de 2013 e 2014 foram alvos de 111 e de 72 produções em 2014 e as de 2015 e 2016 com 33 e 16 cada uma, em 2016. Telenovelas exibidas em 2017 tiveram o máximo de 3 *fanfics* no mesmo ano.

É interessante ressaltar que o ano de exibição aqui considerado é o ano em que as telenovelas começaram a ser exibidas ou reprisadas – algumas novelas iniciaram em um ano e terminaram no outro. Essa característica foi adotada para determinar um padrão neutro de categorias de análise, uma vez que as *fanfictions* estão separadas pelo ano de publicação (início da narrativa) e não de conclusão.

Outra característica relevante a ser analisada é o horário em que as telenovelas foram exibidas e a quantidade de *fanfics* produzidas nos determinados períodos. O gráfico abaixo apresenta em dados percentuais e crescentes em horário as telenovelas que mais e menos tiveram produções de *fanfictions*, utilizamos como fonte os sites das emissoras Rede Globo, SBT, Rede Record e Nickelodeon:

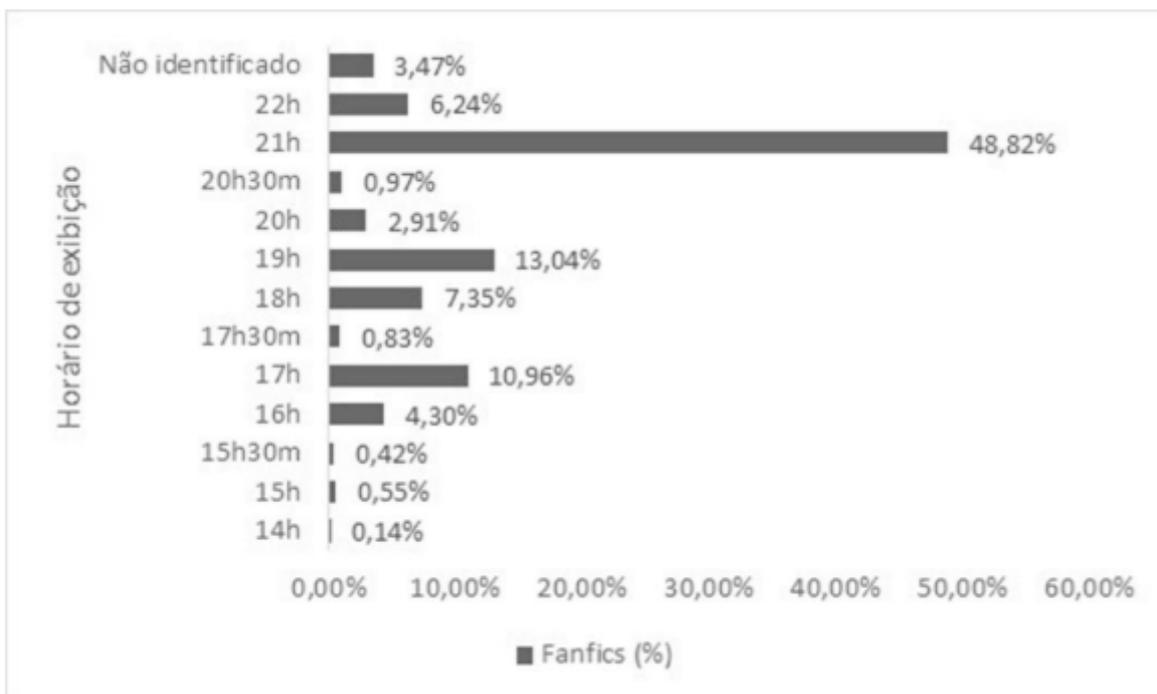


Gráfico 2

Uma única novela das 14h teve 0,14% das reconfigurações, menor que as exibidas às 15h, em que três telenovelas foram alvo de 0,83% das *fanfictions*. Já as das 15h30m tiveram um índice mais baixo, com uma novela representando 0,42% das produções dos fãs. O período das 16h teve quatro, das 17h cinco e das 17h30 duas telenovelas, o que representou, respectivamente, 4,30%, 10,96% e 0,83% das narrativas. Foram 12 telenovelas que passaram às 18h, e 10 às 19h, alvos de 7,35% e 13,04% do total de produções, decaindo para 2,91% uma hora depois (20h) e 0,97% às 20h30m, ambos os horários com uma novela. O horário que representou 48,52% das *fanfics* foi o das 21h, com referência a 14 telenovelas, se diferenciando do das 22h, com uma única novela fazendo parte de 6,24% das reconfigurações. Houve também a presença de seis telenovelas em que não foi possível encontrar o horário de exibição, totalizando 3,47% das produções.

No gráfico abaixo é possível perceber o percurso que a produção de *fanfictions* do site seguiu. As narrativas de fãs sobre esses produtos televisivos tiveram início em 2009. No ano seguinte tiveram uma única produção cada (0,15%), elevando para três (0,44%) apenas em 2011 e para 25 (3,67%) em 2012. O aumento significativo veio em 2013 com 133 produções (19,50%), quatro delas *crossovers* (0,59% do total) e no auge, em 2014 foram registrados nove *crossovers* de 206 *fanfictions* (30,21%). Mesmo que no ano seguinte o número de produções diminuiu para 182 (26,69%), os *crossovers* aumentaram para 10 e em 2016 diminuíram para seis de 91 (13,34%), e, até o fim de 2017 apenas 40 (5,87%) *fanfics* foram registradas, sendo 11 delas *crossovers*.

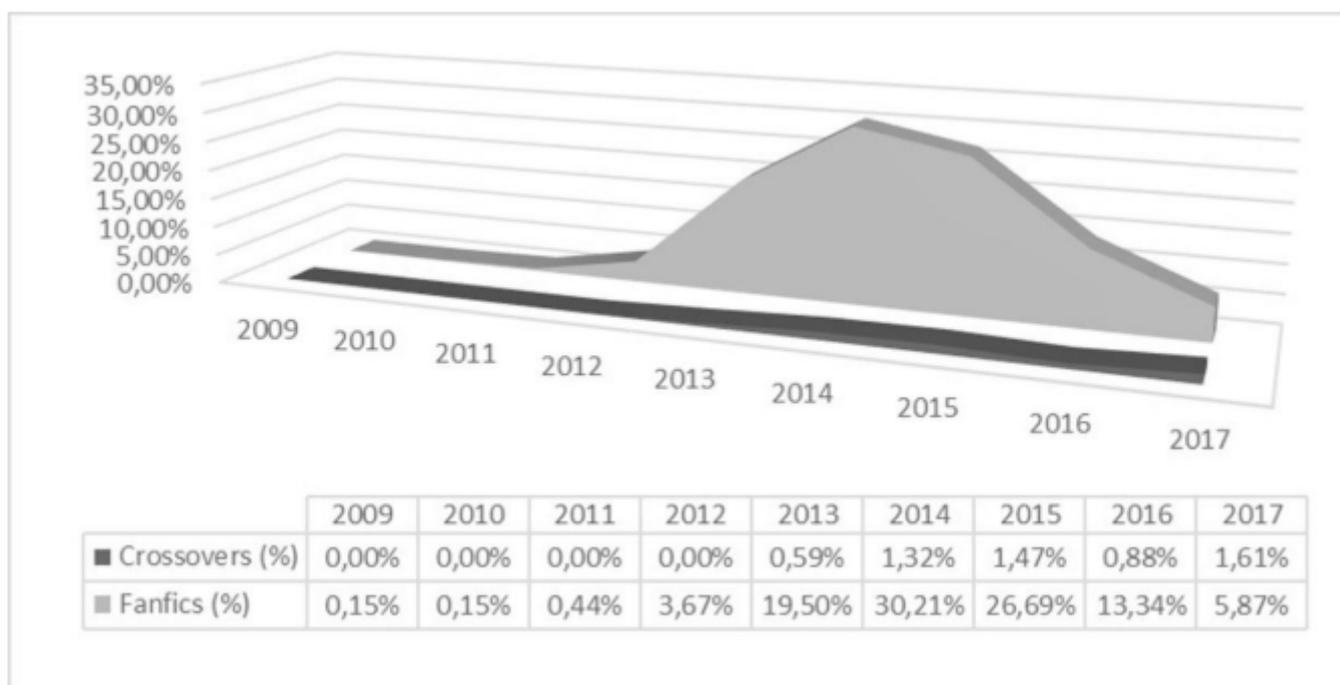


Gráfico 3

Como último ponto de análise vale considerar que algumas telenovelas foram objetos de *fanfics* mais do que outras, mas as apresentadas nesse artigo foram utilizadas no mínimo uma vez como referência para as produções dos fãs. A novela que mais teve *fanfictions* foi a *Carrossel* (SBT), com 120 produções, exibida às 21h, com início em 2012 e término no ano seguinte – ano de auge, com 51 produções sobre. Em seguida, também do mesmo canal televisivo e horário, a novela *Chiquititas*, que iniciou em 2013 e terminou em 2015, teve 66 produções, 31 delas feitas no segundo ano de exibição. *Amor à vida*, da Rede Globo (21h) teve um total de 53 *fanfics*, das quais 31 foram produzidas no segundo ano de exibição, 2014. Mesmo

sendo reprise, *A Madrasta*, exibida às 17h no SBT, foi alvo de 62 produções, 24 delas em 2014 – segundo ano de exibição. Com referência em 45 produções, a *Rebelde Brasil*, telenovela das 22h da Rede Record exibida em 2011 e 2012, teve seu auge em 2013, com 17 *fanfics*. As demais foram citadas de uma até 38 fanfictions por telenovela.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dos canais televisivos que exibiram, reprisaram ou importaram, a Rede Globo e o canal SBT são os que mais possuem telenovelas citadas nas *fanfics*. Isso se dá por dois fatores: a primeira emissora é uma das maiores produtoras – e exportadoras – de telenovela da América Latina e a outra emissora é a que mais importa telenovelas mexicanas e também suas próprias produções. Essas duas emissoras, provavelmente, continuarão em ascendência nas referenciadas, isso por se tratarem de novelas que normalmente fazem grande sucesso entre os fãs, por aspectos técnicos, sociais, culturais, ideológicos, entre outros. Esses fatos não excluem a possibilidade de surgirem novas produções de fãs sobre telenovelas de outras emissoras, mesmo que em pequena quantidade, como as da Rede Record, Televisa, Nickelodeon, Las Estrellas e TV Azteca.

Apesar da Rede Globo ter o maior número de telenovelas citadas, o SBT foi a emissora que mais teve produção de *fanfics*. Com 52,01% de produções, percebe-se que, como o SBT exhibe diversas telenovelas mexicanas, o alvo dos fãs é ainda essa emissora, deduz-se que também por conta da flexibilidade nos horários das exibições e pelas reprises feitas em maior frequência do que outros canais. Mesmo assim, as maiores produções de fãs são feitas sobre telenovelas brasileiras, o que mostra que esse público valoriza as produções nacionais.

Outro aspecto que foi possível perceber é que os fãs preferem escrever sobre telenovelas exibidas às 21h, o chamado “horário nobre” das emissoras. O maior número de *fanfics* (48,82%) foi produzido sobre telenovelas desse horário, quase a metade do público consumidor/produtor. Isso não é fator decisivo sobre todos os consumidores, pois, com a convergência dos meios, mercados, inteligências coletivas, cultura participativa e de uma cultura remix (JENKINS, 1992; 2009; SHIRKY, 2011; MANOVICH, 2009), esses fãs podem muito bem consumir essas telenovelas via *streaming* – na internet –, uma vez que as emissoras disponibilizam resumos

dos capítulos, acesso privado (com assinatura) ou aberto na rede.

Com o registo – criando um acervo com mais de 680 produções – e análise das *fanfictions* do site *Nyah! Fanfiction* foi possível conhecer como se constituiu o processo de produção, desde o primeiro ano (2009) e traçar um possível futuro dessas reconfigurações midiáticas sobre 61 telenovelas brasileiras e mexicanas. O auge das produções em 2014 (30,21%) fez com que a média de crescimento desde o primeiro ano fosse de 9,02% e de 2014 a 2017, de 19,02%.

Mesmo decaindo com um ritmo mais rápido do que demorou para aumentar, os números de 2017 continuam maiores que os de 2012, o que pode diminuir ou estagnar, mas não se extinguir, pelos seguintes aspectos: a partir da disponibilidade do site em armazenar as *fanfics*, as que ainda não estão concluídas um dia poderão ficar ; telenovelas continuam sendo produzidas a longo prazo e enquanto existir consumo e fãs, satisfeitos ou não, haverá produção de sentidos para novas hipóteses baseadas nas perspectivas dos enredos originais, e assim, continua a possibilidade de reconfiguração midiática.

Além disso, a reconfiguração feita por brasileiros sobre produtos midiáticos originais latino-americanos, apresentam novas produções que distinguem-se pela ampla gama de temáticas recriadas nas narrativas e ultrapassam todos os limites geográficos e culturais dos enredos. Cria-se, então, uma convergência não só midiática, mas também cultural, que traz conhecimento aos escritores e leitores e novas possibilidades de narrativas alternativas, cruzadas e, por enquanto, apenas idealizadas ficcionalmente.

Assim, compreendemos o que Murray (2003) explana: a interação produtor-consumidor no ambiente digital abre caminho e estimula para participação de uma audiência por receptores ativos. Nesse sentido, o consumidor pode opinar sobre narrativas desse ambiente, passando por cima de qualquer limite real e/ou fictício que possa o barrar. Trata-se de sujeitos que estão ativos em plataformas digitais, que divulgam, compartilham, interagem e que são espectadores de outros produtos também recriados.

Sobre as reconfigurações midiáticas no site é impossível afirmar com precisão o que acontecerá, mas por ser um site precário (em acesso, segurança das contas, contato, comentários e estrutura geral), é possível que comprometa o futuro do armazenamento das *fanfictions*. No entanto, uma coisa é certa: reconfiguração midiática sobre produtos que envolvem

a sociedade, sua cultura, política e contexto sempre existirão, seja em outras plataformas virtuais ou físicas ou no imaginário pessoal. Ou seja, é um círculo vicioso que haverá sempre de ter sujeitos que criam, sujeitos que reconfiguram e outros que possam, futuramente, modificar reconfigurações, alimentando cada vez mais a ideia de receptor ativo e reconfigurador de produtos midiáticos.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje**. São Paulo: Editora Contexto, p. 15-35, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BATISTA, R. Campo semántico-discursivo del amor en la telenovela mexicana y brasileña. **Cuicuilco. Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia**, v. 9, n. 24, p. 267-293, 2014.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto** (2a ed., ROCHA, L. de O., Trad.). Porto Alegre: Artmed, 2007.

FIGUEIREDO, M.; DAMACENA, Silvia. Os 60 anos da telenovela no mundo: reinvenção ou fim? **Revista Científica Unilago**, v. 1, 2014.

GALLARINO, Florencia. El melodrama y las telenovelas mexicanas. **Creación y Producción en Diseño y Comunicación**, v. 8, n. 42, p. 53, 2011.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Edufba, 2002.

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

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2015.

JOHNSON, Steven. **A Cultura das Interfaces**. Como o computador transforma a nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2001.

MANOVICH, Lev. A Prática da Vida (Midiática) Cotidiana. **Lugar Comum**, n. 28, p. 283-296, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesus; REY, German. El melodrama en televisión o los avatares de la identidad industrializada. Narraciones anacrónicas de la modernidad. **Melodrama e intermedialidad en América Latina**, p. 61-77, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesus. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. **Telenovela: internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola, p. 23-46, 2004.

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

MINAYO, M. C de S.; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade. **Cadernos de saúde pública**, v. 9, n. 3, p. 239-262, 1993.

MINAYO, Maria Cecília Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2007.

OROZCO GÓMEZ, G. La telenovela en Mexico: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?. **Nueva época**, núm. 6, julio-diciembre, pp. 11-35, 2006.

OLIVEIRA, Denize Cristina de. Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. **Rev. enferm. UERJ**, v. 16, n. 4, p. 569-576, 2008.

SÁ, Simone P. Fanfictions, comunidades virtuais e cultura das interfaces. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Salvador/BA, 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/dc3d19659387a020b429d27cf2e49895.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

SANTOS, A.F.N.; et al. As Telenovelas Brasileiras Também Choram: motivos para a audiência das telenovelas mexicanas no Brasil. **Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação**, Ano 8, Edição 2, Julho-Dezembro, 2014.

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SYDENSTRICKER, Iara. Telenovelas latino-americanas: é tudo sempre a mesma coisa?. **Revista Ensaio Geral**, v. 2, n. 3, 2011.

VARGAS, M. L. B. **O fenômeno fanfiction: novas leituras e escrituras em meio eletrônico**. Passo Fundo: Ed. da UPF, 2005.

## **Gabriel Masarro de Araujo**

Graduando do quinto semestre do curso de Jornalismo Bacharelado da Universidade Federal de Santa Maria – Campus Frederico Westphalen.

E-mail: gabriel.masarro@hotmail.com

## **Rafael Foletto**

Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - Campus Frederico Westphalen (UFSM-FW). Doutor e mestre em ciências da comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

E-mail: rafoletto@gmail.com

## **Wesley Pereira Grijó**

Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - Campus Frederico Westphalen (UFSM-FW). Doutor em Comunicação e Informação pela UFRGS e Mestre em Comunicação, Cultura e Cidadania pela Universidade Federal de Goiás (UFG).

E-mail: wgrijo@yahoo.com.br

RECEBIDO EM: 28/02/2018

ACEITO EM: 28/04/2018