



**Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais**  
**Doutorado**

**QUANDO O MUNDO SENTA NO SOFÁ DE CASA E  
CABE NA PALMA DA MÃO: ANÁLISE DOS POSTS  
FEITOS NO TWITTER DURANTE A EXIBIÇÃO DA  
TELENOVELA #AFORÇADOQUERER PELA  
PERSPECTIVA DA SEMIOLINGUÍSTICA**

**Novo Hamburgo**

**2019**



**Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais**  
**Doutorado**

**POLIANA LOPES**

**QUANDO O MUNDO SENTA NO SOFÁ DE CASA E CABE NA PALMA DA MÃO:  
ANÁLISE DOS POSTS FEITOS NO TWITTER DURANTE A EXIBIÇÃO DA  
TELENOVELA #AFORÇADOQUERER PELA PERSPECTIVA DA  
SEMIOLINGUÍSTICA**

Tese de Doutorado apresentada à Banca Examinadora como requisito para a obtenção de título de Doutora em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale.

Orientador: Prof. Dr. Ernani Cesar de Freitas

Novo Hamburgo  
2019

## DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Lopes, Poliana.

Quando o mundo senta no sofá de casa e cabe na palma da mão : análise dos posts feitos no Twitter durante a exibição da telenovela #aforçadoquerer pela perspectiva da semiolinguística / Poliana Lopes. – 2019.

209 f. : il. color. ; 30 cm.

Tese (Doutorado em Processos e Manifestações Culturais) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo-RS, 2019.

Inclui bibliografia e apêndice.

“Orientador: Prof. Dr. Ernani Cesar de Freitas”.

1. A Força do Querer. 2. Linguagem. 3. Telenovela. 4. TV Social. 5. Twitter. I. Título.

CDU 659.3(086.8):80

Bibliotecária responsável: Janice Moser Corrêa – CRB 10/2315

POLIANA LOPES

**QUANDO O MUNDO SENTA NO SOFÁ DE CASA E CABE NA PALMA DA MÃO:  
ANÁLISE DOS POSTS FEITOS NO TWITTER DURANTE A EXIBIÇÃO DA  
TELENOVELA #AFORÇADOQUERER PELA PERSPECTIVA DA  
SEMIOLINGUÍSTICA**

Tese de Doutorado aprovada pela banca examinadora em 26 de fevereiro de 2019,  
conferindo à autora o título de Doutora em Processos e Manifestações Culturais.

Componentes da Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Ernani Cesar de Freitas  
Universidade Feevale

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marinês Andrea Kunz  
Universidade Feevale

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Paula Regina Puhl  
Pontifícia Univ. Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Luciana Salazar Salgado  
Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR)

## AGRADECIMENTOS

Se a minha vida fosse uma novela (e talvez ela até seja) ela não teria tanta porrada e emoção quanto a de uma protagonista policial que é atleta de MMA; não teria tanta imaginação e crença quanto a da sereia que é filha do boto; e nem seria tão movimentada e perigosa quanto a vida da estudante de Direito que se tornou mulher de traficante. Mas essas ausências não me fazem menos protagonista da minha vida e da minha história.

A minha narrativa chega hoje ao capítulo da finalização desta tese e dos quatro anos de estudos no Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais. E não dá para olhar esse “novelo que se desenrolou aos poucos” (como diria Janete Claire) sem agradecer a algumas pessoas que estiveram e estão comigo ao longo desse processo.

Agradeço, em primeiro lugar, às pessoas que eu amo e me apoiaram durante toda minha trajetória, mesmo que de longe: minha mãe, Rosa, e meu pai, Jorge, que sempre acreditaram no meu potencial, investiram em mim e confiaram nas minhas decisões; minha sobrinha, Gabi, que entende minha vontade e necessidade de saber cada vez mais para (vamos rir?) perceber que sei cada vez menos.

Meu amor, meu marido, Jerri: obrigada pelo amor e paciência e companhia e (mais) paciência e por toda confiança que depositou em mim ao longo dos nossos 14 anos de noites escrevendo, assistindo a novela, espalhando papéis e livros pela casa e pelo carro e por todos os lugares... Saber que tu entendes que não há uma resposta para “quando tu vai parar de estudar?” e que tenho teu apoio nessa decisão é fundamental para que sigamos em frente, lado a lado.

E, claro, agradeço às amigas e amigos que perdoaram a minha ausência, que beberam nos momentos de tensão, que brindaram os sucessos que vieram e que, certamente, brindarão comigo os que virão.

Quero frisar que a vida acadêmica não é feita apenas do nosso suor e do apoio da família. Colegas e professores fazem parte dessa caminhada e, por isso, quero agradecer a eles. Primeiro, à professora Juracy Assmann Saraiva: tia Jura, obrigada pela confiança em todos os momentos que trabalhamos juntas; fazer parte da organização de projetos sensacionais como três Manifeste-se! e um Seminário Discente certamente me engrandeceu enquanto profissional. Ao mencioná-la, agradeço a todos os professores do PPG, que não mediram esforços para fazer de

nós docentes preparados para enfrentar as adversidades que parecem estar por vir. Nossas armas contra a intolerância e a ira são a palavra, o discurso e a argumentação!

Não poderia deixar de mencionar a professora Denise Castilhos de Araújo, que me acompanhou desde o início, em 2015, até a véspera da qualificação, no final de 2017: obrigada pelos três anos de muita conversa, de artigos publicados e apresentados e de ensinamentos que levarei para sempre.

Ao mesmo tempo, agradeço imensamente ao professor Ernani Cesar de Freitas que, em sala de aula, me apresentou e me encantou com a Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, que trouxe Patrick Charaudeau, meu principal teórico, para a Universidade Feevale em 2015, e que, no início de 2018, me aceitou como orientanda: muito obrigada, de coração!

Colegas, foi muito bom compartilhar as salas de aula, os corredores, os cafés e, por vezes, os bares com vocês. O curso trouxe para minha vida pessoas especiais, como Gislene Feiten Haubrich, Rosana Vaz Silveira e Eliane D'Ávila dos Santos, com que dividi projetos, textos, angústias, sala de aula e, claro, alegrias; e Bárbara Jucinsky Schmitt que, mesmo depois de nos deixar, continuou sendo uma amiga e torcedora. Obrigada, viu! Todos aqueles cafés fizeram a diferença! Por fim, agradeço à CAPES e à Universidade Feevale por me confiarem a bolsa de estudos que financiou esta pesquisa: este subsídio mostra que não há juízo de valor ou tema mais ou menos importante quando pesquisamos a cultura de um povo.

Agradeço também às professoras Marinês Andrea Kunz, Luciana Salazar Salgado e Paula Regina Puhl por aceitarem nosso convite – meu e do professor Ernani – para compor minha banca final. Seremos, todas juntas, protagonistas desse momento fundamental da minha vida.

Por fim, uma simples constatação: ser Doutora em Processos e Manifestações Culturais é uma conquista minha que é muito nossa! Muito obrigada!

“Sempre que escrevo sobre novelas, surgem leitores para criticar minha preocupação com o assunto. ‘É só uma novela’, costumam bradar, querendo dizer: ‘é ficção’, ‘não tem importância’, ‘é uma bobagem’. Acho curioso ver gente ignorar o lugar que a novela ocupa na vida do brasileiro. Para além da diversão (ou não) que oferecem, novelas influenciam, fazem pensar, confundem.”

“O Twitter oferece a oportunidade de transformar a experiência de ver um determinado programa num bate-papo animado. É como se estivessem todos na sala, trocando ideias, discutindo e, frequentemente, brigando por conta de opiniões mais fortes [...] O Twitter, de alguma forma, resgata uma sociabilidade antiga.”

(Maurício Stycer)

## RESUMO

Partimos da observação de que as pessoas usam sites de redes sociais como o Twitter para compartilhar suas impressões sobre a programação televisiva, incluindo as telenovelas transmitidas pela tv aberta, para responder, com este estudo, “o que os adeptos da TV Social que interagem no Twitter durante a transmissão de uma telenovela conversam e de que forma seus discursos são construídos”, e atender ao objetivo geral “analisar os discursos da audiência da telenovela adepta de TV Social publicados no Twitter em tempo real à exibição dos capítulos”. Esta tese se configura em uma pesquisa explicativa e descritiva (PRODANOV; FREITAS, 2013) interdisciplinar, que conecta Linguagem, Cultura e Comunicação, e tem como corpus uma amostra não-probabilística: os tweets com #AForçaDoQuerer publicados durante a exibição da novela *A Força do Querer* das 21h à meia-noite de 3 e 8 de abril e 16 e 20 de outubro de 2017. Como referencial teórico, optou-se por Bakhtin (2011) para discorrer sobre gênero discursivo; Duarte (2004), Campos-Toscano (2009) e Souza (2015) para abordar os gêneros ficcionais, e Barthes (2011) e Reuter (2011) para discutir sobre narrativa. A história da teledramaturgia é tratada a partir de Fernandes (1997), Mattos (2002), Reimão (2004) e Malcher (2009), enquanto TV Social e Twitter são caracterizados a partir de Lemos e Levy (2010), Ferrari (2015), Santaella e Lemos (2010) e Recuero (2012). Adotamos a perspectiva teórica da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, de Charaudeau, e agregando estudos de Freitas (2017), Machado (2012, 2013, 2015) e Brandão (2012). Ao final, valida-se a tese de que “o crescimento da audiência dos Sites de Redes Sociais, como o Twitter, e do uso de outras plataformas de consumo de vídeo, não diminuiu a penetração e a relevância dos programas de TV com foco em entretenimento, como as novelas. Em um novo contexto comunicacional, mídia tradicional e novas mídias se retroalimentam e dialogam em um duplo ato de linguagem que surge pela TV Social e revela, discursivamente, uma audiência que fala nos SRSs sobre a teledramaturgia a que assiste e que se engaja enquanto coletividade”.

**Palavras-chave:** A Força do Querer. Linguagem. Telenovela. TV Social. Twitter.

## RÉSUMÉ

L'étude part de l'hypothèse que les gens utilisent les réseaux sociaux, tel que le Twitter, pour partager leurs points de vue sur la programmation télévisée, comme les feuilletons. En conduisant la recherche, nous répondons à la question: "qu'est-ce que les utilisateurs de la télévision sociale conversent quand ils interagissent pendant les transmissions d'un feuilleton et comment leurs discours sont construits?". Notre objectif général est "analyser les discours de l'audience qui utilise la télévision sociale pour discuter les événements d'un feuilleton, en temps réel, à chaque chapitre". La thèse se configure en tant qu'une recherche explicative et descriptive (PRODANOV; FREITAS, 2013), interdisciplinaire, qui articule les domaines du langage, de la culture et de la communication. Le corpus est composé par un échantillonnage non aléatoire: les tweets avec le hashtag #AForçaDoQuerer, qui ont été publiés pendant la transmission du feuilleton *A Força do Querer*, au cours de la période du 3 au 8 avril et du 16 au 20 octobre 2017, de 21h à minuit. Le cadre théorique comprends Bakhtine (2011), pour traiter du genre discursif, Duarte (2004), Campos-Toscano (2009) et Souza (2015) afin d'aborder le thème du genre fictionnel, Barthes (2011) et Reuter (2011) pour discuter la notion de récit. L'histoire de la télé-dramaturgie est reconstituée avec le support de Fernandes (1997), Mattos (2002), Reimão (2004) et Malcher (2009) et le concept de télévision sociale est développé à partir de Lemos et Levy (2010), Ferrari (2015), Santaella et Lemos (2010) et Recuero (2012). Nous adoptons la perspective de la théorie sémiolinguistique d'analyse du discours de Charaudeau en dialogue avec les études de Freitas (2017), Machado (2012, 2013, 2015) et Brandão (2012). À la fin, nous soutenons la thèse que "la croissance de l'audience aux sites de réseaux sociaux, tel que le Twitter, et l'utilisation d'autres plateformes de consommation de vidéo n'ont pas diminués la pénétration et la pertinence d'émissions de télévision axées sur le divertissement, comme les feuilletons. Dans ce nouveau contexte de communication, les médias traditionnels et les nouveaux médias dialoguent dans un double acte de langage qui apparaît sur la télévision sociale, en manifestant, de manière discursive, un public qui regarde la télé-dramaturgie télévisée, qui parle sur son sujet aux sites de réseaux sociaux et qui s'engage collectivement".

**Mots clés:** A Força do Querer. Langage. Feuilleton. Télévision Sociale. Twitter.

## ABSTRACT

We start by observing that people use social networking sites like Twitter to share their impressions about television shows, including soap opera, to respond with this study, "what Social TV admits who interact on Twitter during the broadcast of a soap opera talk and how their speeches are constructed", and meet the objective "analyze the speeches of the audience of the soap opera adept Social TV published on Twitter in real time to the chapters". This thesis is set in an interdisciplinary explanatory and descriptive research (PRODANOV; FREITAS, 2013), which connects Language, Culture and Communication, and has as corpus a non-probabilistic sample: tweets with #AForçaDoQuerer published during the exhibition of the soap opera *A Força do Querer* from 21:00 to midnight on April 3 and 8 and October 16 and 20, 2017. As a theoretical reference, we choose Bakhtin (2011) to talk about discourse on discursive genre; Duarte (2004), Campos-Toscano (2009) and Souza (2015) to address fictional genres, and Barthes (2011) and Reuter (2011) to discuss narrative. The story of teledramaturgy is treated from Fernandes (1997), Mattos (2002), Reimão (2004) and Malcher (2009), while TV Social and Twitter are characterized from Lemos and Levy (2010), Ferrari (2015), Santaella and Lemos (2010) and Recuero (2012). We adopted the theoretical perspective of Charaudeau's, Semiolinguistic Theory of Discourse Analysis, and added studies by Freitas (2017), Machado (2012, 2013, 2015) and Brandão (2012). In the end, the thesis that "the growth of the audience of social networking sites, such as Twitter, and the use of other video consumption platforms, has not diminished the penetration and relevance of TV programs focused on entertainment, such as soap opera. In a new communication context, traditional media and new media mediate and dialogue in a double act of language that appears on Social TV and reveals, discursively, an audience that speaks in the SRSs about the television drama that it watches and that engages as a collective".

**Key-words:** A Força do Querer. Language. Soap opera. TV Social. Twitter.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – detalhamento do conceito de pesquisador insider .....	16
Figura 2 - perfil demográfico dos consumidores de TV no Brasil .....	43
Figura 3 - penetração das emissoras por domicílios com tv e municípios brasileiros	43
Figura 4 - Distribuição dos tweets analisados por faixa de horário e dia da semana	55
Figura 5 - Categorização dos tweets analisados quantidade de posts e total de posts por autor.....	56
Figura 6 – processo de semiotização do mundo .....	58
Figura 7 – Representação dos universos de discurso do EU.....	60
Figura 8 - modelo sociocomunicativo e semiolinguístico de Patrick Charaudeau .....	63
Figura 9 – representação do ato de linguagem .....	69
Figura 10 –proposta de quadro do ato de linguagem, a partir de Charaudeau, para o gênero narrativo (ficcional ou factual) .....	79
Figura 11 – proposta do quadro do ato de linguagem, com base em Charaudeau, para o discurso em sites de redes sociais (Twitter).....	80
Figura 12 - etapas iniciais para a composição da pesquisa .....	87
Figura 13 – categorias teóricas que norteiam a pesquisa .....	88
Figura 14 - Ritinha, Jeiza e Bibi: protagonistas de destaque de <i>A Força do Querer</i> .	90
Figura 15 - número de espectadores das novelas da Rede Globo entre 2012 e 2017 .....	96
Figura 16 – tweet que ilustra a lógica de ação, influência social e construção do texto e de sentido.....	99
Figura 17 – duplo ato de linguagem que apresenta o jogo discursivo de ação (exibição da novela) e reação (postagem dos tweets sobre a novela) .....	102
Figura 18 - tweet que faz menção à atriz Maria Fernanda Cândido.....	109
Figura 19 – tweets que ilustram a relação entre o mundo da história e o real/referente .....	109
Figura 20 – categorização de gênero, subgênero e formato de <i>A Força do Querer</i>	111
Figura 21 - tweet que ilustra a relação o mundo das personagens e o mundo do autor da narrativa .....	112
Figura 22 - tweets que identificam as personagens dentro da narrativa .....	113
Figura 23 – tweet da Semana 2 que mostra menção a personagens não citados na Semana 1 .....	113

Figura 24 – tweets citando a fala ‘o pau te acha!’ .....	114
Figura 25 - tweet que mostra o uso de caixa alta como representação da elevação do tom de voz.....	115
Figura 26 - tweet que ilustra as práticas sociais partilhadas e os filtros construtores de sentido da audiência no corpus analisado .....	117
Figura 27 - tweets com ação do fandom do Fiuk na estreia de <i>A Força do Querer</i> .....	118
Figura 28 – tweets fazendo referência ao ator Fiuk na Semana 2 .....	119
Figura 29 – tweet que ilustra como a Língua Portuguesa pode ser usada no suporte digital.....	119
Figura 30 - tweet que mostra o uso de linguagem coloquial .....	120
Figura 31 - tweet que usa elemento gráfico (gif) como indicativo de ironia .....	121
Figura 32 – tweet que demonstra a operacionalização das visadas incitativa e <i>pathos</i> no primeiro ato de linguagem.....	124
Figura 33 - tweet que demonstra a operacionalização do <i>pathos</i> no primeiro ato de linguagem.....	125
Figura 34 - tweet que demonstra a operacionalização do <i>pathos</i> e da visada informativa no primeiro ato de linguagem .....	126
Figura 35 - tweet que demonstra a operacionalização da visada descritiva no segundo ato de linguagem.....	126
Figura 36 - tweet que demonstra a operacionalização da visada informativa no segundo ato de linguagem .....	127
Figura 37 - tweet que demonstra a operacionalização da visada incitativa no segundo ato de linguagem.....	128
Figura 38 - tweet que demonstra a operacionalização do <i>pathos</i> no segundo ato de linguagem.....	128
Figura 39 – representação do ato de linguagem referente ao corpus da tese .....	130
Figura 40 – tweet que reforça a relação de codependência entre os tweets analisados e a exibição dos capítulos da telenovela.....	131

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Objetivos específicos a serem alcançados por este estudo e suas hipóteses .....	20
Quadro 2 – definição de gênero, subgênero e formato .....	28
Quadro 3 – A ficção transmidiática: tipos de interação e práticas dominantes .....	40
Quadro 4 – Caracterização dos processos de transformação e transação da semiotização do mundo .....	59
Quadro 5 – Organização dos sujeitos de linguagem conforme posições de produção ou recepção e sua internalidade ou externalidade em relação ao discurso .....	66
Quadro 6 - Quatro princípios do ato de linguagem e suas características .....	70
Quadro 7 - Comparativo das características e comportamento dos oito sujeitos do duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora X quatro sujeitos do ato de linguagem de Charaudeau (2014).....	103
Quadro 8 - Síntese da aplicação do dispositivo metodológico da tese .....	136

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Repercussão das telenovelas exibidas em 2017 no Twitter .....	95
---	----

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – corpus coletado para análise.....	108
--	-----

## SUMÁRIO

<b>1 IDEIAS INTRODUTÓRIAS.....</b>	<b>13</b>
<b>2. NARRATIVA E GÊNERO, TELEDRAMATURGIA NO BRASIL E TV SOCIAL: UM EMARANHADO QUE SE DESENROLA EM <i>REAL TIME</i> NO TWITTER .....</b>	<b>23</b>
2.1 A ESTRUTURA DA NARRATIVA .....	24
2.2 GÊNEROS DISCURSIVOS E FICCIONAIS.....	25
2.3 TELEDRAMATURGIA E TELEVISÃO: 68 ANOS DE MUDANÇAS.....	29
<b>2.3.1 DE 1950 A 2010: DA TELEVISÃO ELITISTA À CONVERGENTE E DIGITAL .....</b>	<b>29</b>
<b>2.3.2 NA CONTEMPORANEIDADE, A ERA DA TELEVISÃO MULTIPLATAFORMA E CONECTADA .....</b>	<b>35</b>
2.4 TV SOCIAL: QUANDO MÚLTIPLAS TELAS AJUDAM A FORMAR UM GRANDE SOFÁ .....	47
2.5 TWITTER - O SITE DE REDE SOCIAL DA TV SOCIAL.....	50
<b>3. COMPREENDENDO A ANÁLISE DO DISCURSO .....</b>	<b>57</b>
3.1 DEFININDO OS SUJEITOS DO DISCURSO.....	64
3.2 O ATO DE LINGUAGEM, O PAPEL DOS SUJEITOS E O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO ASSUMIDO ENTRE ELES .....	68
3.3 VISADAS DISCURSIVAS.....	76
<b>3.3.1 TIPOS DE VISADAS.....</b>	<b>76</b>
3.4 NOVOS ARRANJOS DADOS AO ATO DE LINGUAGEM.....	78
<b>4. "QUANDO A GENTE É MOVIDO PELA FORÇA DO QUERER É CAPAZ DE FAZER O IMPOSSÍVEL SE TORNAR POSSÍVEL”: ESCOLHAS METODOLÓGICAS E PERCURSO DE PESQUISA .....</b>	<b>81</b>
4.1 ESCOLHAS METODOLÓGICAS.....	82
4.2 PERCURSOS E PARTICULARIDADES DA PESQUISA QUE CONDUZEM A ANÁLISE DO DISCURSO NA COMUNICAÇÃO NO TWITTER VIA TV SOCIAL.....	84
4.3 O REGISTRO DO COTIDIANO NA TELA DA TV E NA PALMA DA MÃO: #AFORÇADOQUERER ENQUANTO PRODUTO MIDIÁTICO NORTEADOR .....	89
<b>5. O REGISTRO DO COTIDIANO NA TELA DA TV E NA PALMA DA MÃO: ANÁLISE DAS INTERAÇÕES SOBRE A NOVELA <i>A FORÇA DO QUERER</i> NO TWITTER .....</b>	<b>98</b>
5.1 TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA APLICADA AOS TWEETS SOBRE TELENOVELA: APROXIMAÇÕES INICIAIS E O DUPLO ATO DE LINGUAGEM.....	99
<b>5.1.1 O ato de linguagem no Twitter a partir da exibição de telenovelas .....</b>	<b>101</b>
<b>5.1.2 As visadas discursivas de tweets sobre produtos teledramatúrgicos....</b>	<b>106</b>

5.2 ANÁLISE DOS TWEETS SOBRE #AFORÇADOQUERER PUBLICADOS EM TEMPO REAL PELA AUDIÊNCIA .....	108
<b>6. A SEGUIR, CENAS DOS PRÓXIMOS CAPÍTULOS E AS CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>142</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>147</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>162</b>
<b>APÊNDICE A - ESTUDOS ALINHADOS À TEMÁTICA DA TESE IDENTIFICADOS NO CATÁLOGO DE TESES E DISSERTAÇÕES DA CAPES, BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES, GOOGLE SCHOLAR E OBITEL BRASIL.....</b>	<b>163</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>167</b>
<b>ANEXO A - TWEETS COLETADOS EM 3 E 8 DE ABRIL DE 2017 COM A #AFORÇADOQUERER .....</b>	<b>168</b>
<b>ANEXO B - TWEETS COLETADOS EM 16 E 20 DE OUTUBRO DE 2017 COM A #AFORÇADOQUERER .....</b>	<b>189</b>
<b>ANEXO C - SINOPSE DOS CAPÍTULOS QUE COMPOEM O CORPUS, DISPONIBILIZADA PELA REDE GLOBO .....</b>	<b>207</b>

## 1 IDEIAS INTRODUTÓRIAS



Anais  
@roqklotz

primeiro capítulo de novela é tipo começo de namoro: tudo é lindo, emocionante e você tem esperança que continue assim por meses

22: 25 - 31 ago 2015

👤 🔄 4 ❤️ 6

1

Mais do que um suporte comunicacional, a televisão pode ser entendida como um elemento que agrega a sociedade. Presente em 96,3% dos domicílios brasileiros (GRUPO DE MÍDIA, 2017), ela, a TV, pode levar a essas casas - e às pessoas que vivem nelas – entretenimento, informação e educação. (MALCHER, 2009). Há quase 69 anos, a televisão se coloca como a companhia de pessoas que estão em casa sozinhas ou como a diversão de uma família ou grupo de amigos, em suas casas, escritórios, consultórios médicos, podendo ser consumida em qualquer lugar que tenha seu suporte: um aparelho de tv.

Porém, mais recentemente, a televisão como conhecemos passou por mudanças e ganhou espaço em um novo universo: o da mobilidade. Smartphones saem de fábrica com “televisão” instalada; aplicativos permitem acessar a programação televisiva a qualquer hora e em qualquer lugar, basta ter sinal de internet. Assim, não precisamos mais estar no sofá de casa nem esperar por um horário em específico para assistir a programas de TV, como as telenovelas.

Em 1997, Stuart Hall já enfatizava que a relação entre as tecnologias e a revolução da informação estava colaborando com a expansão dos meios de produção, circulação e troca cultural, assim como as mídias eletrônicas permitiam expandir as relações pelo tempo e espaço, aprofundavam a interconexão global e anulavam a distância entre as pessoas e os lugares. Nos dias atuais, a afirmação, que foi publicada originalmente em *A centralidade da cultura* (HALL, 1997), remete a uma mais ampla relação entre as possibilidades comunicativas e de consumo de informação e de entretenimento com a Cultura. Essas novas possibilidades reforçam a relevância desta pesquisa, que se debruça sobre as conversas pautadas pela

---

<sup>1</sup> Twitter, ANAÍS. *primeiro capítulo de novela é tipo começo de namoro: tudo é lindo, emocionante e você tem esperança que continue assim por meses*. 31 ago. 2015. Twitter: @roqklotz. Disponível em: <<https://twitter.com/roqklotz/status/638522941714624512>>. Acesso em: 26 set. 2017.

teledramaturgia, que são um elemento cultural já conhecido, mas que são amplificadas pela apropriação das novas tecnologias.

É importante mencionar, aqui, que o conceito de Cultura é essencial para o desenvolvimento desta tese. Baseamo-nos em Hall (1997, p. 33), para quem a Cultura é "a soma de diferentes sistemas de classificação e diferentes formações discursivas aos quais a língua recorre a fim de dar significado às coisas" e "uma das condições constitutivas de existência de toda prática social, pois esta depende e tem relação com o significado", ou seja, "que toda prática social tem uma dimensão cultural".

Já Muniz Sodré (1981) afirma que a Cultura não é apenas um sistema de comportamentos; ela também abrange o sistema da produção material ou do modo de produção econômico, ideia que está alinhada à concepção de Hall (1997).

Quando falamos sobre as telenovelas, é necessário mencionar Esther Hamburger (2005, p.44), que enfatiza que "assistir a uma novela é incorporar a trama ao cotidiano e de certa forma participar da dinâmica social que vai definindo os rumos da narrativa". Seja acompanhando em casa, no transporte público, na hora da exibição televisiva em rede ou em qualquer outro horário, via aplicativo (ou site), as pessoas que assistem à novela associam-se a um coletivo, fazem parte de uma narrativa e desempenham um papel social nesse grupo, estando assim habilitadas a participar das trocas culturais.

Aplicativos também permitem que as pessoas conversem, em tempo real, sobre o que estão assistindo (em qualquer suporte) da programação da televisão. É o que chamamos de experiência de TV Social, ou seja, aquela em que há o compartilhamento entre pessoas, de forma remota, dos conteúdos veiculados pelas emissoras de televisão, independentemente de serem estes incorporados - ou não - ao aparelho de televisão. (FECHINE, 2017, p. 4).

Em realidade, a TV sempre foi social (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. ix) e falar sobre o que assistimos na televisão não é um comportamento inédito ou inerente às novas mídias. Já fazíamos isso antes, o que mudou é a facilidade e o alcance das nossas falas. Não precisamos nos deter mais a quem é do nosso círculo social ou está próximo geograficamente. Podemos falar com quem se interessa pelo formato ou tema do programa, independentemente de quem sejam e onde vivam essas pessoas.

Entender essas novas dinâmicas, das quais sou adepta e entusiasta, era algo que já me inquietava em 2015, quando iniciei o Doutorado (no Programa de Pós-

Graduação) em Processos e Manifestações Culturais, associada à linha de pesquisa Linguagens e Processos Comunicacionais. No Mestrado, concluído em 2011, também vinculada a essa linha de pesquisa, estudei a relação entre as personagens protagonistas das produções teledramatúrgicas brasileiras e o contexto histórico. Hoje vejo que comecei olhando para o passado, por acreditar que ele ajuda a entender o presente e a nortear o futuro.

Em oito anos de pesquisa acadêmica junto à pós-graduação, busquei enfatizar que fenômenos comunicacionais do passado e contemporâneos, como o hábito de assistir telenovela e a adesão a formas de comunicação como as mediadas por computadores e dispositivos eletrônicos, constituem-se como elementos culturais brasileiros, assim como relacioná-los com a história e a linguagem: são as três áreas de estudo que, convergidas, orientam a interdisciplinaridade do PPG em Processos e Manifestações Culturais.

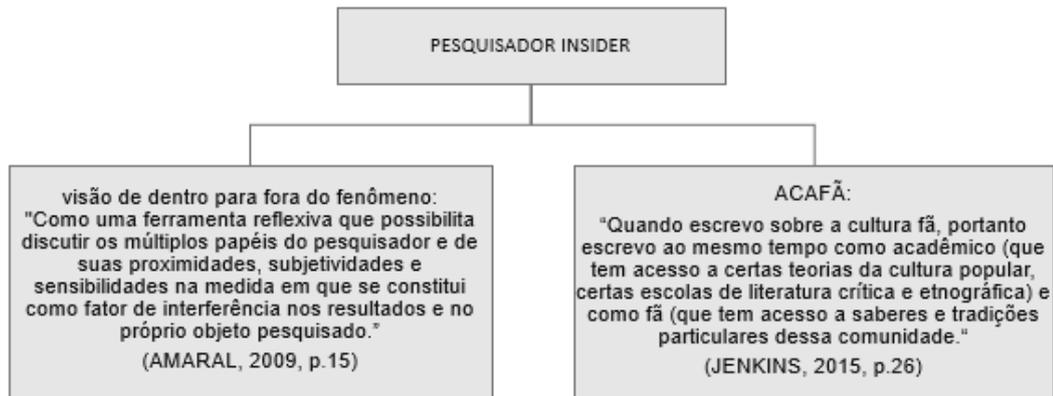
A interdisciplinaridade também se manifesta no meu perfil profissional: sou jornalista e há 20 anos trabalho com produção de conteúdo para diferentes plataformas, como jornal impresso, rádio, televisão, e nos últimos sete anos, para a internet. Acompanhei a chegada das novas tecnologias de comunicação e o surgimento das novas formas de consumo de entretenimento e informação, assim como dos sites de redes sociais<sup>2</sup>, sempre como usuária e entusiasta destas novas formas de ver e compreender o mundo que nos cerca, os contextos em que as coisas acontecem e a forma como nós, seres humanos, nos apropriamos de cada novidade tecnológica inserida em nosso dia a dia.

As relações profissionais e acadêmicas que esta pesquisadora mantém com os elementos constitutivos deste estudo – as telenovelas, as novas tecnologias e o site de rede social Twitter – permitem que se coloque na posição de *pesquisadora insider*, como explica a Figura 1:

---

<sup>2</sup> Sites de Redes Sociais (SRS) são "plataformas de comunicação em rede cujos participantes (1) possuem perfis de identificação única que consistem em conteúdos produzidos pelo usuário, conteúdos fornecidos por outros usuários e/ou dados fornecidos pelo sistema; (2) podem articular publicamente conexões que podem ser vistas e cruzadas por outros; (3) podem consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerados por usuários fornecidos por suas conexões no site". (ELLISON; BOYD, 2013, p. 158).

**Figura 1 – detalhamento do conceito de pesquisador insider**



**Fonte: elaborada pela pesquisadora**

Neste estudo, a interdisciplinaridade manifesta-se por dois ângulos. O primeiro está na relação da Cultura com a Linguagem, sendo esta "um termo geral para as práticas de representação", que tem "uma posição privilegiada na construção e circulação do significado (HALL, 1997, p. 28). A forma particular como as pessoas significam e classificam os objetos não necessariamente é a partir da realidade, mas dos jogos da linguagem e "o que consideramos fatos naturais são, portanto, também fenômenos discursivos". (HALL, 1997, p. 29).

Como segundo ângulo, temos a relação da Cultura e da Linguagem com a Comunicação. A pesquisadora entende que as telenovelas, assim como outras dramatizações televisivas, colocam-se como o suporte de uma nova produção cultural a partir do momento em que a forma como as pessoas assistem a essas produções e interagem com e sobre elas são ampliadas não apenas, mas também, pelo hábito de TV Social. Dessa forma, validamos a ideia da pesquisadora (LOPES, 2011) de que as dramatizações televisivas não são recebidas por um consumidor passivo e que, por isso, podem colaborar com a formação de conceitos e temas de debate dentro das casas e nas comunidades.

Antes de iniciar o desenvolvimento desta tese, buscamos apontar estudos semelhantes ao proposto – que utilizem a Teoria Semiológica para analisar os discursos da audiência da telenovela adepta de TV Social, publicados no Twitter em tempo real à exibição dos capítulos -, visando identificar seu ineditismo. Considerando-se que o objeto de análise do presente estudo está cercado por três macrotemas – telenovela brasileira, TV Social e Twitter – optamos por buscar, nos bancos de dados selecionados (Catálogo de Teses e Dissertações da Capes;

Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações do IBICT; Google Acadêmico e Obitel Brasil<sup>3</sup>), apenas por trabalhos nacionais, o que não exclui o uso de publicações estrangeiras na fundamentação teórica. A pesquisa abrangeu um período de seis anos, 2012 a 2017, entendido como ideal para este tipo de levantamento por ser considerado como o espaço temporal adequado para indicação de atualidade dos estudos.

No levantamento, foram incluídos termos relacionados à temática da pesquisa proposta: *Twitter* (enquanto suporte das mensagens), *telenovelas* (e também *narrativas seriadas televisivas*) e *TV Social* (enquanto movimento cultural, tem como termos relacionados *Social TV*, *Segunda Tela* e *Múltiplas Telas*, conceitos que serão apresentados no decorrer da pesquisa). A partir do termo *Twitter*, realizamos os refinamentos de busca visando reduzir o número de trabalhos e qualificar o material analisado.

A primeira pesquisa foi realizada no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes<sup>4</sup>. Iniciou-se com a busca por "TV Social", a qual resultou em 20 trabalhos de 2012 a 2017. Entre eles, encontram-se estudos sobre telenovela, seriados norte-americanos, reality shows, programas jornalísticos. Na segunda busca, usando o termo "Twitter", foram encontradas 368 pesquisas que versam sobre temas como produção artística na rede social, posicionamento político, predição de questões de saúde pública, aplicação da metodologia de Análise de Redes Sociais, entre outros não relacionados ao que esta tese aborda.

As teses e dissertações cuja análise têm aproximação com esta pesquisa estão listadas no Apêndice A. Entre elas, não foi identificado estudo que analise, a partir da Teoria Semiollingüística, o discurso dos adeptos de TV Social durante a audiência de telenovela brasileira.

A consulta ao acervo da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações<sup>5</sup> foi dividida em duas etapas. Na primeira, buscou-se o termo *TV Social*, que apontou 607 publicações entre 2012 e 2017; para refinar a busca, inserimos o termo *Twitter*, totalizando 143 trabalhos. Uma segunda pesquisa usou o termo *telenovela* e resultou 152 teses e dissertações; ela foi refinada com a inclusão do termo *TV Social*,

---

<sup>3</sup> O Obitel (Observatório Íbero-Americano da Ficção Televisiva) reúne grupos de pesquisa sobre ficção televisiva e publica, desde 2011, anuários com os resultados das pesquisas sobre ficção televisiva nos 12 países participantes do projeto.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/>>. Acesso em: 26 dez. 2018.

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/vufind/>>. Acesso em: 26 dez. 2018.

chegando a 36 estudos. Os trabalhos alinhados à temática desta pesquisa estão detalhados no quadro apresentado no Apêndice A.

O terceiro levantamento para verificar o ineditismo e a relevância deste estudo foi realizado na base de dados do Google Acadêmico<sup>6</sup>. Na primeira busca, identificamos 19.800 trabalhos com o termo *Twitter*. Associamos o termo *TV Social* para refinar a busca, chegando a 91 textos. Nesse corpus, buscamos as publicações que relacionassem os dois termos a narrativas ficcionais seriadas de televisão e telenovela. A pesquisa pelo termo *telenovela* resultou em 4.160 textos. No primeiro refinamento proposto, incluímos o termo *TV Social* (111 trabalhos) e, na sequência, o termo *Twitter* (78 itens). Percebemos, aqui, que o uso do termo *telenovela* não impede a associação a outros gêneros, como jornalismo e seriados. Os seis novos trabalhos alinhados à temática desta tese identificados no Google Acadêmico estão detalhados no Apêndice A.

Como último levantamento das produções científicas sobre narrativas ficcionais seriadas no Brasil, analisamos as publicações feitas pelo Obitel a partir de 2012. Além dos anuários disponíveis no site do grupo, os quais trazem reflexões sobre o contexto anual das produções televisivas, foram analisados os dois livros organizados por Maria Immacolata Vassallo de Lopes, coordenadora do grupo no Brasil, os quais trazem artigos científicos e resultados de pesquisas acerca da temática.

Na consulta ao acervo do Obitel, identificamos o artigo que mais se aproxima da proposta desta tese: um estudo sobre a recepção de narrativas ficcionais nas redes sociais no qual Jacks e Pieniz (2015)<sup>7</sup> buscam compreender a cultura participativa nas plataformas digitais a partir da participação dos receptores, em relação à *Passione* (2010), *Avenida Brasil* (2012) e *Império* (2015) pelo monitoramento de postagens da audiência no Twitter. O trabalho se diferencia desta tese por não considerar as “falas” dos sujeitos comunicantes a partir da Teoria Semi linguística.

---

<sup>6</sup> O Google Acadêmico indexa artigos publicados em periódicos; publicações de grupos de pesquisa; teses e dissertações disponibilizadas pelos sites das instituições de ensino; e anais de eventos. Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2018.

<sup>7</sup> JACK, Nilda; PIENIZ, Mônica (coord). Telenovelas em redes sociais: enfoque longitudinal na recepção de três narrativas. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2015. p. 281-317.

O *Anuário Obitel 2018*<sup>8</sup> traz uma análise completa da repercussão de *A Força do Querer*, incluindo seu desempenho nos sites de redes sociais, em especial o Twitter. O estudo, produzido por Lopes e Greco (2018), analisa toda a produção teledramatúrgica brasileira e destaca a novela que origina o objeto desta tese por ter sido ela a de maior audiência (Ibope) e relevância (online), como será detalhado no capítulo 4. Os estudos alinhados à temática desta pesquisa que foram identificados nas publicações do Obitel estão listados no Apêndice A.

Nos quatro levantamentos também identificamos estudos que associam o tema TV Social por diferentes ângulos, como seriados estrangeiros; as práticas das emissoras; questões de gênero; consumo; história da telenovela; publicidade e merchandising social; política; hábitos de consumo de mídia na classe C; identidade e representação; sociologia; racismo; monitoramento de redes sociais; jornalismo; religião e trabalho.

A análise apresentada mostra que, apesar de existirem estudos que relacionam as telenovelas ao movimento de segunda tela (TV Social), não há um que analise explicitamente o que é dito pelos adeptos de segunda tela no Twitter durante a recepção deste produto midiático em específico em tempo real. Desta forma, percebemos a necessidade do desenvolvimento desta tese, que considerará como objeto de pesquisa os discursos da audiência da telenovela adepta de TV Social publicados no Twitter em tempo real à exibição dos capítulos.

Buscamos, nessa tese, responder ao nosso problema de pesquisa: “o que os adeptos da TV Social que interagem no Twitter durante a transmissão de uma telenovela conversam e de que forma seus discursos são construídos?” e atender ao objetivo geral, que é “analisar os discursos da audiência da telenovela adepta de TV Social publicados no Twitter em tempo real à exibição dos capítulos”.

Cada um dos objetivos específicos deste estudo tem uma hipótese a ser comprovada ao longo da pesquisa, como mostra o Quadro 1:

---

<sup>8</sup> LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). *Ficção televisiva Ibero-Americana em plataformas de vídeo on demand*: Anuário Obitel 2018. Porto Alegre: Sulina, 2018.

**Quadro 1 - Objetivos específicos a serem alcançados por este estudo e suas hipóteses**

OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESE
a) definir e caracterizar telenovela, TV Social e Twitter, assim como compreender seus papéis na comunicação contemporânea;	a) independente das novas tecnologias, a audiência acompanha as telenovelas em tempo real à exibição dos capítulos na tv, mesmo que a audiência e as conversas ocorram em diferentes suportes;
b) compreender a Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso e aproximar a metodologia dos estudos relacionados à TV Social e consumo, em tempo real, de narrativas ficcionais televisivas;	b) a partir do entendimento da metodologia, é possível elaborar um quadro conceitual para aplicação sobre o corpus coletado, no qual as postagens sobre a telenovela publicadas durante sua transmissão são entendidas como uma segunda emissão, por serem criadas a partir da exibição do capítulo na TV;
c) identificar os sujeitos comunicacionais envolvidos no ato de comunicação que ocorre no Twitter (e seus papéis nesse ato) e o contrato de comunicação que eles estabelecem com o produto midiático, o suporte comunicacional e entre pessoas;	c) além de definir os papéis dos sujeitos no ato de linguagem que ocorre no Twitter, mostra-se necessário visualizar e compreender também o ato de linguagem que dá origem a essas publicações, o qual inclui a produção e exibição da telenovela em tv aberta;
d) analisar as visadas discursivas a partir dos posts publicados durante a transmissão da telenovela <i>A Força do Querer</i> .	d) é possível identificar intencionalidades que remetam às quatro visadas discursivas - prescritiva, informativa, incitativa e <i>pathos</i> - nos tweets publicados durante a assistência da telenovela.

**Fonte: elaborado pela pesquisadora**

Defendemos como tese, neste trabalho, que “o crescimento da audiência dos Sites de Redes Sociais, como o Twitter, e do uso de outras plataformas de consumo de vídeo, não diminuiu a penetração e a relevância dos programas de TV com foco em entretenimento, como as novelas. Em um novo contexto comunicacional, mídia tradicional e novas mídias se retroalimentam e dialogam em um duplo ato de linguagem que surge pela TV Social e revela, discursivamente, uma audiência que fala nos SRSs sobre a teledramaturgia a que assiste e que se engaja enquanto coletividade”.

Acreditamos que esta tese contribui com a ciência a partir do momento em que utiliza a interdisciplinaridade inerente ao PPG em Processos e Manifestações Culturais para compreender, discursivamente, a adesão à TV Social enquanto novo fenômeno comunicacional, que amplia o já existente hábito brasileiro de conversar sobre as telenovelas, considerando-se que tanto a produção e veiculação de novelas quanto a sua repercussão junto à audiência são consideradas características culturais brasileiras. Ao mesmo tempo, ela busca enfatizar que a chegada de uma nova plataforma de mídia não representa o fim das plataformas já existentes; pelo contrário,

abre novas possibilidades de posicionamento, as quais podem não apenas ser analisadas pela Academia, mas também – e principalmente – podem ser estudadas e aplicadas por profissionais do marketing e da comunicação.

A pesquisa pode ser considerada explicativa, pois busca ir além do registro e da interpretação dos fenômenos estudados (PRODANOV; FREITAS, 2013) pela identificação de fatores que auxiliem a explicar o porquê dos fatos (GIL, 2010); e descritiva, por usar técnicas padronizadas de coleta de dados, como a observação sistemática, para analisar um fato, suas características, natureza, causas e as relações com outros fatos. (PRODANOV; FREITAS, 2013). O corpus deste estudo é uma amostra do tipo não-probabilística, cujos elementos são coletados de forma intencional pela pesquisadora, visando formar um subgrupo constitutivo do todo passível de análise.

O estudo está dividido em quatro partes. As duas primeiras destacam a revisão bibliográfica, etapa que objetiva “colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto pesquisado”. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54).

Na primeira parte, são apresentados os principais conceitos e características de gêneros do discurso e ficcionais (BAKHTIN, 2011; DUARTE, 2004; CAMPOSTOSCANO, 2009 e SOUZA, 2015); narrativa (REUTER, 2011; BARTHES, 2011); a história da teledramaturgia, com destaque para a contemporaneidade (FERNANDES, 1997; MATTOS, 2002; REIMÃO, 2004; MALCHER, 2009; BRANDÃO; BECKER, 2010; FECHINE; FIGUEROA, 2010, além das publicações do Obitel Brasil organizadas por Maria Immacolata Vassalo de Lopes); e TV Social e Twitter (DUARTE, 2004; LEMOS; LEVY, 2010; SANTAELLA; LEMOS, 2010; FERRARI, 2015).

O segundo capítulo apresenta a perspectiva teórica que norteará os estudos desta tese, incluindo a Teoria Semiociológica de Análise do Discurso, a qual trata dos conceitos de ato de comunicação, sujeitos comunicacionais (e seus papéis neste ato de comunicação), o contrato de comunicação propriamente dito e as visadas discursivas. Partimos dos estudos do pesquisador francês Patrick Charaudeau para nortear esta parte da tese e agregamos a eles as reflexões de outros estudiosos da Semiociologia (MACHADO, 2012, 2013, 2015; FREITAS, 2017; BRANDÃO, 2012).

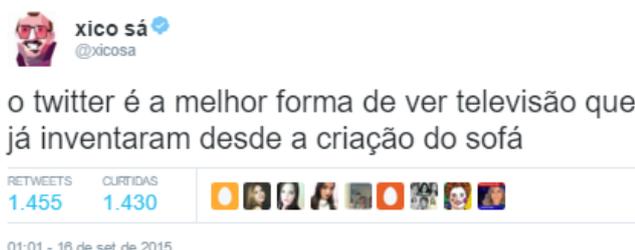
O terceiro capítulo aponta a trajetória da pesquisa, incluindo as escolhas metodológicas (PRODANOV; FREITAS, 2013), o percurso da pesquisa e as

categorias teóricas e metodológicas que conduzirão a análise. Ao final, é apresentado o produto midiático que dá origem e fomenta a existência do objeto de estudo desta tese: os tweets publicados pela audiência adepta de TV Social, durante a exibição de capítulos da novela *A Força do Querer* (exibida de 3 de abril a 21 de outubro de 2017), pré-selecionados pela pesquisadora. Optou-se por esse produto midiático por ser uma novela da Rede Globo (emissora brasileira de TV aberta de maior audiência e alcance em total de domicílios no Brasil) do horário das 21h (faixa de programação conhecida como a da "novela das oito", que tem o custo publicitário mais caro da TV brasileira). (GRUPO DE MÍDIA, 2017).

O capítulo quatro apresenta a análise do corpus, que é uma amostragem do tipo não-probabilística (PRODANOV; FREITAS, 2013) dos tweets publicados durante a audiência da telenovela *A Força do Querer*. Para a delimitação do corpus, optou-se por coletar os tweets que contivessem #AForçaDoQuerer (hashtag oficial da telenovela), publicados entre 21h e meia-noite de quatro dias: dois na semana de estreia (segunda-feira e sábado, dias 3 e 8 de abril) e dois na última semana de exibição (segunda-feira e sexta-feira, último capítulo, dias 16 e 20 de outubro). Foram coletados 856 tweets, sendo 456 no primeiro período e 400 no segundo período. A análise objetiva compreender como a audiência adepta de TV Social entende o início e o fim da telenovela, quais assuntos destaca (ou não) em suas publicações online e como se refere à telenovela em diferentes contextos.

Na sequência, as considerações finais trazem as principais reflexões da pesquisadora e as descobertas que surgiram ao longo dos quatro anos de estudo para o desenvolvimento deste trabalho de tese, assim como as dificuldades encontradas e as novas possibilidades que surgem a partir dos conteúdos aqui desenvolvidos.

## 2. NARRATIVA E GÊNERO, TELEDRAMATURGIA NO BRASIL E TV SOCIAL: UM EMARANHADO QUE SE DESENROLA EM *REAL TIME* NO TWITTER



9

Esta pesquisa tem como objeto de estudo as interações entre os adeptos de TV Social no Twitter sobre programação televisiva, com foco em telenovela. O título deste capítulo faz referência a uma frase da autora de telenovelas Janete Claire, que afirmou que “a novela é um novelo que vai se desenrolando aos poucos”. É isso que se pretende: desenrolar os fios conceituais sobre gênero do discurso, gênero ficcional e narrativa, visando compreender os elementos envolvidos neste estudo; contextualizar o desenvolvimento da teledramaturgia brasileira em paralelo à história da televisão no País para abordar a contemporaneidade e, ao final, apresentar o movimento de TV Social, cujo entendimento faz parte desta investigação, além do Twitter enquanto espaço das interações que serão analisadas.

Para tratar sobre gêneros do discurso e ficcionais, optamos por Bakhtin (2011), Duarte (2004), Campos-Toscano (2009) e Souza (2015), enquanto Reuter (2011) e Barthes (2011) para falar sobre narrativa. A história da teledramaturgia será abordada a partir dos estudos de Fernandes (1997), Mattos (2002), Reimão (2004), Malcher (2009), Brandão e Becker (2010), Fachine e Figueroa (2010), entre outros autores, além das publicações do Obitel Brasil organizadas por Maria Immacolata Vassalo de Lopes. Por último, a TV Social e Twitter serão estudados a partir de Duarte (2004), Lemos e Lévy (2010), Santaella e Lemos (2010), e Ferrari (2015), entre outros.

Na primeira parte deste capítulo, que inicia a seguir, faz-se a conceituação e caracterização da narrativa, que são elementos essenciais para atingir ao proposto por esta tese.

---

<sup>9</sup> Twitter, SÁ, Chico. *o twitter é a melhor forma de ver televisão que já inventaram desde a criação do sofá*. 16 set. 2015. Twitter: @xicosa. Disponível em: <<https://twitter.com/xicosa/status/643997993675395072>>. Acesso em: 26 set. 2017.

## 2.1 A ESTRUTURA DA NARRATIVA

Este estudo inicia pela compreensão da narrativa, pois entende-se que para realizar o que esta tese se propõe - analisar discursivamente os *tweets* referentes à telenovela *A Força o Querer* – é necessário primeiro entender o contexto da produção e análise de uma narrativa.

Na *Introdução à análise estrutural da narrativa*, Roland Barthes (2011, p.19) afirma que a narrativa está para as pessoas assim como a vida: ela é universal e faz parte da cultura de todos os povos "em todos os tempos" e é, inclusive, apreciada interculturalmente. Além disso, este teórico destaca que

A narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou pela mistura ordenada de todas essas substâncias; está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, na epopeia, na história, na tragédia, no drama, na comédia, na pantomima, na pintura (recorde-se a Santa Úrsula de Carpaccio), no vitral, no cinema, nas histórias em quadrinhos, no *fait divers*, na conversação. (BARTHES, 2011, p. 19).

Ao falar sobre análise da narrativa, o primeiro ponto que Yves Reuter (2011) menciona é a necessidade de diferenciar o enunciado (produto acabado, fechado em si) da enunciação (produto que tem relação com o ato de comunicação, uma intenção de produção e condições de recepção).

Assim, pode-se entender o produto textual telenovela como um enunciado no sentido de organização textual, constituição da forma e organização dos conteúdos; e, ao mesmo tempo, é uma enunciação, pois é escrita, divulgada e destinada a alguém, elementos com uma constituição mais sociológica e psicológica.

Reuter (2011) também enfatiza que uma análise interna da narrativa só é interessante quando se articula, em algum momento, com outras teorias<sup>10</sup>, ato que permite uma interpretação mais avançada como a que buscamos neste estudo.

Ainda em relação à narrativa, Reuter (2011) afirma que o realismo de uma narrativa é um efeito do real. O pesquisador destaca que há diferenças entre a ficção (mundo da história, que só existe no texto) e o referente (o mundo real - ou imaginário - e as categorias de apreensão do mundo que estão fora da narrativa).

---

<sup>10</sup> Pinto (2011) afirma que teoria é a forma que devem ter um modelo (como o linguístico) que seja usado como instrumento metodológico de transformação de uma linguagem factual (objeto) na linguagem do conhecimento (interpretação).

A personagem (ou agente da ação) também é um elemento constitutivo da narrativa que, segundo Barthes (2011), na análise estrutural da narrativa não se resume a um "ser", mas a um "participante" da narrativa. "Em suma, cada personagem, mesmo secundário, é o herói da própria narrativa" porque, como afirma Barthes (2011, p.45) ao citar Bremond, cada personagem é agente de sequências de ações inseridas pelo autor.

A partir desses conceitos entendemos que uma telenovela pode ser definida como uma narrativa ficcional porque, por mais que sua história se passe na contemporaneidade e possa ser, conforme os objetivos do autor, baseada em fatos reais, ela é a representação da realidade em formato audiovisual, elaborada a partir da visão de mundo de um grupo de pessoas (autor, produtores, colaboradores, elenco, diretor, figurinista e todas as pessoas envolvidas na produção de uma telenovela).

Entendida a questão da narrativa, torna-se necessário compreender os gêneros discursivos e ficcionais, o que se faz na sequência.

## 2.2 GÊNEROS DISCURSIVOS E FICCIONAIS

A partir da temática da narrativa vem a necessidade de conceituar os gêneros do discurso, os quais nortearão, na sequência, o entendimento dos conceitos de gênero e formato da programação televisiva.

Ao tratar os gêneros discursivos, Mikhail Bakhtin (2011) não elabora uma tipologia; ele se apoia em critérios funcionais para fazer a distinção entre o que denomina de gêneros primários (mais simples, se constituem em uma comunicação discursiva imediata, no âmbito da ideologia do cotidiano, não formalizadas ou sistematizadas) e gêneros secundários (surgem a partir de uma comunicação cultural mais complexa, ligada a ideologias formalizadas e especializadas, que, depois de constituídas, manifestam-se pelas interações sociais, incluindo as comunicações artística, científica, religiosa e jornalística, entre outras). (BAKHTIN, 2011).

Neste sentido, Ana Lúcia Campos-Toscano (2009, p. 31) afirma, a partir dos estudos sobre Bakhtin, que por estar inserido em um contexto espaço-temporal, o gênero faz parte de uma produção que está em constante movimento, assim "como diálogo não está só entre os sujeitos da comunicação, mas também entre textos, entre discursos".

Campos-Toscano (2009) aponta que, nos estudos de Bakhtin, a relação entre os gêneros do discurso, a produção humana e a comunicação afeta a concepção de gênero, que se manifesta de uma forma mais estática e rígida quando se fala dos gêneros literários; os gêneros do discurso explicitados por Bakhtin estão mais próximos da dinamicidade que advém das diversas possibilidades de atividade do homem.

Essa dinamicidade e amplitude remetem à heterogeneidade dos gêneros do discurso, que podem ser alterados ao longo dos tempos, de acordo com a época em que estão inseridos, o que acarreta mudanças no diálogo intersubjetivo.

A ampliação popular acarreta em todos os gêneros (literários, científicos, ideológicos, familiares, etc.) a ampliação de um novo procedimento na organização e na conclusão do todo verbal e uma modificação do lugar que será reservado ao ouvinte e ao parceiro, etc., o que leva a uma maior ou menor reestruturação e renovação dos gêneros do discurso. (BAKHTIN, 2011, p. 286).

Entendida a relação dos gêneros do discurso com a contemporaneidade e com a dinamicidade de sua constituição, pode-se analisar e buscar o entendimento de dois conceitos que estão totalmente associados à programação televisiva: gênero e formato. Souza (2015) divide a caracterização da programação televisiva em três níveis.

O primeiro nível é a categoria, que é a separação dos programas em grupos os quais têm relação com seus objetivos (ou funções). É na categorização que se inicia o processo de identificação do produto televisivo.

No segundo nível, o gênero é a segmentação de programas televisivos por estilo, forma, proposta e outros aspectos.

Em televisão, quando falamos em gênero, referimo-nos a algo mais do que simplesmente os temas das histórias - românticas, policiais, cômicas, suspense etc. Se no cinema os gêneros criam leis próprias, em televisão, acrescentamos a cada gênero durações específicas e parâmetros de produção próprios o que estamos observando no formato unitário, que poderia ultrapassar uma hora de duração. (BRANDÃO, 2010, p. 41-42).

O formato (terceiro nível) é a identificação da forma e do tipo da produção de um gênero de programa de televisão, sendo que um mesmo gênero aceita diferentes formatos.

A partir de Martin-Barbero (1997), Duarte (2004, p. 50) destaca que, para a televisão, o conceito de gênero está distante do de gênero literário. Na programação

televisiva, um gênero é "uma estratégia de comunicabilidade, de promoção e leitura, e é como a marca dessa comunicabilidade se faz presente e analisável no texto". Dessa forma, o gênero ocupa um lugar exterior à obra a partir do qual o sentido da narrativa é produzido e consumido. (LOPES; GRECO, 2016).

Duarte (2004) remete aos gêneros discursivos de Bakhtin e à Análise do Discurso francesa ao indicar que o gênero, enquanto estratégia de comunicação, faz parte do contrato que existe entre o produtor do conteúdo transmitido e a audiência, o qual "através de uma promessa, busca fazer o telespectador aderir ao jogo comunicativo". (DUARTE, 2004, p. 49-50).

Além do gênero, são elementos deste contrato o subgênero e o formato do produto, como explica Duarte (2004, p. 67):

- 1) gênero - macroarticulação de categorias semânticas que podem abrigar um amplo conjunto de produtos televisivos. Na televisão, é uma abstração de ordem virtual que funciona como "substância de uma forma que sobre ele se projeta, decorrente da articulação entre subgênero(s) e formato(s)";
- 2) subgênero - da ordem da atualização, reúne uma pluralidade de programas;
- 3) formato - é o que diferencia os programas reunidos no subgênero e, por isso, refere-se à ordem da realização.

Duarte (2004) organizou os três elementos em um quadro, que sintetiza tanto os conceitos de cada elemento quanto sua aplicação (Quadro 2):

Quadro 2 – definição de gênero, subgênero e formato

Referência	Gênero (ordem da virtualidade)		Subgênero (ordem da atualização)		Formato (ordem da realização)	
	Planos da realidade	Regime de crença	Tipos	Tom principal	Especificação	Tons Complementares
1. Real – mundo natural, exterior à mídia  2. Natural – mundo artificial, paralelo, produzido no interior do próprio meio	1) Meta-realidade: relação de correspondência direta entre real e discurso - compromisso com a veracidade, fidelidade ao relato 2) Supra-realidade: - relação indireta de semelhança entre real e discurso - compromisso com a coerência interna do relato 3) Pára-realidade: - relação de substituição/equivalência entre o real paralelo e o discurso; - compromisso com a exibição, com a exposição, como se o exibido substituísse o relato.	Verodificação, verossimilhança plena e multivisibilização	telejornal documentário reportagem entrevista talk show debate plantão de notícias etc telenovela minissérie seriado etc reality show alguns talk shows	? ? ?	Bom Dia Brasil Hoje Jornal Nacional Jornal da Globo Marília Gabriela Globo Repórter Jô Globo Rural etc Celebridade Da cor do pecado Cabocla A diarista A grande família Os normais Sob nova direção Big Brother Acorrentados Alta tensão No limite	? ? ?

Fonte: Duarte (2004, p. 88)

Percebe-se, a partir do Quadro 2, que os gêneros propõem um tipo de relação com o mundo, oferecendo ao telespectador um certo plano de realidade. Já os subgêneros e formatos configuram essa realidade, estruturando essas categorias e permitindo sua manifestação. (DUARTE, 2004).

Segundo Souza (2015), a programação da televisão aberta brasileira pode ser dividida em cinco categorias: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros, nas quais são distribuídos os gêneros de produtos televisivos.

O gênero telenovela está na categoria "entretenimento", junto com séries, minisséries e seriados; programas de auditório, variedades, culinária e esportivos; exibição de filmes, docudramas e desenhos animados; e *reality* e *quiz shows*, entre outros.

As telenovelas são produzidas e consumidas em formato de capítulos, os quais têm como objetivo conquistar a audiência e estimulá-la a assistir continuamente ao programa, fazendo com que se envolva com a trama. O recente hábito do consumo em múltiplas telas - assistir à novela enquanto conversa ou publica comentários ou opiniões em sites de redes sociais - colaborou para que as ficções seriadas possam ser incluídas no formato interativo, pois a audiência é estimulada a participar, usando as hashtags oficiais divulgadas pelas emissoras.

A compreensão dos conceitos de gênero do discurso e gêneros e formatos televisivos permite direcionar este capítulo para os conceitos, história e características da teledramaturgia nacional, com foco em telenovela, o que se faz a seguir.

## 2.3 TELEDRAMATURGIA E TELEVISÃO: 68 ANOS DE MUDANÇAS

Compreendidos estes conceitos iniciais, partimos para uma revisão sobre a história da televisão no Brasil. Na primeira parte, apresentaremos uma breve síntese sobre os primeiros 60 anos da história da telenovela. Optamos por dividir o período por décadas, o que orienta na elaboração de um panorama geral das mudanças ocorridas nos períodos, tanto tecnológicas quanto comportamentais<sup>11</sup>. Na sequência, daremos destaque aos oito anos mais recentes (2011-2018), período em que os sites de redes sociais intensificaram e potencializaram a comunicação, e porque é o momento em que a telenovela *A Força do Querer*, objeto analisado neste estudo, foi produzida e transmitida.

### 2.3.1 De 1950 a 2010: da televisão elitista à convergente e digital

A história da televisão brasileira iniciou em 18 de setembro de 1950, quando Assis Chateaubriand inaugurou a TV Tupi de São Paulo. (MATTOS, 2002). Nesse período, a programação era ao vivo e reproduzia os principais produtos do rádio, ou seja, transformava em imagem aquilo que as pessoas tinham o costume de apenas ouvir. Os resultados iniciais do novo produto fizeram com que a publicidade optasse

---

<sup>11</sup> Uma revisão bibliográfica mais aprofundada sobre o tema foi realizada pela autora na dissertação de Mestrado: LOPES, Poliana. *Sassá Mutema: a construção de personagens protagonistas na teledramaturgia, a partir da hermenêutica de profundidade*. 2011. 156 f. Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/2Fb06kD>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

pela televisão, assim como os profissionais do rádio também migraram de veículo. (SAMPAIO, 1984).

A teledramaturgia foi incorporada à programação em 22 de novembro de 1950, quando foi exibido o teleteatro *A Vida Por Um Fio* (IMPrensa, 2010). Já a primeira novela foi *Sua Vida Me Pertence*, transmitida de 21 de dezembro de 1951 a 15 de fevereiro de 1952. (BRANDÃO, 2010).

A primeira década da televisão no Brasil é definida como devido ao contexto do lançamento do produto: na época, uma televisão era três vezes mais cara do que a mais moderna radiola e seu preço era semelhante ao de um carro. O custo do aparelho dificultou a expansão inicial (MATTOS, 2002) e ter uma televisão era sinônimo de status social – muitos que tinham um aparelho compartilhavam a experiência de assistir à programação com seus “televizinhos”. Entretanto, o “elitista” também se refere à própria programação, pois a TV Tupi buscou “afirmar-se como veículo transmissor de uma cultura de caráter elitista, destinada a um público localizado nos dois centros urbanos mais populosos do país: São Paulo e Rio de Janeiro”. (BRANDÃO, 2010, p. 39).

No início dos anos 1960, havia um milhão de aparelhos de TV no País (MATTOS, 2002). É nesta década que a televisão se populariza e vê serem consolidadas as práticas que definiram o “como fazer televisão”. (BERGAMO, 2010).

Em 1960, o Grupo Simonsen inaugurou a TV Excelsior de São Paulo, primeira emissora brasileira a ser administrada nos moldes empresariais de hoje. Ela também foi responsável pelo rompimento com o modo artesanal de fazer TV vigente até então ao valorizar mais os profissionais com salários mais elevados, departamentizar a estrutura de produção, pôr no ar a primeira telenovela diária<sup>12</sup>, introduzir os princípios de horizontalidade e de verticalidade na programação e a incluir programas com linguagem coloquial e temáticas nacionais. (BRANDÃO, 2010; RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010).

A TV Globo, criada por Roberto Marinho, dono do Jornal O Globo (Rio de Janeiro), entrou no ar em 26 de abril de 1965. (IMPrensa, 2010)<sup>13</sup>. Em quatro anos,

---

<sup>12</sup> A primeira foi 2-5499 *Ocupado*. Segundo Fernandes (1997), é ela que origina a dramaturgia horizontal, na qual a telenovela ocupa um horário horizontalizado na grade de programação.

<sup>13</sup> A criação da TV Globo começou a ser tratada em 1962, quando Roberto Marinho assinou contrato com o Grupo Time-Life para a criação da TV Globo. Questiona-se até hoje a participação de um grupo de mídia internacional neste processo, o que seria vetado pela legislação vigente. Entretanto, este estudo não dará conta deste debate, o qual já foi exaustivamente abordado por outros pesquisadores, restringindo-se assim à informação das datas.

em 1969, a emissora consolidou-se como rede nacional, quando começou a transmitir simultaneamente para diferentes Estados por micro-ondas.

Em 1964, quando ocorreu o Golpe Militar, quatro emissoras brasileiras (Tupi, Excelsior, Record e Globo) transmitiam telenovelas, destacando em suas narrativas a linguagem radiofônica e um estilo argentino de fazer novelas, inspirado nos grandes dramalhões. (FERNANDES, 1997).

A partir da militarização, a televisão brasileira colocou-se como difusora das ideologias do governo militar. (MALCHER, 2009). Ao mesmo tempo, lembra Mattos (2002), foi o governo militar o grande responsável pelas inovações tecnológicas que viriam nos anos seguintes, o que seria, segundo esse autor, uma forma de o governo intervir no conteúdo e na qualidade da programação televisiva. As intervenções aumentaram a partir de 1968, quando o regime de exceção instaurado pelo Ato Institucional nº 5 permitiu ao governo opinar mais sobre o conteúdo veiculado na tv, “desaprovaando violência e falta de padrões culturais e buscando o desenvolvimento e a cultura nacional, pela produção de programas locais”. (MATTOS, 2002, p. 92).

O brasileiro apareceu pela primeira vez em uma telenovela quando Ivani Ribeiro, na TV Excelsior, começou a contar histórias fora do estilo folhetinesco e dos dramalhões de Gloria Magadan. (FERNANDES, 1997). Em 1968, a TV Tupi veiculou *Beto Rockefeller* e *Antônio Maria*, novelas que tinham uma linguagem coloquial, diálogos ágeis, ambientação nacional e um andar mais livre da história. (FERNANDES, 1997). *Beto Rockefeller* “é tida como marco fundamental na transição para o completo abasileiramento do gênero e sua configuração como um produto diferenciado das matrizes que a geraram”. (MELO NETO, 1988, p.27).

Na TV Globo, o brasileiro chegou às novelas em 1969, com *Véu de Noiva*, *Pigmalião 70* e *Verão Vermelho* (1969; 1970). Rose Calza (1996, p. 9) destaca que a criação de um padrão Globo de fazer novelas abasileirou o gênero, instituindo uma forma de produzir textos mais próximos do cotidiano, inclusive com a discussão de tabus sociais. Fernandes (1997) destaca que essa “novela brasileira”, com identidade e características próprias, permitiu uma maior aproximação da realidade nacional.

A chegada do videotape, no início dos anos 1970, marcou o início da década da televisão profissional, pois permitiu que a programação fosse gravada e que a telenovela passasse dos estúdios para a rua, para o mundo. (MATTOS, 2002). Esse autor também destaca que a tecnologia colaborou com a estratégia de programação horizontal.

Em 1971, diversas medidas implementadas pela TV Globo colaboraram com o crescimento e a profissionalização da emissora: ela implantou o departamento de pesquisa e análise para planejar a publicidade e adaptar a programação a diferentes gostos (MATTOS, 2002); a definição de cotas de patrocínio, vinhetas de passagem e a implantação de *breaks*<sup>14</sup>; a distribuição horizontal das telenovelas na grade de programação da emissora. (IMPrensa, 2010).

Em 19 de março de 1972, a TV Globo fez a primeira transmissão a cores (IMPrensa, 2010); mas a Bandeirantes foi a primeira emissora com programação em cores. A primeira novela colorida foi *O Bem Amado*, da Globo (1973), que também foi a primeira produção exportada da emissora, no idioma original para Portugal e dublada em espanhol para países da América Latina. (FERNANDES, 1997).

Segundo Mattos (2002), em 1975 a televisão estava em 43% dos domicílios brasileiros; 57% da programação era importada e, dos 43% de produção nacional, 34% eram compostas de matérias estrangeiras veiculadas em produções nacionais.

No fim da década, a Globo mantinha uma programação focada nas camadas socioeconômicas mais baixas, transmitindo novelas, concursos e filmes importados dos Estados Unidos. (MALCHER, 2002). Na época, a emissora produzia 95% da sua programação e exportava para mais de 90 países.

A década de 1980 começou com o fim da TV Tupi, em 18 de julho (MALCHER, 2009). Com o fim do Regime Militar, em 1984 ocorreu a eleição do primeiro presidente civil desde 1964 e, em 1988, foi promulgada a nova Constituição nacional.

Além das questões políticas latentes nessa década, ela também foi marcada pelas novas narrativas e possibilidades ficcionais. Mattos (2002) destaca que foi um período de maior maturidade técnica e operacional das emissoras, que começaram a investir em produções próprias e usando como referência produtos que foram sucesso na época da primeira exibição.

A produção teledramatúrgica da década marcou a história do gênero telenovela e seus produtos se mantêm no imaginário popular até hoje, com personagens como a Viúva Porcina (Regina Duarte) e Sinhozinho Malta (Lima Duarte) em *Roque Santeiro* (1985/1986) ou grandes dúvidas como “quem matou Odete Roitmann?” (Beatriz Segall) em *Vale Tudo* (1988/1989). (MALCHER, 2009).

---

<sup>14</sup> intervalos comerciais.

Nos anos 1980, a Globo sentiu o impacto de produções de outras emissoras, como a TV Manchete e suas *Dona Beija* (1986) e *Pantanal* (1990) – esta última se destacou por levar a linguagem cinematográfica às casas dos brasileiros. (IMPRENSA, 2010).

Becker (2010) destaca que *Pantanal* contou com fatores que seduziram o espectador - como a nova duração dos planos e dos tempos de contemplação, a iluminação diferenciada, o som ambiente e a música pantaneira - e ajudaram a renovar a telenovela brasileira. Os textos nacionais e escritos especialmente para a televisão ajudaram a consolidar o conceito de “produto nacional” para as narrativas ficcionais seriadas, em especial as telenovelas.

A televisão por assinatura, via cabo ou satélite, foi regulamentada em 1994<sup>15</sup>. Segundo Mattos (2002), esta nova opção diluiu a audiência e ajudou a diminuir a influência e a hegemonia das emissoras convencionais. A mudança foi confirmada quando as emissoras apostaram em uma programação mais vulgar e popularesca para atrair as classes C e D no lugar da audiência A e B que migrara para a tv paga.

No sentido oposto à vulgarização da programação, a globalização fomentou tanto o aumento da transmissão e o consumo de produções importadas quanto a exportação de produções nacionais, o que garantiu padrões internacionais de produção às telenovelas e outros produtos midiáticos. (BRITTOS; SIMÕES, 2010).

Entre as novidades da década de 1990, destacam-se os programas interativos com alguma forma de participação do público. O primeiro foi *Você Decide*, lançado pela Rede Globo em 1992, e que tinha o final decidido pela audiência, que votava por telefone ou em ações realizadas pela emissora em praça pública. (MATTOS, 2002).

Em 1999, segundo Mattos (2002), ocorreu o que seria o início da interação entre dois serviços eletrônicos e que seria a base da televisão do futuro. Em maio, a TV Manchete foi vendida para o Grupo Tele TV que no mês seguinte modificou a marca de todos os produtos da empresa e colocou no ar a Rede TV!. (MATTOS, 2002). Em setembro, a emissora firmou parceria com o UOL (Universo Online) para trocas de conteúdos entre os dois grupos.

---

<sup>15</sup> Segundo Mattos (2002), o projeto de lei que regulamentou o serviço de TV a cabo foi aprovado pelo Senado em 1994. O autor comenta que apesar de a legislação brasileira ter sido uma das mais democráticas e avançadas do mundo, não concretizou muitos dos itens previstos, como a regionalização da programação televisiva.

No ano 2000, quando completou 50 anos, a televisão brasileira enfrentou não só a expansão da TV fechada, mas também o aumento das ofertas de entretenimento e a fragmentação da audiência em outros meios e plataformas de entretenimento e informação. (MALCHER, 2009). Por isso, a década entre 2000 e 2010 destaca-se como a da televisão digital e convergente<sup>16</sup>.

Além da criação de novas emissoras, como a TV Brasil<sup>17</sup> e o canal de tv a cabo Viva, cujo conteúdo é focado na reexibição de produções antigas da Rede Globo, o período foi marcado pela digitalização (produção de programação em HDTV<sup>18</sup>), que oferece, além da imagem em alta definição, a mobilidade, a portabilidade e interatividade, como explicam Fechine e Figueroa (2010).

As emissoras passaram a investir na convergência entre televisão e internet,

lançando portais que integram sua programação tanto com conteúdos exclusivos para a web quanto com a produção de outros meios (jornais, rádio). Os melhores exemplos disso são os portais Globo.com, lançado em março de 2000, que integra todo o conteúdo das empresas das Organizações Globo, e o R7.com, um grande portal de jornalismo e entretenimento da Record, no ar desde setembro de 2009. (FECHINE; FIGUEROA, 2010, p. 282).

Esta convergência incentivou a produção de narrativas transmidiáticas<sup>19</sup>, as quais se desdobram em diferentes plataformas, em cada uma com um novo texto, os quais contribuem para o universo ficcional como um todo. Ou seja, os elementos do enredo original são desdobrados em novos pontos de vista e em diferentes plataformas, o que pode ser feito “explorando personagens secundários e/ou complexificando a atuação dos protagonistas a partir de situações e ambientes próprios a cada plataforma tecnológica”. (FECHINE; FIGUERÔA, 2010, p. 284).

De acordo com Jenkins (2011), mais do que “através das mídias” ou “entre diferentes mídias”, a transmidiação é uma forma de falar sobre a convergência como

---

<sup>16</sup> A convergência, segundo Henry Jenkins (2009, p. 27), pressupõe o "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 de experiências de entretenimento que desejam". Mais do que uma relação com consumo de mídia, a convergência trata das "transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais".

<sup>17</sup> Em 2009, o governo federal criou a TV Brasil, rede de televisão pública pertencente à EBC - Empresa Brasileira de Comunicação. (IMPrensa, 2010)

<sup>18</sup> high-definition television (televisão de alta definição)

<sup>19</sup> “Um processo em que os elementos integrantes de uma ficção se dispersam sistematicamente em vários canais de entrega com a finalidade de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada meio faz sua própria contribuição única para o desdobramento da história.” (JENKINS, 2011, tradução nossa). Disponível em: <<http://bit.ly/2SEk9fc>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

um conjunto de práticas culturais. A Rede Globo pode ser considerada exemplo deste tipo de estratégia, pois além de investir na relação entre cinema e televisão<sup>20</sup> (FECHINE; FIGUERÔA, 2010), a emissora passou a colocar no ar um site individual<sup>21</sup> para cada uma de suas produções teledramatúrgicas (REDONDO; MÉDOLA, 2010), o que pode ser entendido como uma extensão da narrativa que garante a integridade do produto e rivaliza com o trabalho amador realizado pelos fãs.

Em 2010, segundo o Ibope, o Brasil atingiu 67 milhões de usuários de internet<sup>22</sup> - que permaneciam conectados duas horas a mais do que a média mundial -, estudo do Obitel 2011 identificou que boa parte deste público já adquirira o hábito de consumir tv, rádio ou cinema pela web, confirmando uma tendência apontada pelos pesquisadores: "não se vê menos tv, os conteúdos televisivos é que se expandem por múltiplas plataformas". (LOPES; MUNGIOLI, 2011, p. 143). Ou seja,

houve mudança de hábitos e usos da televisão, a audiência se pulverizou por outros canais, outros horários. Nos anos 90, a audiência começava a subir às 17h30. Hoje, sobe às 19h e pode atingir seu pico depois das 22h, faixa que, anos atrás, marcava a queda do número de tvs ligadas. Segundo o Ibope, a tendência no futuro será a medição da audiência móvel, cujo alvo será o conteúdo, independentemente da plataforma de veiculação. Isso se dará, principalmente, porque cada vez mais haverá inúmeras telas à disposição do espectador (tv, tablets, celulares, PC) e a tv da sala não será mais o centro da captação da audiência. (LOPES; MUNGIOLI, 2011, p. 137).

Nesse contexto, as emissoras intensificam o uso dos sites das telenovelas e minisséries, buscando novas possibilidades de interatividade das narrativas televisivas na internet, atendendo e unindo "velhas e novas audiências, públicos, usuários, consumidores, 'prosumidores', fãs, ou qualquer outro nome que se queira dar à recepção", (LOPES; MUNGIOLI, 2011, p. 161) que marca a contemporaneidade e a tv multiplataforma e conectada, que será comentada a seguir.

### **2.3.2 Na contemporaneidade, a era da televisão multiplataforma e conectada**

A atual fase da televisão brasileira inicia com duas transformações, sendo a primeira a necessária mudança na representação do público na teledramaturgia. Entre

---

<sup>20</sup> produzindo filmes adaptáveis para o formato de microsséries ou transformando minisséries em filmes.

<sup>21</sup> Com informações sobre capítulos, personagens, entrevistas, matérias sobre o conteúdo e bastidores, créditos (ficha técnica), história e sinopse dos capítulos, galeria de fotos e vídeos e espaço para downloads (de ringtones, papéis de parede para computador, etc). (REDONDO; MÉDOLA, 2010).

<sup>22</sup> Informação disponível em <<https://glo.bo/2TulGnU>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

2003 e 2011, cerca de 40 milhões de pessoas ascenderam economicamente e passaram a fazer parte da classe média (essa nova parcela da população também foi chamado de "nova classe média" ou "nova classe C"). Assim, temos um novo grupo social com necessidade de se sentir representado na mídia, seja nas telenovelas, nos programas de humor ou no jornalismo. (LOPES; MUNGIOLI, 2012).

A nova classe C quer se ver retratada, pelo menos nas “três telas” (TV, celular e computador). Essas experiências novas são, realmente, desafios à ficção, notadamente à telenovela, que deve se reinventar na sua condição de “narrativa da nação” (LOPES, 2003), agora em ambiente transmidiático. (LOPES; MUNGIOLI, 2012, p. 130).

Este novo público consumidor ampliou e potencializou os números brasileiros de acesso à internet. Em 2011, considerado por Lopes e Munglioli (2012) o "ano das redes sociais", o Brasil tornou-se o sétimo maior mercado de internet do mundo (mais de 77 milhões de pessoas com acesso à internet em qualquer ambiente), os brasileiros assumiram o terceiro lugar entre o total de usuários de rede social (85% dos usuários brasileiros têm perfil em alguma rede social) e a expansão da banda larga apontou a internet como a mídia que mais cresce no País. Além disso, o acesso à internet móvel (celulares, tablets e com uso de modem 3G) quase dobrou em relação ao ano anterior, atingindo mais de 40 milhões de novos usuários.

Lopes e Munglioli (2012) destacam que foi em 2011 que expressões como "acompanhem-nos no Facebook, sigam-nos no Twitter, vejam-nos no Youtube" tornaram-se palavras de ordem presentes em todos os lugares, especialmente porque ficou clara a penetração das redes sociais no cotidiano dos brasileiros: com 30 milhões de visitantes únicos, o Facebook triplicou o número de usuários no País em 2011, superando o Orkut.

Ainda assim, no início dos anos 2010, as emissoras apostavam em produtos próprios para acompanhar a tendência da digitalização da audiência. A estratégia da Rede Globo de uso dos sites para ampliar o alcance das telenovelas foi reforçada. Em 2011, a emissora lançou mais de 50 sites e blogs:

os sites das novelas têm números de audiência crescentes. A cada estreia, os recordes de visitas anteriores foram sendo derrubados e novos patamares se estabeleceram. O de “Insensato Coração” cravou o recorde de mais de 3,6 milhões de visitas em um único dia; alcançou a impressionante média de visitas diárias de mais de 1,1 milhão; teve 5,4 milhões de visitantes únicos no mês; e sua média diária de *pageviews* foi de 3,3 milhões. A média de visitas diárias ao site de “Fina Estampa” supera em 58% a sua antecessora, no mesmo período considerado para esta aferição (90 dias iniciais). (KOGUT, 2012, s.p.)

A Rede Globo produziu, em 2011, 29 títulos inéditos de ficção, sendo 10 novelas, 14 séries e minisséries e outros cinco produtos ficcionais (dois docudramas, uma *soap opera*, um telefilme e um quadro ficcional para programa *Fantástico*). As dez novelas da Globo representam 71% do total de telenovelas produzidas no ano. A emissora liderou o ranking dos dez títulos mais vistos em 2011, que incluiu oito novelas e duas séries, "confirmando a preferência dos brasileiros pela longa serialidade". (LOPES; MUNGIOLI, 2012, p. 153).

As oito telenovelas incluídas no top 10 de audiência em 2011 focavam no melodrama, falando sobre relações familiares, vingança, ambição, traição, disputas entre classes sociais, preconceitos raciais e de classe. Entretanto, quando consideramos os desdobramentos das temáticas, percebemos a presença de assuntos que atendem à demanda de representação do novo público consumidor.

Isso aconteceu na inclusão de histórias que se passaram em grandes centros urbanos ou nas que levaram - e representaram - o público em narrativas que se passavam no Centro-Oeste e Nordeste, apresentando suas características e tradições. Nesses contextos, aparecem as discussões sobre proteção ambiental, sustentabilidade e sexualidade(s) – homossexualidade, transexualidade – e novos arranjos familiares, "o que atualiza o gênero, reforça sua importância sociocultural e promove na narrativa o debate de problemas e conflitos atuais". (LOPES; MUNGIOLI, 2012, p. 153).

Entre as novelas de 2011, o estudo do Obitel destacou *Cordel Encantado*, exibida entre abril e setembro daquele ano. Além de altos índices de audiência para o horário (faixa das 18h), a novela obteve grande repercussão na internet (figurou entre os dez itens mais procurados pela audiência brasileira no Google) e nas redes sociais.

A história de *Cordel Encantado* se passa no início do Século XX e fala sobre o amor proibido entre uma princesa e um plebeu: Açucena (Bianca Bin), menina criada por lavradores no Nordeste do Brasil e que se descobre princesa de um reino europeu; e Jesuíno (Cauã Reymond), jovem sertanejo que não sabe que é filho legítimo do

cangaceiro mais famoso da região. O enredo parte de dois temas recorrentes nos poemas de cordel: as lendas do sertão nordestino e o encantamento que a realeza europeia desperta.

*Cordel Encantado* também se destacou por ser uma novela que se apropriou da literatura popular (de cordel), observação que tornou possível uma discussão sobre as aproximações e diferenças entre os dois tipos de linguagem – ficcional televisiva e literária -, destacando a forma como produtos televisivos de massa podem gerar uma maior visibilidade para manifestações populares. (PUHL; LOPES, 2011).

Outro destaque da década foi *Passione*, novela das 21h exibida entre maio de 2010 e janeiro de 2011, que investiu em estratégias *crossmedia* (JACKS, 2011), ou seja, teve seu conteúdo disperso em várias plataformas, sem autonomia em relação à narrativa principal. É o caso das cenas estendidas no site, produzidas exclusivamente para aquele ambiente; o blog sobre moda escrito pela personagem Melina Gouveia (Mayana Moura), que também serviu de espaço para ações de merchandising. Além disso,

*Passione* também foi a primeira novela da Rede Globo a criar perfis oficiais no Twitter. Além de um perfil da própria novela – @passioneoficial –, havia três perfis oficiais de personagens que eram atualizados pela equipe de produção da telenovela: a adolescente Fátima Lobato (Bianca Bin) – @FatimaLobato; o vilão Fred Lobato (Reynaldo Gianecchini) – @FredLobato; e a vilã Clara Medeiros (Mariana Ximenes) – @medeiros\_clara. Esses personagens tuitavam suas rotinas e seu cotidiano, cujas dinâmicas se relacionavam diretamente com os acontecimentos da trama. (OIKAWA; JOHN; AVANCINI, 2012, p. 109).

Segundo o Memória Globo (s/a)<sup>23</sup>, em *Passione* a Rede Globo lançou uma nova plataforma tecnológica na web, a qual permitiu aumentar a interação entre público e tramas, o que ocorria em enquetes e conteúdos colaborativos. Além disso, “foi uma das pioneiras em desenvolver conteúdo exclusivo para o site, antes restrito a reproduzir os capítulos veiculados pela televisão. Os atores de *Passione* gravavam textos exclusivamente para a internet, olhando para a câmera”. (MEMÓRIA GLOBO, s/a).

Como aponta Porcelllo (2015) e percebe-se nesses novos exemplos de conteúdos e preocupações de emissoras como a Rede Globo, nesta fase destaca-se a necessidade que o mercado de comunicação enfrenta em relação ao seu modelo

<sup>23</sup> Informações disponíveis em: <<http://bit.ly/2LQC1kk>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

de negócio. Ambos precisavam se reestruturar devido ao espaço ocupado pelas novas mídias, a exemplo do celular digital.

Quando falamos em sites oficiais e conteúdos oferecidos à audiência, é importante fazer referência ao *Big Brother Brasil*. O *reality show*, transmitido anualmente pela Rede Globo, de janeiro a abril, desde 2002, “acontece’ com força igual paralelamente nas duas mídias (televisão e site), além do serviço *pay per view*. Segundo Kogut (2012, s.p.), o BBB “é o sonho realizado de todo mundo que faz TV agora: que as atrações fiquem no ar para além do seu horário de exibição na TV”.

Segundo o Anuário Obitel 2013, em 2012 mais de 90 milhões de brasileiros tinham acesso à internet; 35 milhões de pessoas acessavam o Facebook (que se tornou a rede social mais acessada do País) e 33 milhões estavam no Twitter (fazendo do Brasil o segundo maior mercado da rede). Lopes e Mungioli (2013) identificaram, na época, o crescente uso das redes para conversações sobre ficções televisivas, em especial as telenovelas. Como exemplo, as autoras citam o último capítulo de *Avenida Brasil*, que ocupou sete das dez primeiras posições nos Trending Topics Brasil e entrou nos TTs mundiais no Twitter.

A telenovela *Avenida Brasil* marcou a história da televisão brasileira no que se refere a índices de engajamento da audiência com a trama ficcional do horário nobre, repercutindo de maneira surpreendente diante do atual contexto de espalhamento das audiências e consumo de conteúdos em multiplataformas. Um dos reflexos desse êxito foi o volume de conteúdos gerados por produtores e usuários sobre a ficção, propagado nas redes sociais, fato que chamou a atenção da imprensa internacional. Na última semana de exibição da novela, as hashtags #avenidabrasil e #oioioi (+ nº do capítulo) ficaram constantemente em primeiro lugar no Trending Topics mundial. (LOPES; MUNGIOLI, 2013).

Lopes e Mungioli (2013) destacam que, além do crescente hábito de assistir a TV e buscar e gerar conteúdos sobre a programação nas redes sociais, o engajamento e a transmídiação do conteúdo ficcional de *Avenida Brasil* foram fomentados pela emissora, que gerou conteúdos para os perfis da emissora e da própria novela em redes sociais e site oficial, os quais poderiam contar com a participação ativa da audiência (Quadro 3).

**Quadro 3 – A ficção transmidiática: tipos de interação e práticas dominantes**

Ficção escolhida	Emisora	Páginas de internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes dos usuários
<i>Avenida Brasil</i>	Globo	Site oficial <a href="http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/">tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/</a>	Visualização interativa em rede	Ativa	Interpretação Compartilhamento Ludicidade Recomendação
		Página de Facebook <a href="http://www.facebook.com/AvenidaBrasilNovela">http://www.facebook.com/AvenidaBrasilNovela</a>	Visualização transmidiática	Criativa	Interpretação Comentário Compartilhamento Recomendação Discussão Celebração Ludicidade Coleção Crítica Paródia Remix
		Twitter Oficial @Globo_AvBrasil	Visualização transmidiática	Criativa	Interpretação Comentário Compartilhamento Recomendação Discussão Celebração Crítica Paródia Remix
		Blog Oioioi	Visualização interativa em tempo real	Ativa	Interpretação Comentário Compartilhamento Discussão
		Loja	Visualização interativa	Ativa	Consumo Recomendação
		Mídia Out of Home	Visualização	Passiva	Interpretação em ônibus e metrô

Fonte: Lopes e Munglioli (2015, p. 153)

O ano de 2014 foi, segundo Lopes e Munglioli (2015), atípico para a audiência televisiva de ficção, pois tanto a Copa do Mundo de Futebol quanto as eleições gerais causaram mudanças na grade das emissoras e, conseqüentemente, redução no total de horas de exibição de ficção.

Algumas telenovelas tiveram o tempo dos capítulos reduzidos e mesmo cancelados, e a telenovela *Geração Brasil* foi interrompida por oito capítulos. Porém, por outro lado, isso deu margem a uma experiência interessante de proposta de ações transmídia por meio do website da telenovela. (LOPES; MUNGIOLI, 2015, p. 122).

Estas novas experiências, assim como o aumento do acesso da população à internet (especialmente via smartphones, cuja penetração atingiu 72% da audiência

online brasileira, aumentando 20 pontos percentuais sobre 2013), colaboraram com o aumento do consumo de ficção via internet e do uso de sites de redes sociais. (LOPES; MUNGIOLI, 2015).

Um dos termômetros usados pelo Anuário Obitel 2015 (LOPES; MUNGIOLI, 2015) para medir e compreender as experiências de consumo de ficção televisiva a partir da internet, foi a prática do *shipping* como forma de relacionamento dos fãs da ficção com as personagens. O termo *ship*, derivado do inglês *relationship*, refere-se à junção parcial dos nomes dos casais de personagens com os quais os fãs mais se identificam. (AMARAL, 2014).

Dessa forma, *shippar* um casal consiste em criar palavras e/ou hashtags com os nomes das personagens, as quais vão identificar e indexar o conteúdo produzido pelos fãs nas redes. Em 2014, o destaque da *shippagem* - que foi, inclusive, fomentada pela Rede Globo em seus canais oficiais - foi o casal #perina, ou seja, Pedro e Karina, protagonistas de *Malhação*. A hashtag do casal chegou a fazer parte do texto da narrativa, em episódio exibido em rede nacional. (LOPES; MUNGIOLI, 2015).

Lopes e Greco (2016, p. 164) afirmam que 2015 é o ano do "rearranjo dos hábitos da audiência e pela adesão definitiva dos produtores às possibilidades de expansão de conteúdo digital, especialmente no sentido de oferecer conteúdo sob demanda". Dados do Ibope Inteligência citados pelos autores destacaram o perfil multitela do brasileiro: 88% dos usuários de internet assistem à TV e navegam na internet ao mesmo tempo, seja por smartphone (65%), computador (28%) ou tablet (8%).

Outro destaque de 2015, segundo Lopes e Greco (2016), foi a consolidação de "nichos" na tv aberta brasileira. *Os Dez Mandamentos* (primeira novela bíblica da TV Record) foi uma das de maior repercussão na tv brasileira. Chegou, inclusive, a liderar a audiência na faixa de horário (20h às 21h30min, ou seja, no horário nobre).

Além de "um movimento de reação de audiência conservadora contra a relação e o beijo homossexual entre duas mulheres de idade avançada, em uma das tramas de *Babilônia* (Globo)" (LOPES; GRECO, 2016, p. 166-167), *Os Dez Mandamentos* indicou a constituição de nichos na televisão aberta, tendência apontada pela primeira vez pelo Obitel no anuário de 2015. Nessa formação, a Record se firmou no nicho religioso; o SBT, no infantil (desde 2012, a emissora exibiu telenovelas para esse público); e a Band, no de novelas turcas.

Em 2016, as tendências apontadas pelos estudos do Obitel nos anos anteriores se acumularam. Dessa forma, o *boom* de plataformas de VoD<sup>24</sup> e a adesão ao uso de múltiplas telas reforçaram o olhar para os conteúdos das tramas. Segundo Lopes e Greco (2017, p. 108), as audiências fragmentadas e a grande oferta de produtos de ficção em diferentes plataformas deixaram mais perceptível "a inovação dos conteúdos ficcionais exibidos e nas suas formas narrativas, que provocam engajamento e fidelidade".

Os dez títulos mais vistos do ano foram produzidos e exibidos pela Rede Globo, sendo oito telenovelas e duas minisséries. Lopes e Greco (2017) destacam que, pela primeira vez, duas produções das 19h (*Totalmente Demais* e *Haja Coração*) e uma das 18h (*Êta Mundo Bom!*) aparecem na tabela como produtos de maior audiência do que títulos das 21h (no caso, *A Lei do Amor*).

O estudo do Obitel referente a 2016 destaca um elemento que foi reforçado em 2017, com *A Força do Querer*: o crescimento da audiência das telenovelas em detrimento das séries e minisséries. De acordo com Lopes e Greco (2017, p.110), "nota-se a perda de espaço por parte das ficções de serialidade curta: em 2014, elas chegaram a ocupar 40% do *top ten*, caíram para 30% em 2015 e, em 2016, tiveram sua participação reduzida a 20%".

A transmidiação ganhou destaque, em 2016, nos *spin-offs*<sup>25</sup> produzidos pela Rede Globo. O *spin-off Totalmente sem Noção Demais*, que foi lançado no Globo Play<sup>26</sup> após o fim da novela *Totalmente Demais*, apresentou o passado da personagem Cassandra (uma das mais populares da trama) dividido em 10 capítulos. O mesmo foi feito no *spin-off A Lenda do Mão de Luva*, que contou detalhes do personagem Mão de Luva, da novela *Liberdade, Liberdade*, divididos em oito episódios. Em *Haja Coração*, o *spin-off* trouxe, pela primeira vez, uma história paralela que complementava capítulos de uma novela ainda no ar: uma personagem dada como morta na trama aparecia viva na internet.

Outro produto da Rede Globo pensado para a transmidiação foi a série *Supermax*: além dos episódios transmitidos semanalmente na tv aberta, um jogo

---

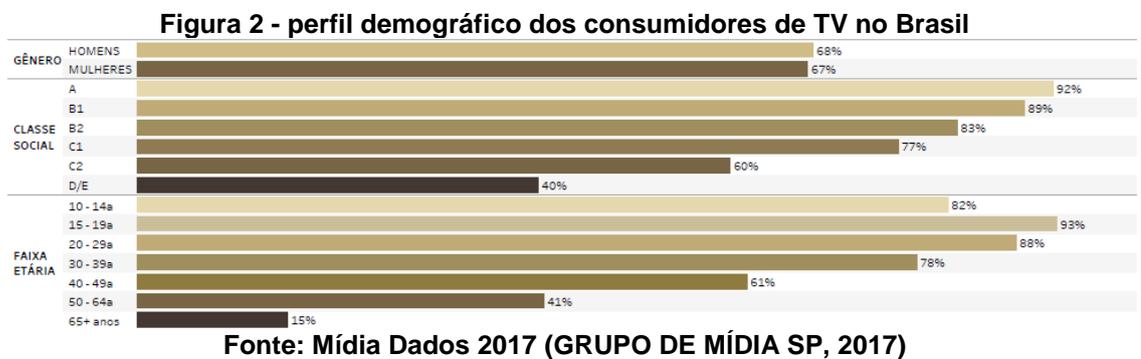
<sup>24</sup> O vídeo sob demanda (*video on demand*, em inglês), é uma solução de vídeo que permite ao assinante escolher diferentes tipos de filmes e programas que estejam disponíveis na plataforma online. São os serviços pagos como Amazon Prime, Netflix e Globoplay.

<sup>25</sup> "Técnica de extensão da história que acrescenta pormenores não abordados na trama principal". (LOPES; GRECO, 2017, p. 113).

<sup>26</sup> Plataforma online de vídeos lançada pela Rede Globo em 2015.

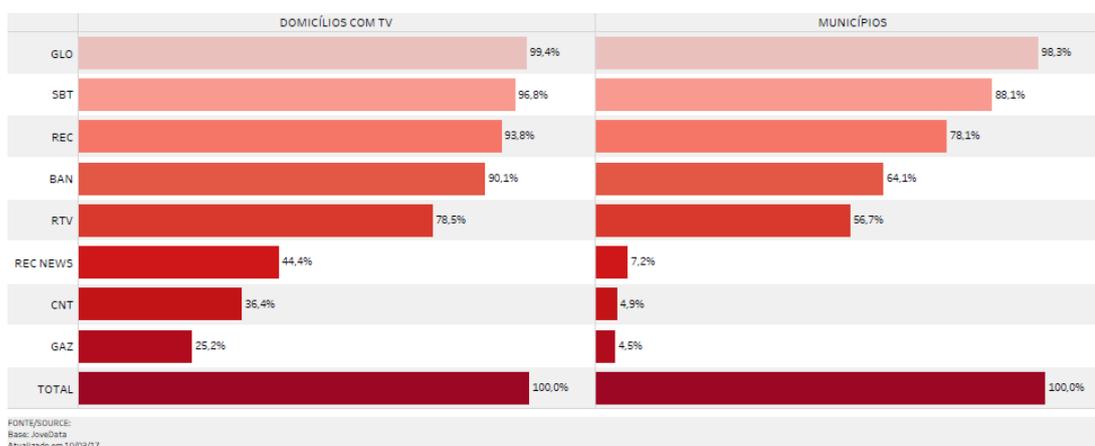
desenvolvido por estudantes tinha uma nova fase liberada a cada semana, incentivando "a interatividade do público da TV para o celular e vice-versa". (LOPES; GRECO, 2017, p. 114). Em outra ação, os 20 fãs mais engajados nas redes foram selecionados para assistir ao último capítulo<sup>27</sup> na sede da emissora.

Em relação à audiência atual, o estudo Mídia Dados 2017 (Figura 2) destaca que 68% dos homens e 67% das mulheres entrevistados assistiram à televisão nos sete dias anteriores à pesquisa. Em relação à faixa etária, destacam-se como consumidores de televisão aqueles entre 15 e 29 anos; já analisando as classes sociais, o destaque é a classe B (B1 e B2).



Quando consideramos a penetração das emissoras (Figura 3), o Mídia Dados destaca a Rede Globo, que está presente em 99,4% dos domicílios com tv (em segundo lugar vem o SBT, com 96,8%) e em 98,3% dos municípios.

**Figura 3 - penetração das emissoras por domicílios com tv e municípios brasileiros**



<sup>27</sup> aqui é relevante destacar que *Supermax* foi disponibilizada praticamente na íntegra na Globoplay; apenas o último episódio não foi liberado, sendo incluído apenas após a exibição na tv aberta.

A ficção terminou 2016 em terceiro lugar no ranking dos gêneros televisivos, sendo responsável por 14% da programação da TV aberta brasileira. A informação vem em primeiro lugar, ocupando 26,2% da programação, seguida do entretenimento (19,8%). Juntos, os três gêneros definem a base da programação televisiva atual, sendo responsáveis por 60% das horas exibidas no ano. (LOPES; GRECO, 2017).

Estudo da Kantar Ibope Media (2016b) informa que 83% dos usuários de internet acessaram redes sociais nos 30 dias anteriores à pesquisa. As outras atividades mais realizadas são assistir e/ou baixar vídeos (69%), ler notícias (61%) e ouvir música (38%).

O smartphone é o suporte mais usado para acessar a internet. O levantamento do Mídia Dados 2017 (GRUPO DE MÍDIA SP, 2017), mostra que 55% dos entrevistados usaram o aparelho para acessar internet nos últimos 30 dias anteriores à pesquisa. Na sequência, vem o desktop (20%), laptop (17%), tablet (9%) e smart TV/videogame (7%).

Entre as funções da internet, os brasileiros destacam o entretenimento (71%), compras (65%) e comunicação (55%). Ainda segundo o Mídia Dados 2017, as principais atividades dos brasileiros nas redes sociais são ver fotos e vídeos (63%), fazer posts (57%), consumir conteúdo (57%), adicionar amigos (50%) e atualizar o perfil (49%). O conteúdo em vídeo mais consumido inclui vídeos de música e shows (45%), seguido de vídeos compartilhados por outras pessoas em sites de redes sociais (38%), vídeos de comédia (38%), filmes inteiros (34%) e notícias (32%).

Para atender a este novo contexto de consumo de mídia e tornar o conteúdo da Rede Globo acessível em todas as plataformas, a emissora lançou, em 2015, o Globoplay<sup>28</sup>. Acessado em smartphones e tablets (por aplicativo), para desktop (pelo site) e via *Chromecast*<sup>29</sup> e *smartTVs*, a plataforma de vídeos da emissora foi lançada oferecendo os produtos da programação da emissora, incluindo jornalismo, esporte e entretenimento.

---

<sup>28</sup> Além do Globoplay, em 2015 foram disponibilizados para download gratuito o TV SBT (SBT); o Now (Net); o Vivo Play (Vivo), e aplicativos de canais específicos, como o Humor Multishow (canal Multishow), entre outros.

<sup>29</sup> Equipamento produzido pela empresa Google que permite a transmissão de vídeos dos smartphones diretamente no aparelho de televisão.

O Globo Play oferece acesso gratuito a trechos de novelas, séries e minisséries, assim como a programas jornalísticos e telejornais esportivos. Já os assinantes terão acesso a íntegra de novelas, séries, programas de humor, câmeras exclusivas do BBB e acervo de programas jornalísticos, novelas, séries e minisséries. (G1, 2015).

A partir do lançamento, tudo o que foi produzido pela emissora é disponibilizado na plataforma. Entretanto, isso não significa que tudo o que é transmitido na programação da grade de televisão pode ser assistido no Globoplay: filmes e séries estrangeiras ficam de fora, por não pertencerem à Rede Globo.

Outra funcionalidade da plataforma de vídeo é o *simulcasting*, que é a exibição simultânea da programação que está passando ao vivo na TV. (G1, 2015). No lançamento, o serviço estava disponível apenas para as regiões metropolitanas de São Paulo e Rio de Janeiro; hoje, atende também as regiões metropolitanas de Belo Horizonte e Brasília.

O Globoplay fez parte do reposicionamento da Rede Globo e foi, também, uma resposta à mudança de comportamento da audiência: apesar de 99,6% dos domicílios brasileiros terem pelo menos um aparelho de televisão, na época do lançamento da plataforma o Brasil tinha 115 milhões de brasileiros com acesso à internet, no trabalho ou em casa, dos quais, 38% com acesso à banda larga e 80 milhões utilizando smartphones. Ao disponibilizar *VOD* via Globoplay, a emissora passou a atender a essa demanda do público conectado à internet: um ano antes do lançamento, 34% da população brasileira assistiram a vídeos na internet.

Em novembro de 2016, ao completar um ano, o Globoplay registrou 9,5 milhões de downloads (G1, 2016). Além de seguir disponibilizando os conteúdos exibidos na grade de programação, para consumo *on demand* ou ao vivo, a plataforma aderiu a uma nova "missão", como foi definido por Erick Brêtas, diretor de Mídias Digitais da emissora:

Descobrimos novas missões para o Globo Play, como a antecipação de conteúdo, por exemplo [...] Isso não é mais uma experimentação. É a afirmação da nossa filosofia de que determinados conteúdos virão primeiro no Globoplay, antes mesmo da sua estreia na grade. Alguns conteúdos não estarão na TV. Em muitos casos, serão conteúdos ligados à programação da grade, mas que terão uma continuação no digital. É a TV além da TV. (G1, 2016).

Um exemplo dessa antecipação de conteúdo é *Carcereiros*, série de 12 episódios que foi disponibilizada na plataforma em 8 de junho, apesar de sua exibição

na tv aberta, em rede nacional, ter iniciado em 26 de abril de 2018. A série, baseada no livro homônimo (escrito por Dráuzio Varella) venceu a categoria Full Episodes (júri) do MIPDrama Screenings, evento realizado em abril que marca a abertura do MIPTV, feira do mercado de televisão que acontece na França, depois de concorrer com produções do Reino Unido, França, Rússia e Suécia. (BRAVO, 2017).

Outras séries, como *Sob Pressão* (2017), têm o episódio da semana seguinte liberado no aplicativo no dia seguinte à exibição na tv do episódio da semana. (GOES, 2017b).

O Globoplay também é o suporte da emissora para conteúdos que têm como objetivo “reengajar a audiência”, seja permitindo que o público assista a algum programa ou capítulo no horário que desejar ou, ainda, consumindo conteúdos produzidos especialmente para a plataforma, como os *spin-offs*, que são narrativas derivadas daquelas que estão no ar, produzidas exclusivamente para o digital, como foi feito para as novelas *Totalmente Demais* e *Haja Coração* e para as séries *Liberdade Liberdade* e *Supermax*. (G1, 2016).

O Globoplay é a forma que a Rede Globo encontrou para atender a esses novos hábitos de consumo de mídia e competir com empresas de streaming e conteúdo *on demand* como a Netflix, cujo diretor executivo, Reed Hastings, afirmou: “a televisão pela Internet está substituindo a TV linear como o telefone celular substituiu o fixo. Estamos no início”. Em entrevista ao El País (2015, online), Hastings reflete também sobre o conceito de concorrência:

Se pensar na última semana, uma noite você matou o tempo no Facebook, outra noite viu esportes, outra foi ao cinema, outra jogou um jogo de tabuleiro com seus filhos e outra viu Netflix. Cada um desses está competindo pela forma como você passa o tempo. A concorrência é muito ampla.

Percebe-se, ao final deste breve estudo, que a telenovela segue tendo sua importância junto à sociedade brasileira, o que mantém válida a afirmação de Ismail Fernandes feita em 1997:

Se reconhece a telenovela como uma instituição nacional. [...] A telenovela tornou-se uma arte respeitável em suas particularidades. Uma arte popular, brasileira, com vida própria, desenraizada dos conceitos filosóficos e acadêmicos com que tentam interpretá-la. (FERNANDES, 1997, p. 21).

As novas possibilidades de consumo oferecidas ao receptor e as consequentes mudanças no seu comportamento - agora ele pode, mais do que

apenas “receber” o produto ficcional, fazer parte deste produto criando novas narrativas e produtos, conversando com uma comunidade maior do que o sofá da sua casa ou seus ambientes sociais físicos (trabalho, escola, ponto de ônibus, restaurante, etc), interagindo diretamente com quem o faz - potencializam o relacionamento com outros consumidores de um mesmo produto, visto que são baseadas em novas possibilidades de relacionamento.

Claro que em 65 anos no Brasil e um pouco mais em sua escala mundial aquele aparelho que antes centralizava as atenções da família na sala das casas mudou de forma, de tamanho, de suporte e de papel social. Mas, na essência, continua a fazer a mesma coisa: ligando as pessoas. (PORCELLO, 2015, p. 152).

Wolton (1996, p. 132) reforça que a noção de grande público e a função de laço social da televisão estão interligadas, pois “a tv só pode desempenhar esse papel quando se trata de uma televisão de grande público, ou seja, uma televisão de massa, caso contrário desempenhará um papel mais limitado.”.

Porcello (2015, p. 152) reforça que a televisão dá essa uniformidade ou evidencia as diferenças; ela une e separa; aproxima ou distancia. No caso da TV aberta, ainda hegemônica no País e capaz de atingir 97% do território brasileiro, o desafio é falar a mesma coisa para todos ao mesmo tempo.

Vista todas estas questões, é possível analisar um importante fenômeno associado às novas formas de consumir narrativas ficcionais seriadas de televisão: a TV Social, será abordada a seguir.

## 2.4 TV SOCIAL: QUANDO MÚLTIPLAS TELAS AJUDAM A FORMAR UM GRANDE SOFÁ

A revisão histórica apresentada anteriormente indica que a televisão sempre foi social: é hábito das pessoas comentarem o que assistiram na televisão, seja em relação às notícias ou programas de entretenimento, o que inclui as telenovelas.

O que mudou, com a democratização da internet e, conseqüentemente, a penetração dos sites de rede sociais (ELLISON; BOYD, 2013), foi a instantaneização desse antigo hábito. Como aponta Recuero (2012), as novas tecnologias proporcionam novos espaços comunicacionais, os quais, tal como a conversação, funcionam como um espaço de lazer, virtual, no qual as práticas sociais acontecem.

Mais do que meras interações, essas milhares de trocas entre pessoas que se conhecem, que não se conhecem ou que se conhecerão representam conversações que permeiam, estabelecem e constroem as redes sociais na internet. (RECUERO, 2012, p. 17).

Percebeu-se, inicialmente, um certo temor das emissoras em relação a esses novos espaços conversacionais, pois eles modificaram a forma de consumir conteúdo. Isso exigiu uma mudança gradual na postura das emissoras de televisão em relação à internet enquanto "concorrente" pela audiência do público. Agora, elas se esforçam para fazer com que seus programas repercutam na web "porque consideram que as redes sociais podem, ao contrário do que imaginavam, aumentar a audiência, engajando ou atraindo espectadores". (FECHINE, 2017, p. 3).

Dessa forma, as emissoras reforçam que a televisão é um meio social e que, por isso, deve ser planejada para que sua audiência possa assistir aos programas em tempo real e interagindo nas redes sociais. Isso torna possível criar - e ampliar - o sentimento de que todos fazem parte de uma comunidade interativa, seja com a narrativa e/ou com o restante do público. Ou seja, "está na hora de compreender que a Internet não chegou para matar a TV. Pelo contrário, ela chegou para conversar, para complementar, para convergir. Ou seja, para tornar a TV mais social". (NEUMANN, 2015, s.p.).

Esta experiência de consumo é denominada TV Social. A expressão foi usada no começo dos anos 2000 para designar, inicialmente, o segmento de pesquisa e desenvolvimento de aplicativos para a TV digital interativa (TVi), segundo Fechine (2017).

Entretanto, essa pesquisadora explica, citando Harboe (2008, 2009), que o termo TV Social

adquire logo um significado técnico mais amplo, nominando uma variedade de sistemas cujo objetivo é proporcionar experiências remotas de compartilhamento entre as pessoas em torno dos conteúdos veiculados pela televisão, independentemente de serem ou não incorporados ao televisor. (FECHINE, 2017, p. 4).

Essa variedade de sistemas inclui aqueles de áudio e vídeo que permitem a interação entre a audiência, independente de sua localização, através de chats, mensagens instantâneas, permitindo inclusive que pessoas em lugares distantes assistissem juntas a um mesmo programa de TV.

Fechine (2017, p. 4) afirma que o termo ganhou mais força quando passou a ser associado "à busca de soluções tecnológicas para integrar as redes sociais digitais à televisão", propondo uma forma de convergência entre televisão e mídias sociais (PROUXL; SHEPATIN, 2012, p. 13), seja através de redes sociais ou aplicativos desenvolvidos especialmente para esse fim.

A prática de TV Social é resumida por Machado Filho (2013) como sendo a habilidade de compartilhar e conversar com sua comunidade enquanto você assiste à televisão.

Proulx e Shepatin (2012, p. ix) ressaltam que a televisão sempre foi social, mas que o termo TV Social abrange a convergência entre televisão e redes sociais, "com ênfase na oferta de uma experiência mais personalizada para a audiência, principalmente no que diz respeito às séries de ficção e aos eventos transmitidos ao vivo".

Pensando na experiência personalizada para a audiência, Machado Filho (2013, p. 4) enfatiza que as emissoras devem ir além de um conteúdo feito pelas emissoras e que agrega valor ao seu produto. Elas devem fazer da TV Social

um dispositivo vinculado a uma estratégia de comunicação que objetiva a participação do telespectador, compartilhando o conteúdo em sua rede de relacionamento de forma atuante (o telespectador fã). Para isso, o conteúdo tem de ser relevante para o telespectador e ser capaz de requerer a participação dele em enquetes, jogos, criação de conteúdo, tarefas, etc. (MACHADO FILHO, 2013, p. 4).

O Kantar Ibope Media estuda o fenômeno desde 2011, quando começou a apresentar pesquisas sobre o impacto da aproximação da televisão e da internet (IBOPE, 2013). Para analisar o engajamento dos telespectadores de TV no Twitter, fornecendo dados de TV Social, esse instituto de pesquisa desenvolveu o *Kantar Twitter TV Ratings (KTTR)* e publica semanalmente em seu site<sup>30</sup> o ranking dos 10 programas da TV aberta que tiveram maior repercussão na rede social. (KANTAR, 2016a).

Em 2015, por exemplo, o Kantar Ibope Media indicou que a ficção televisiva (soma de telenovelas, séries e minisséries) ficou em primeiro lugar no ranking dos assuntos mais discutidos no Twitter; em segundo lugar ficaram os *reality shows*. (LOPES; GOMEZ, 2016). Na lista das 20 exibições da TV aberta com mais impacto

---

<sup>30</sup> <https://www.kantaribopemedia.com>.

no Twitter em 2015, as telenovelas *Verdades Secretas* e *Império* (ambas da Rede Globo) foram os títulos de ficção<sup>31</sup> com maior número de tweets e impressões<sup>32</sup>.

A partir do entendimento do conceito e do funcionamento da TV Social, torna-se indispensável analisar e caracterizar o Twitter enquanto principal site de rede social para a realização desta prática comunicacional.

## 2.5 TWITTER - O SITE DE REDE SOCIAL DA TV SOCIAL



33

Para complementar o conceito de TV Social, é necessário entendermos o site de rede social onde essa prática ocorre com mais relevância e frequência: o Twitter. Também definido como um microblog<sup>34</sup>, ele é uma ferramenta de comunicação que permite aos usuários escreverem

mensagens de até 140 caracteres (tweets), que são enviadas para seguidores (followers) que optaram por receber o conteúdo. Um tweet permite a adição de texto, imagem, vídeo, links e também hashtags, que são palavras ou frases precedidas pelo símbolo #, que converte o texto em metadado. (LOPES; ARAUJO, 2016, p.39).<sup>35</sup>

<sup>31</sup> O último capítulo de *Verdades Secretas* teve 1.354.785 tweets e 26.510.866 impressões, enquanto *Império* contabilizou 560.000 tweets e 18.900.000 impressões. (LOPES; GOMEZ, 2016).

<sup>32</sup> O total de impressões é a quantidade de vezes em que as mensagens relacionadas ao programa analisado foram realmente vistas (ou seja, o usuário foi "impactado" pelo conteúdo). É o total de impressões que permite uma visão mais precisa sobre a repercussão de um conteúdo televisivo, pois ter muitas menções não significa necessariamente obter sucesso. (LOPES; GOMEZ, 2016).

<sup>33</sup> Twitter, GUIMARÃES, S. "se vc acha q o Twitter morreu, pode levantar e sair da sala." @interney #YOUPIXCON. 25 set. 2017. Twitter: @samuelguimaraes. Disponível em: <www.twitter.com/samuelguimaraes/status/912393688776630272>. Acesso em: 26 set. 2017.

<sup>34</sup> "Um microblog parte da ideia de um blog (atualizações em ordem cronológica inversa, possibilidade de comentários e trackbacks, blogroll), mas apresenta como singularidade o fato de que é adaptado para postagens de tamanho reduzido. A ideia é que haja uma maior facilidade de integração com outras ferramentas digitais, como celular e outros dispositivos móveis." (ZAGO, 2008, p.7).

<sup>35</sup> No dia 7 de novembro de 2017, o Twitter liberou o uso de até 280 caracteres no site de rede social. A implementação da mudança havia iniciado, em fase de testes, em 26 de setembro. O novo limite não foi liberado para quem escreve em japonês, chinês e coreano, pois "estes idiomas oferecem

Garcia, Daly e Supovitz (2015, p.57) definem o Twitter como

a mídia social mais rápida, simples e econômica, pela qual circula todo o tipo de informação, notícias, ideias, eventos, boatos, materiais multimídia, etc., emitidos a partir de qualquer ambiente profissional ou outras mídias sociais em tempo real. Assim, no Twitter cruzam tanto os meios profissionais da comunicação social (televisão, jornais, revistas, rádio, etc.) quanto qualquer outra mídia social (Facebook, Instagram, Youtube, Flickr, blogs, fóruns, etc.), parte de um vasto registro de tipos de perfis de usuário (indivíduos, ONGs, instituições governamentais, meios de comunicação, grupos de pressão, os periódicos científicos, empresas, marcas, etc.).

A dinâmica de uso e interação do Twitter inclui retweets<sup>36</sup>, reply<sup>37</sup> (resposta), mentions<sup>38</sup>, likes<sup>39</sup>, blocks<sup>40</sup>, listing<sup>41</sup>, Direct Messages<sup>42</sup>. Essas possibilidades conversacionais refletem a forma como Pollyana Ferrari (2015, p. 149) fala sobre o Twitter: que ele faz “uma troca online, que remete à sensação de uma praça do interior, na qual as pessoas ficavam conversando e se atualizando depois da missa”.

Segundo a pesquisadora (2015), o que ocorre no Twitter é uma produção coletiva de conteúdo, que mistura feedbacks (positivos e negativos) publicados ao acaso (mas de forma estruturada) em interações entre pessoas, sem um controle central.

Recuero (2012) aponta, em relação à linguagem, que o Twitter permite o uso de elementos gráficos que complementam a mensagem, assumindo o lugar do gestual e de elementos prosódicos, os quais têm papel essencial na conversação offline. Isso ocorre porque, segundo a pesquisadora (2012), a escrita remete à oralidade devido ao seu caráter conversacional.

Nesse sentido, ela cita Herring para explicar que, mesmo que as mensagens trocadas via site de redes sociais como o Twitter sejam produzidas e recebidas de forma escrita, elas fazem parte de uma experiência que se assemelha às conversações faladas. É por isso que as pessoas comumente descrevem as suas

---

maior facilidade para se expressar com menos caracteres”. (G1, 2017) Entretanto, mantivemos a informação dos 140 caracteres no texto, pois era a regra vigente durante a coleta dos dados a serem analisados nesta pesquisa.

<sup>36</sup> o retweet (ou RT) é a replicação do conteúdo de terceiro para a rede de seguidores do usuário, que pode agregar ou não novo conteúdo.

<sup>37</sup> resposta a um tweet.

<sup>38</sup> citação de determinado usuário no texto de um tweet.

<sup>39</sup> quando o receptor “curte” o conteúdo recebido.

<sup>40</sup> quando um usuário bloqueia outro, que não receberá mais seu conteúdo nem poderá contatá-lo.

<sup>41</sup> incluir o emissor em listas temáticas criadas pelo receptor para organizar o conteúdo.

<sup>42</sup> As Direct Messages (DMs) são mensagens privadas para um usuário ou grupo.

atividades online usando os verbos “falei” e “ouvi” ao invés de “digitei” e “li”. (RECUERO, 2012).

Santaella e Lemos (2010) destacam como um importante diferencial do Twitter o fato de ele unir a mobilidade (permitida pela associação do crescimento do número de smartphones ativos às melhorias de sinal de internet móvel) à temporalidade do caráter *always on*<sup>43</sup> inerente às redes sociais 3.0.

Em entrevista ao jornal Zero Hora (COSTA, 2016), a pesquisadora Raquel Recuero destaca que o Twitter tinha a característica da instantaneidade aliada à conversação, mas que plataformas como Facebook, Snapchat e WhatsApp passaram a centralizar o bate-papo entre os usuários. Com isso, o microblog passou a se destacar mais fortemente na narração em tempo real, aposta que ganhou ainda mais ênfase quando a própria rede mudou seu questionamento central de "o que você está fazendo?" para "o que está acontecendo?". (COSTA, 2016).

Essa “narração” do que está acontecendo colabora para que o Twitter funcione como uma ferramenta complementar na busca e acesso a informações ajudando as pessoas a saberem rapidamente de algo, mas sem substituir as formas já consolidadas de comunicação. Além disso, o Twitter é um espaço social, no qual as pessoas conversam (postam) sobre assuntos de seu interesse. Conforme Ferrari (2015, p. 52), o Twitter é o melhor serviço de troca de informações pela internet:

Num ensaio do New York Times, em maio de 2014, Eduardo Porter descreve as recentes pesquisas de Eric Horvitz, codiretor do laboratório de pesquisa da Microsoft em Redmond (EUA), sobre um sistema que, com base em postagens do Twitter, pode prever as chances de uma grávida sofrer de depressão pós-parto, mensurando sinais como a frequência com que ela usa palavras como "eu" e "mim".

Além da narração em tempo real, o Twitter caracteriza-se pela abertura e alcance das publicações, como explica Gabriela Zago: “o Twitter tem um caráter mais público. Tu consegues acompanhar o que todo mundo está dizendo, não só os teus amigos. Embora o Facebook tenha mais gente, o Twitter tem mais visibilidade do que está sendo dito”. (COSTA, 2016, s.p.).

As trocas entre os usuários podem gerar uma comunidade virtual, ou seja, um grupo de pessoas que se relacionam no ciberespaço. (LEMOS; LÉVY, 2010). Essas comunidades dependem da estrutura técnica da rede de computadores e,

---

<sup>43</sup> Sempre conectado, em tradução livre.

principalmente, da existência de interesses compartilhados, intimidade e perenidade nas relações.

Podemos identificar, segundo Lemos e Lévy (2010), dois tipos de sites de redes sociais: os de relações comunitárias (quando há um território simbólico e afinidade entre os membros, como acontece com o Facebook, que se baseia mais nas relações de amizade) e os de relações não comunitárias (que funcionam como um espaço de encontro e compartilhamento de informações e experiências mais efêmeras e desterritorializadas, como acontece no Twitter: nele ocorrem mais trocas por afinidades por temas, sem a necessidade de um relacionamento prévio). Percebemos, assim, que o Twitter se destaca por privilegiar a qualidade e o tipo de conteúdo veiculado por um usuário específico, independente de relação social off-line.

O texto de Costa (2016) ressalta que uma forma de marcar a narração em tempo real e a amplitude das pautas discutidas é o uso de hashtags<sup>44</sup>. Elas foram, segundo as autoras, criadas para serem marcadores de contexto, porque era difícil acompanhar as discussões no Twitter, mas com o tempo os usuários apropriaram seu uso para outras funções. Atualmente, como Recuero detalha na entrevista, elas podem ser a própria mensagem — como o #primeiroassedio e o #meuamigosecreto, quando as mulheres se uniram para denunciar casos de assédio e machismo. (COSTA, 2016).

Sobre o uso de hashtags, Ferrari (2015, p. 54) comenta que observar o seu uso permite perceber que o Twitter se comporta de forma rizomática: diferentes ramificações que se espalham rapidamente e aparentemente sem controle. Esse tagueamento fortalece o site de rede social e sua estratégia comunicacional, pois unifica as pegadas digitais dos interagentes que utilizam hashtags em seus posts, ajudando a criar o que essa autora define como "nova forma de se fazer comunicação" a partir do uso de palavras-chave.

Em entrevista à Revista Veja (SBARAI, 2013), Adam Bain, que na época era executivo do Twitter, afirma que

---

<sup>44</sup> palavra ou expressão, antecedida do símbolo #, utilizada para identificar e categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais. Seu uso "permite a indexação de determinada temática, visando à verificação quantitativa e a compreensão qualitativa das informações do restante do conteúdo do tweet que está associado a elas". (LOPES; ARAÚJO, 2016, p. 39).

No passado, o ser humano se reunia em torno do fogo para relatar momentos especiais. Hoje, as pessoas usam o Twitter para compartilhar o que sabem e se informar. Para acompanhar esse relato, nossos usuários geralmente antepõem ao assunto o símbolo sustenido “#”. A hashtag virou a fogueira da era digital. As pessoas se reúnem digitalmente em sua volta e, de uma maneira tão simples, conseguem se aproximar de pessoas de um mesmo interesse. O Twitter é só um intermediário. (SBARAI, 2013, s.p.).

O uso de hashtags também ganhou espaço na programação televisiva, funcionando como um marcador das discussões sobre os produtos transmitidos. No caso da Rede Globo, elas são exibidas na tela, principalmente na exibição dos programas de entretenimento; na teledramaturgia, seu uso é fomentado pelos perfis nos sites de redes sociais da emissora.

Lopes e Greco (2016) chamam de *fic-hashtags* as hashtags usadas para marcar posts relacionados a ficções televisivas e que são usadas pelos fãs para indexar os conteúdos das conversas.

Essas fic-hashtags indicam a tendência criativa dos fãs, pois muitos não se limitam a indexar conteúdos (sobretudo memes) apenas através do nome da ficção, mas também criam sistemas de ligação com nomenclaturas próprias – caso da fic-hashtag que remete à marcante cena de seminudez da atriz Paolla Oliveira na minissérie *Felizes para Sempre?* (Globo) e do meme criado para ilustrar a frase da protagonista de *Babilônia* “Não estou disposta”, viralizada nas redes. (LOPES; GRECO, 2016, p. 163).

Duarte (2004) lembra que a produção televisiva considera minuciosamente os interlocutores (audiência), que são os consumidores de seus produtos e dos produtos dos seus anunciantes. Assim, ao incentivar o uso das hashtags dos programas, as emissoras estimulam os interagentes a identificarem seus posts sobre o produto, fazendo parte da conversa com outros receptores e fornecendo informações para as emissoras.

A interatividade com o receptor é tão necessária [...] que o texto televisivo muitas vezes reserva a ele ostensivamente espaços e tarefas no seu processo de produção de sentidos, tentando apreender e projetar o modo como as mensagens veiculadas são recebidas. (DUARTE, 2004, p. 37).

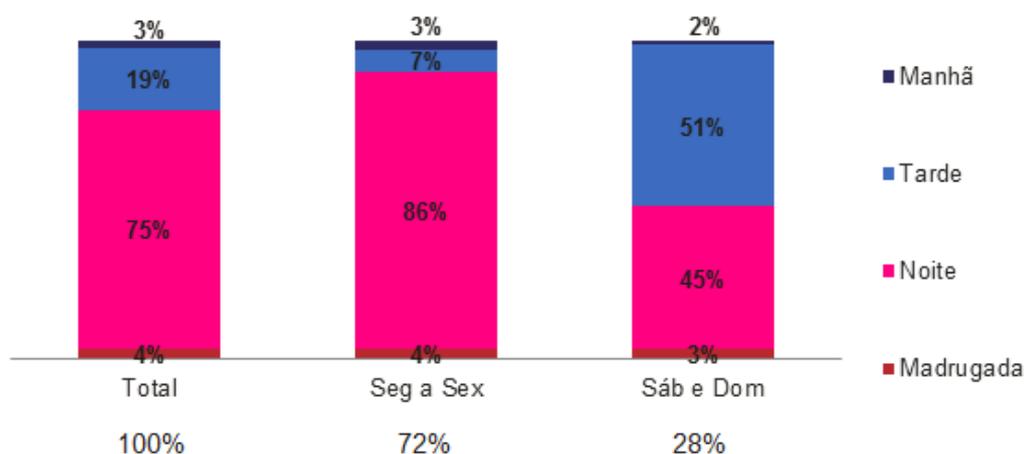
A forma como os telespectadores brasileiros reagem à programação televisiva no Twitter é monitorada pela Kantar Ibope Media, órgão também responsável pelo monitoramento da audiência de TV. O Ibope Twitter TV Ratings (ITTR) monitora em tempo real todos os tweets escritos por brasileiros e os compara com diversas

palavras-chave associadas ao que está passando na TV naquele momento. (SETTI, 2014).

Estudo da Kantar Ibope Media (2016c) destaca o universo da TV Social no Brasil<sup>45</sup>. Foi analisada, entre 1º de maio e 30 de setembro, a repercussão de 8.530 exibições de 212 programas de tv aberta no Twitter. Do total de tweets coletados, 17,5 milhões (2/3) foram postados durante a exibição dos programas analisados, o que "demonstra como grande parte do envolvimento daqueles que tuitam sobre TV está, de fato, relacionado ao hábito da simultaneidade do consumo do meio com a utilização de redes sociais para fazer comentários" (KANTAR, 2016c).

O estudo também mostra que 75% dos tweets foram sobre os programas transmitidos na faixa das 18h às 24h, como mostra a Figura 4. Considerando-se a distribuição entre os dias da semana, 72% dos posts ocorreram de segunda a sexta-feira, enquanto 28% foram no final de semana. De segunda a sexta, 86% dos tweets foram das 18h às 24h, enquanto no final de semana o destaque é das 12h às 18h (51%).

**Figura 4 - Distribuição dos tweets analisados por faixa de horário e dia da semana**



**Fonte: Estudo Kantar Ibope Media (2016c, online)**

Em relação ao gênero do programa comentado no Twitter, como mostra a Figura 5, os *reality shows* lideram em quantidade de tweets e de pessoas falando sobre. Entretanto, o gênero novela lidera quando se analisa o total de tweets por autor, o que indica que, embora haja mais pessoas falando sobre *reality shows*, comentaristas de novelas parecem ser mais aficionados pelo produto.

<sup>45</sup> Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/transformacoes-na-tv-social/>>. Acesso em: 24 maio 2017.

**Figura 5 - Categorização dos tweets analisados quantidade de posts e total de posts por autor**

Posição (Top 5)	Tweets	Tweets por autor
1	REALITY SHOW	NOVELA
2	AUDITÓRIO	PREMIAÇÃO
3	NOVELA	REALITY SHOW
4	SÉRIE	AUDITÓRIO
5	HUMORÍSTICO	GAME SHOW

**Fonte: Estudo Kantar Ibope Media (2016c, online)**

Levantamento anterior da Kantar Ibope Media, em 2015, havia apontado a correlação entre audiência dos programas de televisão e o número de tweets sobre as atrações. Dessa forma, percebe-se ainda ser válida a reflexão de Mesquita (2016, online) que afirma que:

em episódios pontuais, [...] os tuítes podem ter contribuído para aumentar em até 13% a audiência média de uma atração. E em 46% das transmissões, constatou-se correlação entre audiência e o número de tuitadas sobre elas. Dentro desse universo, abordando a presença de causalidade (relação de causa e efeito), verificou-se que em 23% das exibições os comentários sobre determinado programa causaram aumento de ibope; e em 26%, a audiência gerou o crescimento de posts no Twitter.

Os dados apresentados reforçam o pensamento de Guilherme Ribenboim, diretor geral do Twitter Brasil, para quem

o Twitter é uma plataforma de conversas aberta, sem filtros e em tempo real, o que cai bem com reações ao vivo aos programas de televisão. O comportamento da segunda tela fez com surgisse espontaneamente no mercado a demanda pela medição desse engajamento. (SETTI, 2014, online)

Finalizada a revisão acerca da história da televisão brasileira, com destaque para a última década - e as recentes mudanças nas formas de comunicação e consumo de produtos televisivos - e para como a produção e exibição das telenovelas se adaptaram a este novo contexto e, também, compreendidos os conceitos e características da prática de TV Social no Twitter, passamos para a segunda etapa deste estudo: a apresentação da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso enquanto referencial teórico que norteará a análise a que esta tese se propõe e que será apresentada no próximo capítulo.

### 3. COMPREENDENDO A ANÁLISE DO DISCURSO



Este capítulo traz a perspectiva teórica que norteará os estudos a que esta tese se propõe. Para tanto, apresentam-se aqui uma revisão bibliográfica sobre a Teoria Semiollingüística de Análise do Discurso, a qual trata dos conceitos de ato de comunicação, sujeitos comunicacionais (e seus papéis neste ato de comunicação), o contrato de comunicação propriamente dito e as visadas discursivas. Para tanto, partir-se-á dos estudos do pesquisador francês Patrick Charaudeau para, também, abordar as reflexões acerca do tema feitas por estudiosos da Semiollingüística, como Ida Lucia Machado, Ernani Cesar de Freitas e Helena Brandão.

A escolha metodológica pela vertente francesa da Análise do Discurso pode ser justificada com a fala de Ida Lucia Machado. A pesquisadora afirma que o analista do discurso "observa, escuta e lê o mundo ao seu redor" enquanto "deseja trazer alguma luz para os diferentes usos languageiros de uma dada sociedade (MACHADO, 2012, p.190) e conta para isso com a amplitude da metodologia concebida por Charaudeau, na qual o linguista "trabalhou com dados vindos da lingüística, da pragmática, da semiótica greimasiana, da sociologia, da psicologia social, das teorias da argumentação e com conceitos vindos de filósofos e teóricos da linguagem". (MACHADO, 2012, p. 192).

Segundo Charaudeau (2005), para abordar as questões do discurso é necessário incluí-lo em uma problemática que conecte os atos de linguagem a certos fenômenos psicológicos e sociais, chamados pelo autor de ação e influência. Para isso, trabalha-se a partir de uma visão que aborda a construção psico-socio-lingueira do sentido, a qual se realiza através da intervenção de um sujeito de natureza igualmente psico-socio-lingueira.

---

<sup>46</sup> Twitter, NASCIMENTO, Ruthléa. *Assistir novela boa e comentar no Twitter é tão bom! #AForçaDoQuerer* 12 out. 2017. Twitter: @Ruthleanai. Disponível em: <<https://twitter.com/Ruthleanai/status/918665422072958977>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

A partir de estudos que analisam a linguagem, Charaudeau (2005) afirma que ela é multidimensional, pois tem três dimensões: cognitiva (há uma percepção e categorização do mundo independente da ação da linguagem ou se isso acontece necessariamente através dela?); social (questiona o valor da troca de signos e o valor de influência dos atos de linguagem); e semiótica (aborda questões da relação entre a construção de sentido e a construção das formas).

A conexão entre estes conceitos, entre outros, colaborou para que Charaudeau desenvolvesse uma série de questões sobre a análise discursiva enquanto campo disciplinar, pois uma mesma análise do discurso existe sob diferentes pontos de vista teóricos, postulados, conceitos e hipóteses. Charaudeau (2005) opta por conectar essas ideias, integrando-as em uma problemática de conjunto que é, necessariamente, transdisciplinar. Para isso, ele relacionou entre si "[...] certas questões sobre o fenômeno da linguagem, alguns mais externos (lógica de ação e influência social) e outros mais profundos (construção de sentido e a construção do texto)"<sup>47</sup>. (CHARAUDEAU, 2005, p. 11-12).

Essa posição de Charaudeau perante a análise do discurso é denominada Semiologia. O termo *semio* (de semiose) evoca que a construção de sentido e a sua configuração acontecem através de uma relação forma-sentido que considera a responsabilidade e a intencionalidade do sujeito, seu marco de ação e seu projeto de influência social. Já o termo *linguística* reforça que esta forma de análise se constitui a partir da linguagem, cuja dupla articulação e a particularidade combinatória das unidades (sintagmático-paradigmática com vários níveis: palavra, frase, texto) impõem um procedimento de semiotização do mundo diferente das outras linguagens. (CHARAUDEAU, 2005).

A semiotização do mundo acontece em um duplo processo (Figura 6):



**Fonte: Charaudeau (2005)**

<sup>47</sup> “[...] ciertos cuestionamientos sobre el fenómeno del lenguaje, algunos dos cuales son más externos (lógica de acción e influencia social) y otros muchos más profundos (construcción del sentido y construcción del texto)”. )”<sup>47</sup>. (CHARAUDEAU, 2005, p.11-12. tradução nossa)

Charaudeau explica que a ação de um sujeito falante faz com que um “mundo a significar” passe por um processo de transformação para um “mundo significado”. Na sequência ocorre o processo de transação, no qual o “mundo significado” se torna um objeto de troca com o sujeito destinatário desse objeto.

Os processos de transformação e de transação são solidários entre si, mas são procedimentos diferentes, conforme mostra o Quadro 4:

**Quadro 4 – Caracterização dos processos de transformação e transação da semiotização do mundo**

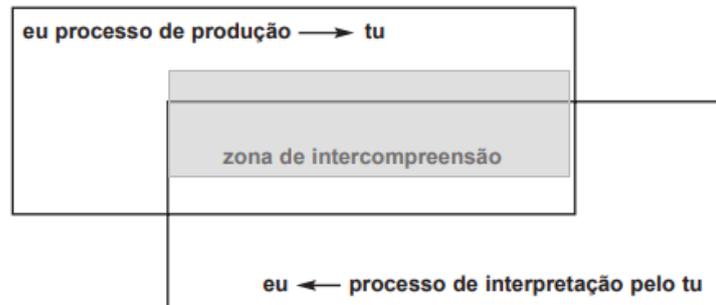
Processo de Transformação		Processo de Transação	
Conceito	parte de "um mundo a significar" e o transforma em "um mundo significado" a partir da ação do sujeito.	Conceito	converte o "mundo significado" em objeto de intercâmbio com outro sujeito, que faz o papel de destinatário deste objeto.
Operações de transformação	<b>identificação:</b> reconhecer os seres materiais ou imaginados, conceituá-los e nomeá-los para poder falar deles, transformando os seres do mundo em identidades nominais;	Princípios de Transação	<b>alteridade:</b> todo ato de linguagem é um fenômeno de intercâmbio entre dois interlocutores, os quais têm universos de referência (saberes compartilhados) e finalidades (motivações) em comum, ao mesmo tempo em que assumem papéis diferentes no ato. Fundamenta o aspecto contratual dos atos de comunicação pois implica no reconhecimento e legitimação recíproco entre os interlocutores;
	<b>qualificação:</b> seres do mundo têm propriedades e características que os diferenciam, especificam e motivam sua maneira de ser; transforma-os em identidades descritivas;		<b>pertinência:</b> entende que os interlocutores devem reconhecer os universos de referência que são objeto de transação linguística;
	<b>ação:</b> entende que estes seres atuam em esquemas de ação que lhes dão razão de ser ao fazer alguma coisa e os transforma em identidades narrativas;		<b>influência:</b> de um lado, todo sujeito que produz um ato de linguagem pretende impactar e agir sobre o seu interlocutor; de outro lado, todo sujeito que recebe e interpreta um ato sabe que é objeto desta influência;
	<b>causalidade:</b> os seres, com as suas qualidades, atuam a partir de certos motivos que os colocam em uma cadeia de causalidade que se explica pela sucessão de atos		<b>regulação:</b> considera que a intenção de influência pode se opor uma contra-influência, conhecida pelos participantes da troca comunicativa. Os sujeitos são induzidos a formar um espaço de estratégias que assegurem essa intervenção mínima sem a qual não haveria o ponto de intercâmbio.

Fonte: elaborado pela pesquisadora com base em Charaudeau (2005)

Entre o mundo a transformar e o mundo transformado, ou seja, entre o discurso do EU que é produzido e a interpretação do TU, existe uma zona de

intercompreensão (Figura 7) que funciona como um lugar imaginário dos dois universos de discurso (CHARAUDEAU, 2014).

**Figura 7 – Representação dos universos de discurso do EU**



**Fonte: Charaudeau (2014, p. 45)**

Ferreira (2001, p. 60) destaca que "esse duplo processo define zonas do universo de discurso de cada um que ficam descobertas; isto é, o ato de linguagem abrange, ao mesmo tempo, zonas de intercompreensão e regiões marcadas pelas diferenças de significação". Entende-se, assim, que a zona de intercompreensão reúne tanto as possibilidades comunicativas (intencionalidade do sujeito emissor) quanto interpretativas (a forma como as mensagens são recebidas pelo receptor).

Além da revisão sobre a Teoria Semiolinguística, é necessário abordar rapidamente a questão do enunciado<sup>48</sup>, para, na sequência, iniciar a revisão bibliográfica que permitirá a apropriação dos conceitos relacionados à Análise do Discurso na perspectiva da Semiolinguística. Bakhtin (2010, p.126) explica que o enunciado é “um puro produto da interação social, quer se trate de um ato de fala determinado pela situação imediata ou pelo contexto”. Isso porque, como esse teórico aponta, toda palavra tem duas faces, pois procede de alguém (um Eu locutor) e se dirige a outro alguém (um Tu ouvinte), ou seja, é parte de um diálogo. Aplicando esta lógica relacional ao enunciado, percebe-se que ele é dialógico por ser atravessado pelas avaliações desse destinatário virtual (o que não depende da vontade do locutor), mesmo que o referido enunciado componha o discurso de um orador único o que, aparentemente, seria monológico. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 160).

<sup>48</sup> Charaudeau e Maingueneau (2012, p.196) mencionam Guespin (1971) para dizer que enunciado é “a sucessão de frases emitidas entre dois brancos semânticos, duas pausas da comunicação” e que, na sequência, “o discurso é o enunciado considerado do ponto de vista do mecanismo discursivo que o condiciona”. É por isso que, segundo esses autores, quando se analisa um texto pela perspectiva da sua estruturação, há um enunciado; mas quando se faz o estudo linguístico das condições de produção deste mesmo texto, ele é considerado um discurso.

Isso acontece porque esse enunciado, segundo Bakhtin (2010), não abrange um sujeito individual, que possa ser considerado isoladamente. Ao contrário, ele é produto da interação de dois sujeitos socialmente organizados e do contexto da situação social complexa em que aparece. (BAKHTIN, 1986). Como também comentam Pires, Knoll e Cabral (2016, p.120): "o sujeito bakhtiniano é constituído na e pela interação dialógica com os outros, reproduzindo e refratando em suas falas e em suas práticas sociais o seu contexto social imediato", ideia que é retomada por Charaudeau (2012) quando enumera e apresenta os quatro sujeitos do ato de linguagem, como será visto a seguir.

Entretanto, a relação do dialogismo no discurso, conforme Bakhtin (2010), não se restringe apenas à relação do enunciado pelos e com os sujeitos comunicantes; ele é dialógico, também, pela relação que mantém com outros enunciados, "como um princípio geral de comunhão solidária e coletiva da linguagem, sem qualquer passividade". (PIRES; KNOLL; CABRAL, 2016, p.120). Na obra *Questões de Literatura e Estética: a teoria do romance* (1993), Bakhtin explicita o duplo dialogismo ao apresentar dois tipos de relações: (1) as que o enunciado emitido mantém com os enunciados produzidos anteriormente sobre o mesmo objeto (as relações interdiscursivas), e (2) as que o enunciado mantém com os enunciados futuros, de compreensão ou resposta, que os destinatários poderão produzir (relações interlocutivas).

As relações entre os sujeitos envolvidos e do próprio enunciado produzido com o contexto e com os enunciados prévios e previstos influenciam na escolha das palavras, assim como as relações sociais. Isso porque os enunciados são parte do processo de interação entre dois indivíduos<sup>49</sup> socialmente organizados, o que faz com que sua estrutura só se torna efetiva entre falantes.

Entende-se, assim, que para falar de comunicação deve-se, antes de tudo, falar da questão da identidade do sujeito falante enquanto ser comunicante e, por consequência, do seu direito de comunicar. Todo sujeito que vai falar deve estar legitimado para fazê-lo. O sujeito comunicante (EUc) precisa, dentro da situação de troca, satisfazer determinadas condições, ao mesmo tempo em que o sujeito interpretante (TUi) precisa demonstrar, por seu comportamento enunciativo, que

---

<sup>49</sup> Este outro indivíduo pode ser uma pessoa ou o representante médio do grupo social. (BRANDÃO, 2012).

essas condições estão satisfeitas – o que indica o reconhecimento da legitimidade da palavra. (CHARAUDEAU, 2001).

A partir de Charaudeau (2001), entende-se que a competência do sujeito não depende apenas da identidade de quem fala, mas também do reconhecimento do direito à fala, do álibi institucional para comunicar. É necessário que haja o reconhecimento do direito à palavra e, também, o reconhecimento da identidade do sujeito falante, pois é essa identidade que indica a existência de competência para a comunicação.

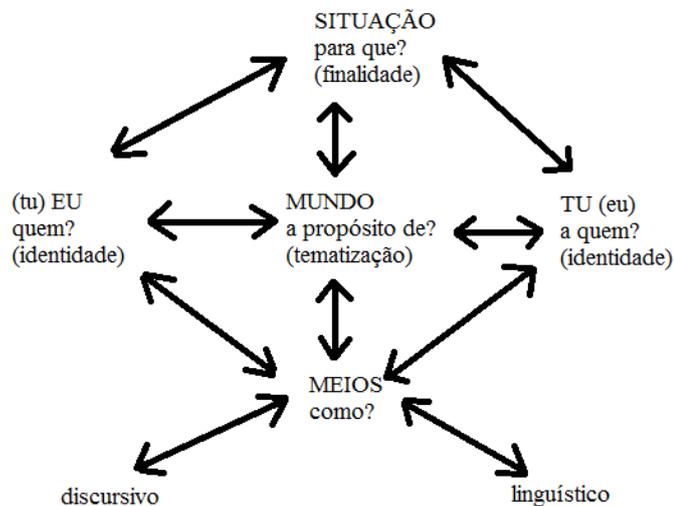
Charaudeau (2009) elabora um conceito de identidade que é construído não como identidades globais, mas por traços de identidades. Esse autor aponta a existência de uma identidade social (que precisa ser reconhecida pelos outros e confere ao sujeito o direito à palavra, ou seja, legitima-o) e uma identidade discursiva (é construída pelo sujeito falante para posicioná-lo em um duplo espaço de estratégias - credibilidade e captação).

Outro ponto fundamental é o reconhecimento do sentido que é construído na comunicação, que trata dos parceiros do ato de linguagem e determina o modo de existência dos sujeitos falantes ao mesmo tempo em que constrói representações sobre o mundo. Como afirma Charaudeau (2001), essa relação não se refere ao outro ou a si mesmo, mas a imagem de si e do outro que são construídas a partir dos interesses e das expectativas da comunicação. O sentido faz a confluência entre o dito e o não dito, entre o que está explícito (manifestado) no ato de comunicação e o que está implícito (lugar de sentidos múltiplos que dependem das circunstâncias de comunicação), em um jogo que depende da relação entre os protagonistas e da relação que eles mantêm com as circunstâncias do discurso.

As circunstâncias do discurso intervêm na partilha do saber dos protagonistas da linguagem, enquanto sujeitos coletivos, em relação às práticas sociais. Elas abrangem o “conjunto dos saberes supostos que circulam entre os protagonistas da linguagem” (CHARAUDEAU, 2014, p. 32), o que inclui as práticas sociais partilhadas (saberes supostos sobre o mundo) e os filtros construtores de sentido (os saberes supostos sobre os pontos de vista dos protagonistas do ato). São estes filtros que transformam o ambiente material em palavra e constroem a Situação Extralinguística ao considerarem o todo da situação em que o texto está inserido. A Situação Extralinguística é a situação concreta que, segundo Bakhtin (2011), está vinculada diretamente à compreensão e explicação da comunicação verbal.

Toda essa reflexão pode ser visualmente representada, como apresenta a Figura 8:

**Figura 8 - modelo sociocomunicativo e semiolinguístico de Patrick Charaudeau**



**Fonte: elaborado pela pesquisadora com base em Charaudeau (2015)**

Esse modelo sociocomunicativo e semiolinguístico elaborado por Patrick Charaudeau (2015) relaciona todos os elementos que compõem um ato de comunicação:

- a identidade dos sujeitos envolvidos;
- a finalidade da situação de comunicação, quando se entende a circunstância em que ela ocorre, respondendo "para quê?" ela se constituiu;
- o mundo e sua tematização, ou seja, como se recorta a visão de mundo a partir da significação que o homem dá a partir da fala. Charaudeau (2015, s.p.) reforça as ideias de Saussure sobre o mundo ao afirmar que ele "existe em materialidade, sem significar: é o homem e a fala que o significam";
- os meios, que são responsáveis pela definição da forma como o sujeito vai encenar o ato, de forma linguística e discursiva.

A partir desta revisão bibliográfica inicial torna-se possível buscar a compreensão dos conceitos e dos papéis dos sujeitos envolvidos no ato de linguagem, o que será apresentado na sequência.

### 3.1 DEFININDO OS SUJEITOS DO DISCURSO

Para compreender os papéis que os sujeitos protagonistas assumem no ato de linguagem estabelecido em relação ao corpus desta tese, é preciso definir e compreender seus conceitos, assim como suas características e funções.

Ao retomar que a comunicação verbal ocorre entre duas pessoas (EU e TU), Bakhtin (2011) opõe-se aos estudos que tratam a relação entre os parceiros (locutor e ouvinte) como um ato passivo de percepção e compreensão por parte do ouvinte. Bakhtin (2011) entende que esta forma não representa o todo na comunicação verbal, pois o ouvinte recebe e compreende a significação do discurso e tem em relação a ele uma atitude responsiva ativa, ou seja, ele concorda, executa e responde – ou não.

Como toda compreensão é passível de resposta, assim que é dado o enunciado, o ouvinte (TU) torna-se o locutor (EU), movimento que delinea todo o ato de linguagem enquanto troca entre duas pessoas. Outro ponto destacado por Bakhtin (2011) é a possibilidade de o ouvinte não dizer ou fazer algo. Este ato, visto como uma resposta passiva (sem ação) é, na verdade, uma resposta ativa, pois ao não atender ao locutor, o ouvinte está se manifestando.

Nesse sentido, ao desenvolver sua teoria da enunciação, Benveniste (1989) enfatiza que quando o locutor (EU) se apropria da língua, ele imediatamente reconhece o outro (ouvinte) diante de si, independente do grau de presença que atribua a ele. Nesse contexto, Benveniste (1989) define três categorias: pessoas (EU e TU enquanto sujeitos do ato que dividem o espaço do discurso e mantêm uma forte relação de identidade e alteridade; e um ELE, papel que cabe ao referente) que são interpeladas pela ideologia, tempo e espaço concretos, fazendo com que todo enunciado seja feito aqui e agora. Isto porque, na enunciação, a língua está ligada à expressão desta relação com o mundo, com o contexto socio-histórico.

Deste modo, todo ato de linguagem depende dos saberes supostos entre os protagonistas da linguagem, que são carregados de dimensões implícitas e explícitas. Tanto Bakhtin (2011) quanto Benveniste (1989) vão além do conceito comunicacional que reduz o ato de linguagem à relação *Emissor -> Mensagem -> Receptor*, pois este último não é passivo: ele constrói uma interpretação sobre o enunciado a partir de seu ponto de vista sobre as circunstâncias do discurso e sobre quem enuncia (EU) e suas intenções.

Charaudeau e Maingueneau (2012, p.458) enfatizam que o sujeito é “todo indivíduo que produz um ato de linguagem”, independente dos papéis que ele assume, da sua natureza ou das operações que ele executa em uma situação de comunicação, independentemente de estar em posição de produção ou compreensão. Por isso, muitas vezes, usam-se outros termos para referir-se ao sujeito, como por exemplo locutor e emissor (de um lado) ou receptor e ouvinte (de outro lado).

Ou seja, o sujeito refere-se ao lugar de produção da significação linguageira, para o qual essa significação retorna, a fim de constituir este indivíduo. Percebe-se que ele não é um indivíduo preciso nem um ser coletivo particular, mas sim uma abstração que produz e interpreta a significação de acordo com os lugares que ocupa no ato linguageiro. Já os parceiros podem ser entendidos como "pessoas associadas" a partir de uma relação contratual, a qual depende do jogo de interesses que é construído pelo próprio ato de linguagem. Assim, os parceiros só existem na medida em que se reconhecem e se constroem uns aos outros, considerando os estatutos que eles imaginam na interação linguageira. (CHARAUDEAU, 2001).

A constante relação do sujeito com a alteridade permite entender que

O sujeito do discurso é, ao mesmo tempo, sobredeterminado – mas somente em partes – pelo condicionamento de ordens diversas, e livre para operar suas escolhas no momento de focalizar seu discurso. Ele é, ao mesmo tempo, coagido pelos dados da situação de comunicação (o contrato) que o conduzem a se comportar discursivamente de uma certa maneira, e livre de se individuar, o que o leva a usar estratégias. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 458).

É neste complexo mecanismo de discursivização que Charaudeau concebe a relação entre os sujeitos em dois níveis. O primeiro é o nível situacional, externo ao que é dito, no qual ficam o sujeito comunicante (EU-comunicante ou EUc) e o sujeito interpretante (TU-interpretante ou TUi). O segundo é o nível discursivo, interno ao dito (ou seja, o lugar de fala), no qual estão o sujeito enunciador (EU-enunciador ou EUe) e o sujeito destinatário (TU-destinatário ou TUd).

Esta compreensão faz do ato de linguagem uma atividade metalinguística dividida em dois processos entre quatro sujeitos: a Produção, na qual o EUe se dirige a um TUd que é idealizado pelo EUc; e a Interpretação, na qual o TUi constrói uma imagem do EUc do locutor.

Nos jogos discursivos do ato de linguagem, Charaudeau e Maingueneau (2008) resgatam em Benveniste (1988) a relação interdependente entre um EU e um TU como atores do discurso. Contudo, esse ato de linguagem institui o jogo não entre dois sujeitos comunicacionais apenas, mas quatro. Trata-se de “um fenômeno que combina o dizer e o fazer” (CHARAUDEAU, 2001, p.

28, grifo do autor), entendendo-se “fazer” por instância situacional, espaço das restrições, e “dizer” por instância discursiva, espaço das estratégias. Este modelo duplica a interação EU–TU da enunciação ao concebê-la nestes dois campos de ação: um circuito externo (instância situacional) e um circuito interno (instância discursiva), ligados entre si por um contrato de comunicação, compondo assim o ato de linguagem. (FREITAS; BOAVENTURA, 2017, p. 113).

A classificação dos sujeitos estabelecida por Charaudeau e Maingueneau (2012, p. 459) passa pela distinção e agrupamento dos termos identificados em dois critérios:

1. A oposição entre locutor externo/interno ao discurso parte da hipótese que todo sujeito falante<sup>50</sup> é suscetível a ter uma identidade social (aquela que coloca o sujeito como portador de um estatuto social, uma intencionalidade comunicativa) e uma identidade discursiva (a do ser de linguagem responsável pelo processo de enunciação);
2. A oposição produção/recepção refere-se aos papéis que os parceiros em uma troca verbal assumem no momento em que ela ocorre. Sucessiva e alternadamente, eles trocam de posição e assumem um o papel do outro.

O Quadro 5 apresenta de forma visual a organização dos termos que se referem aos diferentes sujeitos de linguagem a partir dos dois critérios mencionados:

**Quadro 5 – Organização dos sujeitos de linguagem conforme posições de produção ou recepção e sua internalidade ou externalidade em relação ao discurso**

(continua)

Sujeito	Posição de produção	Posição de recepção
Externo (ao discurso)	Emissor	Receptor*
	Locutor*	{ Interlocutor *Alocutário
	Autor	{ Ouvinte Leitor

<sup>50</sup> aquele que exerce a atividade da linguagem.

**Quadro 5 – Organização dos sujeitos de linguagem conforme posições de produção ou recepção e sua internalidade ou externalidade em relação ao discurso**

(conclusão)

Sujeito	Posição de produção	Posição de recepção
Interno (ao discurso)	Enunciador*	Destinatário *Alocutário Coenunciador
	Narrador	
	Autor modelo	Leitor modelo

Fonte: Charaudeau e Maingueneau (2012, p. 459)

Estes pontos permitem estabelecer quem são os quatro sujeitos envolvidos no processo comunicacional, segundo Charaudeau (2012, 2014):

- EUE – é o responsável pelo ato de fala e oculta, em maior ou menor grau, o EUC. Como o TUD, existe no e pelo ato de produção e interpretação. É o ser de fala construído pelo ato de enunciação do sujeito comunicante (EUC) e fica no espaço interno do ato de linguagem, ou seja, na encenação do dizer. Ele constitui de algum modo a identidade enunciativa que o sujeito comunicante dá a si mesmo, a qual pode ser diferente de acordo com os papéis que precisa assumir em função das coerções da situação e dos propósitos estratégicos do sujeito comunicante;
- EUC – é o sujeito agente que se institui como locutor e articulador da fala, determinado como sujeito comunicante. Participa de todo o ato de linguagem, apesar de estar em posição de exterioridade em relação à configuração verbal do ato, juntamente com o sujeito interpretante (TUI). Tem identidade psicossociolinguageira, embora se relacione aos papéis comunicacionais que o sujeito deve encenar em dada situação de comunicação. Ele é o centro de uma intencionalidade de comunicação, de um projeto de dizer elaborado na instância mesma do ato de enunciação, considerando-se coerções situacionais e visando mobilizar estratégias discursivas;
- TUD – o TU destinatário é o interlocutor fabricado pelo EU como destinatário ideal, sobre o qual o EU tem domínio, transparente e entendido como o sujeito da fala. É aquele ao qual o emissor destina sua mensagem com a ideia de que será interpretada da maneira que ele o deseja, e que inscreve, portanto, em seu ato de enunciação;

- TUi – o TU interpretante age fora do ato de enunciação produzido pelo EU, sendo responsável pela interpretação do enunciado. Opaco, ele também tem uma identidade psicossociolinguageira e desempenha o papel de intérprete das mensagens, procedendo por inferências a partir dos dados situacionais que consegue selecionar, do contexto da mensagem, da maneira como imagina o emissor (sujeito comunicante ou EUc) e de seu próprio posicionamento. Por isso, depende apenas de si e se institui no momento que interpreta.

A concepção dos sujeitos de Charaudeau (2012, 2014) ganha valor quando analisada dentro do ato de linguagem, no qual cada sujeito assume seu papel e exhibe suas principais características. A compreensão do ato de linguagem, que será apresentada a seguir, é essencial para a realização da análise proposta nesta tese.

### 3.2 O ATO DE LINGUAGEM, O PAPEL DOS SUJEITOS E O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO ASSUMIDO ENTRE ELES

Por não ser o resultado de uma única intenção do emissor nem resultar de um duplo processo simétrico entre Emissor e Receptor, o ato de linguagem, como afirma Charaudeau (2014), resulta do jogo entre o implícito e o explícito e depende de circunstâncias de discurso<sup>51</sup> específicas, do ponto de encontro entre os processos de produção e interpretação e é encenado por duas entidades enquanto sujeito de fala (EUe/EUc) e sujeito agente (TUd/TUi).

Freitas e Boaventura (2017) reforçam, com base nas ideias de Charaudeau, a necessidade de o ato de linguagem ser entendido de forma mais extensa, pois designa o conjunto da realidade linguageira. Nesse sentido, o ato de linguagem apresentado por Charaudeau é a combinação entre os próprios circuitos externo e interno, espaços onde se estabelece o contrato de comunicação e o sujeito enunciador define as estratégias discursivas que usará para persuadir o destinatário.

Charaudeau (2001, p.28, grifo nosso) define o ato de linguagem como

um fenômeno que combina o *dizer* e o *fazer*. O *fazer* é o lugar da *instância situacional* que se auto define pelo espaço que ocupam os responsáveis por este ato. O *dizer* é o lugar da *instância discursiva* que se autodefine como

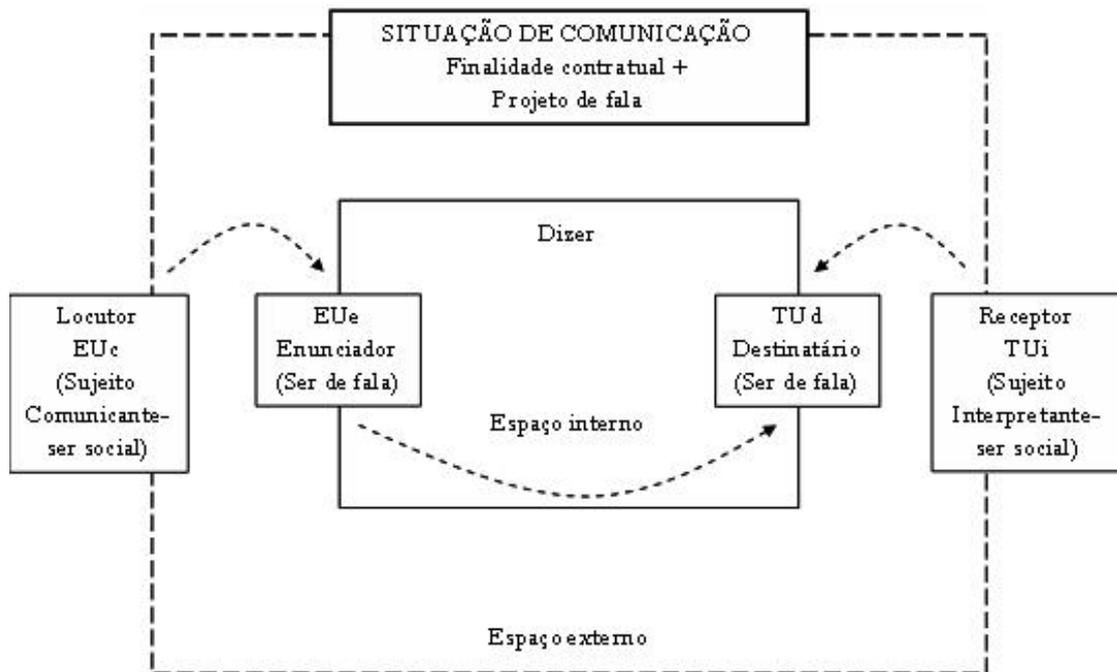
---

<sup>51</sup> “Conjunto de condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação [...] o que permite aos parceiros de uma troca linguageira reconhecerem um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeitos desse ato (identidade), reconhecerem o objetivo do ato que os sobredetermina (finalidade), entenderem-se sobre o que constitui o objeto temático da troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam este ato (circunstâncias).” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 133).

uma encenação da qual participam seres de palavra. Essa dupla realidade do *dizer* e do *fazer* nos leva a considerar que o ato de linguagem é uma totalidade que se compõe de um *circuito externo* (fazer) e o *circuito interno* (dizer), indissociáveis um do outro.

Dessa forma, o ato de linguagem e seus sujeitos pode ser entendido a partir do esquema apresentado na Figura 9:

**Figura 9 – representação do ato de linguagem**



**Fonte: Charaudeau (2014, p. 52)**

Como mostra a Figura 9, todo ato de linguagem tem dois circuitos de produção de saber, definidos por Charaudeau (2014) como o circuito da fala configurada (espaço interno que reúne os seres de fala, ou seja, o EUC e o TUD, assim como a representação discursiva) e o circuito externo à fala configurada (representação da situação de comunicação, é o espaço externo que reúne os seres agentes instituídos como imagem de sujeito comunicante – EUC – e interpretante – TUI).

Na produção do ato de linguagem, é o EUC quem organiza, dentro de suas competências e restrições, o projeto global de comunicação pretendido. Ele objetiva que seu ato de linguagem tenha sucesso e, para isso, precisa que haja coincidência de interpretação entre o TUI e o TUD. Para isso, ele usará contratos e estratégias de comunicação.

Ou seja, no momento em que projeta sua fala, o sujeito comunicante tem consciência de que precisa ser legitimado (reconhecido pelo parceiro) como alguém

que pode fazer aquela comunicação. Assim, ele é um sujeito enunciador (EUE) empoderado dessa legitimação ao mesmo tempo em que idealiza e visualiza o sujeito destinatário (TUD) sobre o qual sua fala buscará o efeito desejado; entretanto, este sujeito destinatário (TUD) também é idealizado e, por isso, depende do sujeito interpretante (TUI) que é e que se manifesta aderindo, refutando ou ignorando o discurso do comunicante (EUC).

Sobre o ato de linguagem, Machado e Reis (2015, p.206) afirmam que

em sua aparente simplicidade, ele reflete bem a busca de sentidos em determinados enunciados ou macro-enunciados, já que expõe dois espaços: em um deles, o externo, temos o mundo dito “real”, onde indivíduos como eu ou vocês que me leem circulam e tentam se comunicar e se fazer entender; no outro, temos os sujeitos-de-papel ou seres criados para assumir essa comunicação; evidentemente, os dois espaços se comunicam.

Com base no reconhecimento de que o ato de linguagem opera a partir das relações de quatro sujeitos em dois espaços, torna-se necessário conhecer os quatro princípios estabelecidos por Charaudeau (2005) e organizados no Quadro 6:

**Quadro 6 - Quatro princípios do ato de linguagem e suas características**

(continua)

<b>Princípio</b>	<b>Características</b>
Alteridade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• estabelece o ato como um fenômeno de troca entre dois parceiros;</li> <li>• ocorre em uma relação não simétrica, a qual demanda (1) produzir/emitir a palavra e (2) receber/interpretar essa palavra, em um ato de reconhecimento recíproco dos dois papéis de base entre os sujeitos;</li> <li>• reforça a existência do eu e do outro e que o outro constitui o eu, porque o ato de comunicação resulta de uma co-construção dos sujeitos.</li> </ul>
Pertinência	<ul style="list-style-type: none"> <li>• exige que o interlocutor (destinatário) consiga entender que o locutor tem uma intenção, ou seja, um projeto de fala que dá ao ato de linguagem uma razão de ser;</li> <li>• exige que os sujeitos envolvidos tenham em comum um mínimo de dados que constituam este ato, que é o que permite o diálogo;</li> <li>• os sujeitos envolvidos também devem reconhecer a existência de certos saberes sobre o mundo - os saberes compartilhados - que permitem o estabelecimento da intercompreensão.</li> </ul>

**Quadro 6 - Quatro princípios do ato de linguagem e suas características**

(conclusão)

Princípio	Características
Influência	<ul style="list-style-type: none"> <li>• relaciona-se com a intenção que o sujeito falante inscreve em uma finalidade acional, a qual o obriga a se questionar como deve falar para agir sobre o outro, a partir das postulações que ele faz sobre o seu parceiro;</li> <li>• a resposta à essa questão auxilia na definição das estratégias discursivas que ele adotará para fazer o seu parceiro linguageiro aderir (ou não, ou ainda ficar indiferente) ao seu projeto de fala.</li> </ul>
Regulação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• determina (1) as condições para que os parceiros da comunicação entrem em contato e se reconheçam como legitimados e (2) as condições para que a troca comunicativa prossiga e atingir os seus fins;</li> <li>• permite ao sujeito comunicante expor certas estratégias visando assegurar a continuidade ou a ruptura da troca comunicativa e que podem demandar a aceitação/rejeição da palavra do outro; a valorização/desvalorização do parceiro; e a reivindicação/afirmação, por parte do falante, da sua identidade.</li> </ul>

**Fonte: Charaudeau (2005)**

Esses quatro princípios, que são indissociáveis, estabelecem o que Charaudeau (2001) chama de contrato de comunicação, que é o “conjunto das condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação”. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 132). É o contrato que determina uma parte da identidade dos parceiros para que eles sejam legitimados na situação de troca em que se colocam. Charaudeau (2001) complementa que é papel do contrato ligar os parceiros de forma que eles possam, através do ato de linguagem, co-constituir sentido e se legitimar.

O contrato de comunicação, segundo Charaudeau (2014), pressupõe que indivíduos que participam de um mesmo corpo de práticas sociais possam chegar a um acordo sobre as representações linguageiras destas práticas. Para que isso ocorra, o EUC precisa fornecer elementos que permitam ao TUi reconhecer nas palavras empregadas o mesmo sentido dado pelo EUC, o que gera, por parte do TUD, a convivência ou concordância desejada pelo EUC.

Todo ato de linguagem depende de um contrato de comunicação, pois é ele que sobredetermina os protagonistas da linguagem em sua dupla existência de sujeitos agentes e sujeitos de fala e legitima a fala ao fornecer o estatuto sociolinguageiro aos sujeitos.

A estratégia, de acordo com Charaudeau (2014, p. 56), baseia-se na hipótese de que

O sujeito comunicante (EUc) concebe, organiza e encena suas intenções de forma a produzir determinados efeitos – de persuasão ou de sedução - sobre o sujeito interpretante (TUi), para levá-lo a se identificar – de modo consciente ou não com o sujeito destinatário ideal (TUd) construído por EUc.

O conceito de estratégia discursiva reforça o que Machado (2012) comenta sobre a não aleatoriedade dos enunciados:

Todos os enunciados, ou atos de linguagem ou ainda atos comunicativos, jogados na arena discursiva, não são aleatórios: eles têm uma razão de ser. “Salvo em interjeições ou em atos falhos”, poderão retrucar. Insisto, porém: nem mesmo aí existe a aleatoriedade. As palavras da língua, usadas para a formação desses diferentes atos, já vêm carregadas de intenções e, como afirmam Anscombe e Ducrot (1983), oferecem aos seus usuários diferentes maneiras de se exprimir para influenciar seus interlocutores. (MACHADO, 2012, p. 190).

Ou seja, o sujeito comunicante elaborará e exporá seu discurso com determinado objetivo, o qual espera que seja correspondido. É para isso que ele elabora e põe em ação uma estratégia de discurso.

Segundo Charaudeau (2014), há três estratégias discursivas:

- a) estratégia de legitimação: dá ao enunciador o direito à palavra e a possibilidade de ser ouvido;
- b) estratégia de credibilidade: o sujeito visa a alcançar uma posição de confiabilidade junto a seu interlocutor;
- c) estratégia de captação: o sujeito enunciador busca seduzir ou persuadir o destinatário, fazendo-o aderir ao ato e partilhar a intencionalidade, os valores e as emoções que esse ato carrega em si.

Freitas e Boaventura (2017) destacam que as estratégias de legitimação e credibilidade licenciam o locutor a falar e ser ouvido, enquanto a estratégia de captação tem como objetivo o de persuadir e/ou convencer o interlocutor a algo. Esses estudiosos reforçam que, apesar de suas diferenças, as estratégias discursivas não se excluem e com frequência operam simultaneamente.

Dessa forma, reforça-se que a comunicação está envolvida por uma dupla aposta: quem fala espera que seus contratos serão bem percebidos pelo destinatário e que suas estratégias produzam o efeito desejado. Esta dupla aposta converge em uma encenação, a qual é recebida e revista pelo sujeito interpretante, que detecta e interpreta a mensagem e pode reagir de três maneiras: não dominar completamente os efeitos produzidos pelo EUc; não dominar seu próprio inconsciente e transparecer evidências externas ao seu ato de linguagem, ou seja, reagir de forma inesperada ou

não desejada; e compreender de forma equivocada o ato, por não estar consciente do contexto sócio-histórico que o iniciou.

Ao realizar a análise de um ato de linguagem, é preciso ir além da intenção do sujeito comunicante (EUc) ou da compreensão do sujeito interpretante (TUi), para fugir de uma visão simplista sob apenas um ponto de vista. É necessário dar conta dos possíveis interpretativos<sup>52</sup> que surgem no encontro dos processos de produção e interpretação, respondendo “quais sujeitos o texto faz falar?”.

Como pode ser influenciada por diferentes categorias que envolvam tanto o contexto situacional quanto um conhecimento prévio por parte dos sujeitos envolvidos, entre outros elementos extratextuais, a relação contratual depende desses componentes que são mais ou menos objetivos e que ganham maior ou menor pertinência a partir do jogo de expectativas que envolve o ato de linguagem.

Charaudeau (2001) indica a existência de três componentes situacionais do contrato de comunicação. São eles:

- a) O *componente comunicacional* é o quadro físico da situação interacional e responde a perguntas como; os parceiros estão presentes? eles se veem? a partir de que canal eles estão se comunicando?
- b) O *componente psicossocial* tem relação com os estatutos que os parceiros podem reconhecer um no outro, como idade, categoria socioprofissional, nível hierárquico ou relação de parentesco, entre outros.
- c) O *componente intencional* surge a partir de um conhecimento a priori que cada um dos parceiros possui ou idealiza sobre o outro, de forma imaginária, considerando os saberes supostamente partilhados (intertextuais). Ele se baseia em (1) o que está em pauta e com qual finalidade? e (2) como isso será veiculado e qual é a intenção estratégica?.

Por ter a iniciativa no processo de produção do ato de linguagem, cabe ao sujeito comunicante (EUc) encenar o dizer considerando esses três componentes situacionais. Charaudeau (2001) reforça que as possibilidades/hipóteses que esse EUc constrói sobre o sujeito interpretante (TUi) surgem a partir do componente intencional, ou seja, delimita o lugar de fala do sujeito comunicante (EUc). Cabe ao TUi a iniciativa do processo de interpretação, ou seja, usar os mesmos três

---

<sup>52</sup> Como o ato de linguagem passa pelas práticas sociais de um grupo, constitui as representações linguageiras das experiências de seus indivíduos. Ao analisar os elementos linguageiros, semânticos e formais que o compõem, faz-se surgir os possíveis interpretativos. (CHARAUDEAU, 2014).

componentes para construir uma interpretação que resulte uma interação (ou não) com o EUc.

Segundo Charaudeau (2013), toda troca linguageira se realiza no quadro de intencionalidade cuja garantia são as restrições da situação de comunicação. Ou seja, há uma espécie de acordo prévio sobre os dados do quadro de referência e, por isso, os sujeitos participantes da situação de comunicação precisam subscrever ao contrato de comunicação, que faz o reconhecimento das condições de realização da troca linguageira.

O contrato de comunicação resulta da soma de duas situações: os dados externos, que são as características próprias relacionadas à situação de troca entre os sujeitos envolvidos; e os dados internos, que são as características discursivas decorrentes desse ato.

Sobre os dados externos do contrato de comunicação, Charaudeau (2010, p. 84) explica que

As instruções situacionais do ato de comunicação devem ser consideradas como dados externos, tendo por finalidade construir o discurso; elas respondem à questão do ‘estamos aqui para dizer o quê?’ e, fazendo isso, elas encontram seu correspondente em um ‘como dizer?’ A ligação entre os dados externos e a construção discursiva é de causalidade, mas ela não se estabelece em uma correspondência termo a termo. Os dados determinam o que deve ser o quadro do tratamento linguageiro no qual eles vão se ordenar.

Os dados externos são “constituídos por regularidades comportamentais dos indivíduos que aí efetuam trocas e pelas constantes que caracterizam essas trocas e que permanecem estáveis por um determinado período”. (CHARAUDEAU, 2013, p. 68). Eles são agrupados em quatro categorias, cada uma relacionada a um tipo de condição de enunciação da produção linguageira:

1. finalidade: requer que todo ato de linguagem tenha um objetivo, respondendo questões como “estamos aqui para dizer o quê?”. “A resposta a essa questão [...] se dá em termos de *visadas*<sup>53</sup>, pois na comunicação linguageira o objetivo é, da parte de cada um, fazer com que o outro seja incorporado à sua própria intencionalidade”. (CHARAUDEAU, 2013, p. 69);
2. identidade: requer que todo ato de linguagem dependa dos sujeitos inscritos e responde à questão como “quem troca com quem?” ou “quem se dirige a quem?”, a partir de termos de natureza social e psicológica, traços de personalidade e de status social, econômico e cultural;

---

<sup>53</sup> as visadas discursivas serão apresentadas com mais profundidade na sequência deste capítulo.

3. propósito: requer que todo ato de linguagem se construa em torno de um domínio de saber, ou seja, de uma forma de recortar e tematizar o mundo, respondendo a questão “do que se trata?”. Funciona como um macrotema (e, se necessário, subtemas e temas adjacentes) que deve ser reconhecido com antecedência pelos parceiros;
4. dispositivo: requer que todo ato de linguagem seja construído de forma particular (única), conforme as suas circunstâncias materiais, respondendo à pergunta em que ambiente o ato se inscreve, que lugares físicos os parceiros ocupam e qual canal de transmissão é usado. Ele determina certos ‘modos de semiologização’, ou seja, a organização textual (verbal e/ou visual) do ato de comunicação.

Reforça-se assim que "as instruções discursivas não correspondem a uma obrigação de emprego desta ou daquela forma textual, mas a um conjunto de comportamentos discursivos possíveis entre os quais o sujeito comunicante escolhe aqueles que são suscetíveis de satisfazer às condições dos dados externos". (CHARAUDEAU, 2010, p. 4).

Na sequência, estabelecem-se os dados internos, aqueles que são propriamente discursivos e respondem à questão “como dizer?”.

Trata-se de saber como devem ser os comportamentos dos parceiros da troca, suas maneiras de falar, os papéis languageiros que devem assumir, as formas verbais (ou icônicas) que devem empregar, em função das instruções contidas nas restrições situacionais. Esses dados constituem as restrições discursivas de todo ato de comunicação, são o conjunto dos comportamentos languageiros esperados quando os dados externos da situação de comunicação são percebidos, compreendidos, reconhecidos. (CHARAUDEAU, 2013, p. 70).

Charaudeau (2013) agrupa os dados internos em três espaços de comportamentos languageiros:

- a) locução: neste espaço, o sujeito falante deve resolver a questão da “tomada de palavra”, justificando porque tomou a palavra (em nome de quê), impondo-se como sujeito falante e identificando o interlocutor a quem se dirige;
- b) relação: quando ao construir sua identidade e a do interlocutor, é neste espaço que o sujeito falante “estabelece relações de força ou de aliança, de inclusão ou de exclusão, de agressão ou de conivência com o interlocutor” (CHARAUDEAU, 2013, p. 71);
- c) tematização: é onde são tratados e organizados os domínios do saber, o tema (ou temas) da troca, o que pode ser introduzido pelos participantes ou

predeterminado por instruções das restrições comunicacionais. É quando o sujeito falante não apenas toma posição em relação ao tema escolhendo um modo de intervenção (diretivo, de retomada, continuidade), mas também escolhe um modo de organização discursivo (descritivo, narrativo) para este campo temático.

O resultado de toda essa composição elaborada pelo EUc visando impactar o TUi são as estratégias discursivas, as quais buscam produzir efeitos de discurso, que são divididos por Charaudeau (2001) entre efeitos possíveis (visadas) e efeitos produzidos (de acordo com a resposta do TUi). As visadas discursivas serão apresentadas na sequência, por serem elemento fundamental para a realização da análise proposta nesta tese.

### 3.3 VISADAS DISCURSIVAS

Segundo Charaudeau (2004, p. 5), as visadas discursivas são "uma intencionalidade psicossociodiscursiva que determina a expectativa (*enjeu*) do ato de linguagem do sujeito falante e, por conseguinte, da própria troca languageira".

As visadas são definidas na instância de produção do ato de linguagem e têm como objetivo serem reconhecidas como tais pela instância de recepção pelo sujeito destinatário idealizado pelo sujeito emissor. Por isso, tanto o locutor quanto o interlocutor devem poder recorrer a elas.

Dessa forma, Charaudeau (2004, p. 5) estabelece que as visadas devem corresponder às "atitudes enunciativas de base que podem ser encontradas em um grande corpus de atos comunicativos reagrupados em nome de sua orientação pragmática, mas além de sua ancoragem situacional". As visadas são categorizadas em quatro tipos, os quais descrevem a intenção do sujeito enunciador ao tomar a palavra, conforme apresentaremos na sequência.

#### 3.3.1 Tipos de visadas

A definição dos tipos de visadas estabelecida por Charaudeau (2004) passa por um duplo critério. Em primeiro lugar, deve-se considerar a intenção pragmática do EU em relação à posição que ele ocupa como enunciador na relação de força que o

liga ao TU. Deve-se, também, considerar a posição que da mesma forma o TU deve (enquanto horizonte de expectativa) ocupar.

Em *O Contrato de Informação Midiático*, capítulo do livro *Discurso das Mídias* (2013), Charaudeau destaca a existência de quatro tipos de visadas, as quais orientam o outro a aderir (ou não) à própria intencionalidade do sujeito comunicante. São elas:

- a) prescritiva: consiste em querer “*fazer fazer*”, ou seja, querer convencer o outro a agir conforme determinada orientação;
- b) informativa: consiste em querer “*fazer saber*”, isto é, querer transmitir um saber a quem o sujeito comunicante presume não possuir esse saber;
- c) incitativa: consiste em querer “*fazer crer*”, levando o outro a pensar que o que está sendo comunicado é verdadeiro (ou deveria ser);
- d) *pathos*: consiste em querer “*fazer sentir*”, provocando no outro um estado emocional, que poder ser agradável ou não.

Cada situação de comunicação tem, pelo menos, uma visada, a qual define a finalidade do ato de linguagem em questão. A visada e sua finalidade, como aponta Charaudeau (2004), são combinadas com outros componentes, como a identidade dos participantes (e as instâncias que eles representam: no caso da comunicação publicitária, a instância publicista X a instância consumidora); o propósito e sua estruturação temática (novamente exemplificando a partir da publicidade, seria o sonho do bem estar do indivíduo); e as circunstâncias que precisam as condições materiais da comunicação (ou seja, o suporte midiático comunicacional). Isso ocorre porque

Charaudeau (2004, p. 6) explica que “é a situação de comunicação que determina, a partir de suas características, as condições de produção e de reconhecimento dos atos de comunicação, condições de enunciação sob seu aspecto externo”. Ela também estrutura o domínio de prática em domínio de comunicação, pois cada caso em particular inscreve, em seus componentes, os dados gerais que instruem o domínio e, simultaneamente, especificações que lhe são próprias.

A existência dessas condições gerais reforça a existência de um contrato de comunicação, pois “todo domínio de comunicação propõe a seus parceiros um certo número de condições que definem a expectativa (*enjeu*) da troca comunicativa, que sem o seu reconhecimento não haveria possibilidade de intercompreensão”. (CHARAUDEAU, 2004, p. 6).

Além disso, a noção de contrato permite que todos os textos que tenham as mesmas condições situacionais sejam reunidos, constituindo-se corpus em torno do contrato global de comunicação (corpus de textos publicitários, por exemplo) e/ou em torno das variantes mais específicas (corpus de propagandas publicitárias distinto de um corpus de cartazes de rua).

Para complementar este capítulo, apresentaremos na sequência as perspectivas que outros pesquisadores deram à representação do ato de linguagem de Patrick Charaudeau, a partir de diferentes objetos de estudo.

### 3.4 NOVOS ARRANJOS DADOS AO ATO DE LINGUAGEM

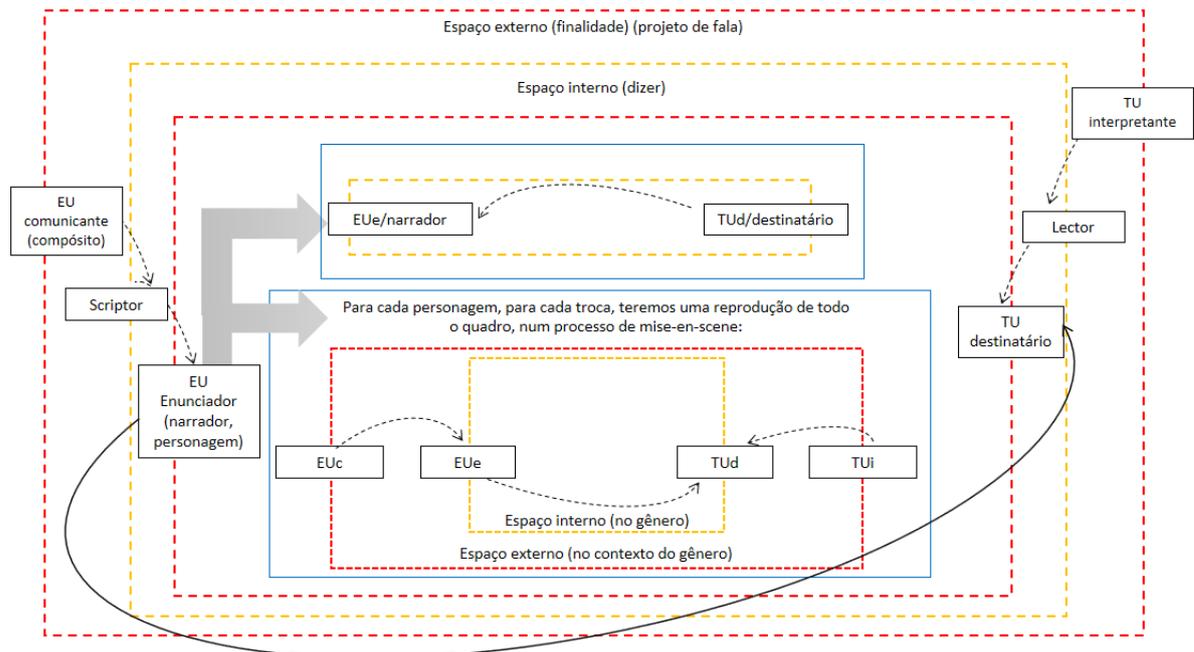
A representação do ato de linguagem elaborada por Patrick Charaudeau serve de base para diferentes estudos, sendo adaptada a partir do cruzamento de suas ideias com a de outros teóricos, assim como outras propostas metodológicas que vão ao encontro dos apontamentos do pesquisador francês.

Um exemplo é o quadro construído por Ida Lucia Machado e Emília Mendes (2013), que une o ato de linguagem de Charaudeau ao modelo pensado por Jean Peytard para o texto literário e ficcional.

Em Charaudeau (2013), podemos observar como a gênese deste quadro se deu, em meio a uma efervescência peculiar de teorias sobre a linguagem. Assim, o autor afirma que o modelo polifônico seria uma coincidência com um outro modelo pensado para o texto literário, de autoria de Jean Peytard (1983). A formulação do quadro dos sujeitos da linguagem na versão charaudeana tem como fonte T. Todorov, G. Genette e R. Barthes, enquanto Peytard teria como fonte J. Schmidt, F. Vernier, Ph. Lejeune, P. Bourdieu, dentre outros. As duas propostas são o retrato da vontade de definir um sujeito não mais único, mas fragmentado numa multiplicidade de vozes e papéis sociais bem como papéis discursivos. (MACHADO, MENDES, 2013, p. 7).

Esse viés teórico é usado por Machado e Mendes (2013, p.7) para inserir a "figura do scriptor no quadro dos sujeitos da linguagem, com o objetivo de se trabalhar o texto literário via análise do discurso", como é apresentado na Figura 10:

**Figura 10 – proposta de quadro do ato de linguagem, a partir de Charaudeau, para o gênero narrativo (ficcional ou factual)**

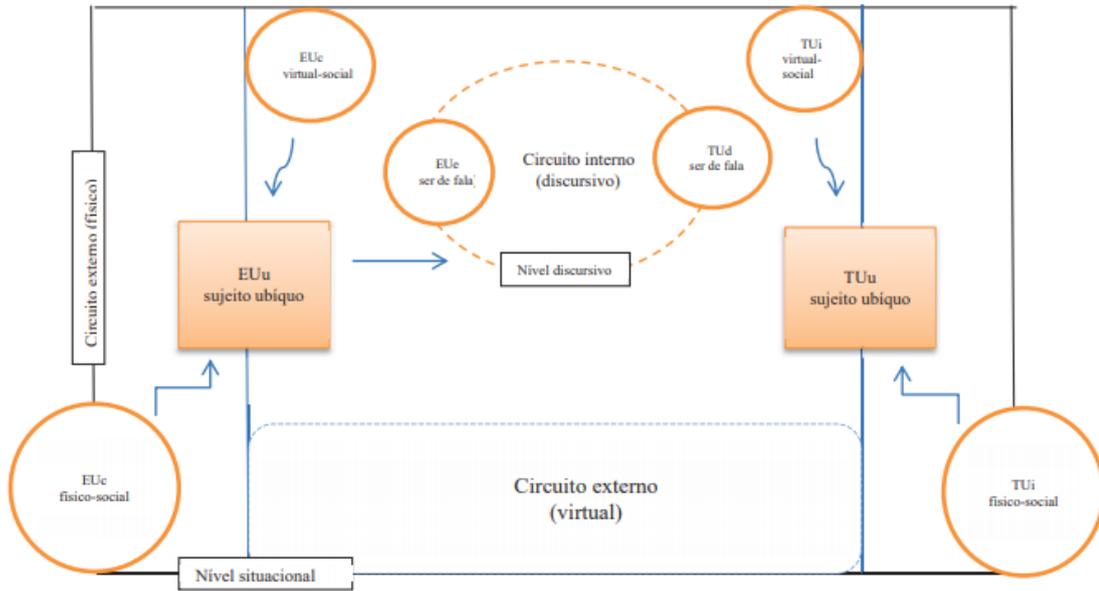


**Fonte: Machado e Mendes (2013, p. 8)**

O quadro do ato de linguagem pensado a partir do gênero narrativo pode servir como base para o estudo sobre o discurso produzido das narrativas ficcionais seriadas, o que é a proposta desta tese. Ele se torna relevante porque leva em consideração a polifonia na comunicação a partir da identificação da presença de diferentes personagens na narrativa analisada, seja ela real ou ficcional.

Outro estudo que pode colaborar com o desenvolvimento desta tese é o proposto por Luis Henrique Boaventura (2017). Para estabelecer procedimentos de análise de discursos no Twitter, ele elaborou um quadro em que se baseia nos estudos de Lucia Santaella sobre ubiquidade, entre outros pesquisadores, para acrescentar as articulações com o virtual e o físico ao ato de linguagem de Charaudeau. Para tanto, esse estudioso levou em conta também a articulação que estes circuitos externos fazem com os seres sociais enquanto seres ubíquos (Figura 11):

**Figura 11 – proposta do quadro do ato de linguagem, com base em Charaudeau, para o discurso em sites de redes sociais (Twitter)**



**Fonte: Boaventura (2017, p. 100)**

Nessa proposta, Boaventura (2017) considera que, além dos quatro sujeitos presentes no ato de linguagem de Charaudeau, há mais dois, ubíquos (presentes em mais de um lugar social de forma simultânea) e responsáveis pela projeção dos seres discursivos e pela encenação das estratégias de discurso.

A partir dessa revisão teórica e da identificação dos principais pontos que norteiam a Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, proposta por Patrick Charaudeau e outros pesquisadores que o usam como base para seu estudo, torna-se possível apresentar no próximo capítulo os procedimentos metodológicos que nortearão esta tese.

#### 4. "QUANDO A GENTE É MOVIDO PELA FORÇA DO QUERER É CAPAZ DE FAZER O IMPOSSÍVEL SE TORNAR POSSÍVEL"<sup>54</sup> : ESCOLHAS METODOLÓGICAS E PERCURSO DE PESQUISA



55

Antes de apresentar as escolhas metodológicas e os referenciais teóricos que norteiam esta pesquisa, é importante destacar a definição de metodologia que, segundo Prodanov e Freitas (2013, p.14), "vem do grego "meta" = ao largo; "odos" = caminho; "logos" = discurso, estudo" e, por isso, é entendida como a disciplina que estuda, compreende e avalia os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica.

Por isso, este capítulo traz, inicialmente, as escolhas metodológicas que ajudarão a definir os caminhos para a verificação da tese proposta por este estudo: "o crescimento da audiência dos Sites de Redes Sociais, como o Twitter, e do uso de outras plataformas de consumo de vídeo, não diminuiu a penetração e a relevância dos programas de TV com foco em entretenimento, como as novelas. Em um novo contexto comunicacional, mídia tradicional e novas mídias se retroalimentam e dialogam em um duplo ato de linguagem que surge pela TV Social e revela, discursivamente, uma audiência que fala nos SRSs sobre a teledramaturgia a que assiste e que se engaja enquanto coletividade".

Na sequência, apresenta-se o percurso da pesquisa e as particularidades que levaram a sua definição, bem como as categorias teóricas e metodológicas que, juntas, conduzirão a análise. Ao final, detalhar-se-á a telenovela *A Força do Querer*, que é o produto midiático que origina e fomenta a existência do objeto de estudo desta

<sup>54</sup> Twitter, MARIA, Ádria. "Quando a gente é movido pela força do querer é capaz de fazer o impossível se tornar possível." #AForçaDoQuerer tu es FODAAA @gloriafperez. 22 out. 2017. Twitter: @adriamariasouza. Disponível em: <<https://twitter.com/adriamariasouza/status/922248381099053056>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

<sup>55</sup> Twitter, PEREZ, Gloria. *Chegando pra esperar #aForçaDoQuerer*. 15 ago. 2017. Twitter: @gloriafperez. Disponível em: <<https://twitter.com/gloriafperez/status/897608646431055872>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

tese: os tweets publicados pela audiência adepta de TV Social durante a exibição de capítulos da novela pré-selecionados pela pesquisadora.

#### 4.1 ESCOLHAS METODOLÓGICAS

O conhecimento científico conta com diferentes métodos de procedimentos que “têm por objetivo proporcionar ao investigador os meios técnicos, para garantir a objetividade e a precisão no estudo dos fatos sociais”. (GIL, 2008, p. 15). Esses métodos orientam a realização da pesquisa social, especialmente em relação “à obtenção, ao processamento e à validação dos dados pertinentes à problemática objeto da investigação realizada”. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 36).

Este estudo baseia-se no método observacional, definido por Prodanov e Freitas (2013) como aquele em que o pesquisador apenas observa algo que acontece ou aconteceu. Ele se diferencia do experimental porque nele o cientista não toma providências para que algo ocorra e possa ser observado. Apesar de algumas investigações em ciências sociais se utilizarem apenas do método observacional, há a possibilidade de ele ser usado em conjunto com outros.

No caso desta pesquisa, o método observacional funde-se com o método monográfico, no qual o pesquisador busca observar e examinar os fatores e aspectos que influenciam o tema selecionado. Nesse método, faz-se o estudo de um caso em profundidade (que possa representar outros ou até todos os casos semelhantes), caso este que pode envolver “indivíduos, instituições, grupos, comunidade etc”. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 39).

Quanto à característica desta pesquisa, ela pode ser classificada como de natureza aplicada, pois busca gerar conhecimentos que tenham uma aplicação prática e que permitam a solução de problemas específicos. (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Em relação aos objetivos, é definida como explicativa a partir do momento em que se busca, com este estudo, ir além do “registro, da análise, da classificação e da interpretação dos fenômenos estudados” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 53); pretende-se, também, identificar fatores que contribuem com a ocorrência dos fenômenos e aprofundando, como explica Gil (2010, p. 28), “o conhecimento da realidade” ao explicar o porquê dos fatos. Ainda quanto aos objetivos, também é uma pesquisa descritiva, “observa, registra, analisa e ordena dados [...] sem interferência do pesquisador”, para descobrir como e com que frequência ocorre um fato, suas

características, natureza, causas e as relações com outros fatos, o que permite descrever as características de um fenômeno. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 52). Para tanto, ela usa técnicas padronizadas de coleta de dados, como entrevista, questionário e observação sistemática - sendo essa última a utilizada neste estudo.

Quanto aos procedimentos, este estudo é realizado a partir de três tipos de pesquisa, conforme Prodanov e Freitas (2013):

- a) bibliográfica: elaborada a partir de material publicado como livros e outras pesquisas, coloca a pesquisadora em contato com o que já se escreveu sobre o assunto;
- b) documental: materiais sem tratamento analítico ou que podem ser reelaborados conforme os objetivos da pesquisa, no caso, os tweets coletados para compor o corpus da análise; e
- c) pesquisa ex-post-facto: analisa situações que ocorreram naturalmente após algum acontecimento (no caso, as postagens no Twitter estimuladas pela exibição da telenovela na TV), permitindo a investigação de determinantes econômicos e sociais do comportamento da sociedade em geral. Ao estudar um fenômeno já ocorrido, o pesquisador tenta explicá-lo e entendê-lo.

Em relação à forma de abordagem do problema, este estudo é qualitativo, pois busca a interpretação e a atribuição de significados aos fenômenos analisados a partir de um contato direto da pesquisadora com o objeto de estudo.

No sentido de reforçar a cientificidade neste trabalho, é necessário ter o objeto de estudo bem-definido, o que significa apresentar uma "delimitação e descrição objetiva e eficiente da realidade empiricamente observável, isto é, daquilo que pretendemos estudar, analisar, interpretar ou verificar por meio de métodos empíricos". (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 17).

Quanto ao universo selecionado para análise, optou-se pela telenovela *A Força do Querer*, exibida de 3 de abril a 21 de outubro de 2017, por ser a telenovela da Rede Globo (emissora brasileira de TV aberta de maior audiência e alcance em total de domicílios no Brasil) do horário das 21h (faixa de programação conhecida como a da "novela das oito", que tem o custo publicitário mais caro da TV brasileira<sup>56</sup>).

---

<sup>56</sup> Informação disponível no Mídia Dados 2017. (GRUPO DE MIDIA, 2017).

Para delimitar a coleta dos tweets<sup>57</sup>, optou-se por capturar aqueles que contivessem o termo #AForçaDoQuerer (hashtag oficial da telenovela, divulgada previamente pela emissora) publicados na segunda-feira (estreia) e no sábado da primeira semana de exibição (3 e 8 de abril de 2017) e na segunda-feira e sexta-feira (último capítulo) da última semana de exibição (16 e 20 de outubro de 2017), totalizando 856 tweets a serem analisados (sendo 456 no primeiro período e 400 no segundo período)<sup>58</sup>. Esta é uma amostra do tipo não probabilística, composta "de forma acidental ou intencional. Os elementos não são selecionados aleatoriamente" (PRODANOV, FREITAS, 2013, p. 98), e intencional, pois é constituída pelo pesquisador a partir da seleção de um subgrupo da população que possa ser considerado representativo do todo, com base nas informações disponíveis.

A análise dos dois períodos permitirá compreender como a audiência adepta de TV Social entende o início e o fim da telenovela, quais assuntos considera mais relevantes (ou não) e de que forma se refere ao produto teledramatúrgico em diferentes contextos. Para delimitação desse corpus, foram selecionados os posts feitos entre 21h e meia-noite, o que permite analisar também a expectativa e a repercussão dos capítulos. Todos estes argumentos serão reforçados e aprofundados na sequência (seção 4.3). Antes disso, porém, é necessário apresentar os procedimentos metodológicos que embasarão a análise, assim como aqueles que nortearão o presente estudo, o que se faz na sequência.

#### 4.2 PERCURSOS E PARTICULARIDADES DA PESQUISA QUE CONDUZEM A ANÁLISE DO DISCURSO NA COMUNICAÇÃO NO TWITTER VIA TV SOCIAL

A proposta inicial desta pesquisa versava sobre a necessidade de se conhecer e compreender o que as pessoas postam nos sites de redes sociais sobre as telenovelas a que estão assistindo. Entretanto, essa ideia não teria a interdisciplinaridade proposta pelo Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, o que motivou essa pesquisadora a propor que análise do material a ser coletado (os tweets publicados durante a

---

<sup>57</sup> A coleta foi realizada pelo software IFTTT (Disponível em: <<https://ifttt.com>>. Acesso em: 10 ago. 2017), no qual é possível estabelecer fórmulas (no site, chamadas de applets) que conectam serviços online. Neste estudo optou-se pela fórmula: "IF (se) for postado no Twitter com a hashtag específica THAN THAT (então) é lançado em planilha no Google Drive".

<sup>58</sup> Os dados referentes ao corpus coletado e analisado serão apresentados de forma mais minuciosa no item 5.2 desta tese.

exibição de capítulos de uma telenovela) tivesse uma perspectiva Linguística, aplicando a Análise do Discurso de vertente francesa e tendo como principal referência teórico a obra de Patrick Charaudeau.

A interdisciplinaridade desta tese se apresenta quando observamos a Cultura enquanto elemento norteador dos objetivos da pesquisadora (apresentados na Introdução). Em 1997, Stuart Hall destacava, em *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*, que as tecnologias e a revolução da informação colaboravam com a expansão dos meios de produção, circulação e troca cultural, e que as mídias eletrônicas permitiam expandir as relações pelo tempo e espaço, aprofundavam a interconexão global e anulavam a distância entre as pessoas e os lugares.

Passados 20 anos da publicação de *A centralidade da cultura* (HALL, 1997), percebe-se que houve um maior aprofundamento na relação entre as possibilidades comunicativas e de consumo de informação e de entretenimento com a Cultura, o que reforça a relevância deste estudo, que visa observar e analisar um conhecido elemento cultural (a conversa sobre a teledramaturgia) que se amplifica a partir da apropriação das novas tecnologias para sua ocorrência.

Também se percebe o entrelaçamento da Cultura com a Linguagem, que é tratada por Hall (1997, p.28) como "um termo geral para as práticas de representação", tendo "uma posição privilegiada na construção e circulação do significado". A forma particular como as pessoas significam e classificam os objetos não necessariamente é a partir da realidade, mas dos jogos da linguagem e "o que consideramos fatos naturais são, portanto, também fenômenos discursivos". (HALL, 1997, p. 29).

Stuart Hall (1997, p. 29) nos permite definir Cultura a partir de dois fatores concomitantes: ela é "a soma de diferentes sistemas de classificação e diferentes formações discursivas aos quais a língua recorre a fim de dar significado às coisas" e "uma das condições constitutivas de existência de toda prática social, pois esta depende e tem relação com o significado, ou seja, "que toda prática social tem uma dimensão cultural". (HALL, 1997, p.33).

Cultura e Linguagem também se fazem presentes quando pensamos a presença da Comunicação neste estudo. Ao ter seu consumo (audiência) relacionado aos novos formatos de comunicação, como acontece quando as pessoas adeptas do hábito de TV Social tuitam sobre a novela que estão assistindo, as dramatizações televisivas colocam-se como suporte de uma nova produção cultural.

As dramatizações televisivas, enquanto produtos culturais de alcance nacional, não são recebidas por um consumidor passivo; ao contrário, colaboram com a formação de conceitos e temas de debate, em âmbitos microssociais (dentro de cada casa) ou macrossociais (nas comunidades), principalmente por ser, como define Mauro Alencar (2010), uma recriação da realidade. (LOPES, 2011, p. 15).

Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2010) associa cultura e telenovela ao lembrar que as histórias apresentadas pela televisão têm um significado cultural, colocando-se como uma forma de ficção que fomenta conversas que extrapolam o conteúdo televisivo, o que permite compreender a cultura (enquanto fator identitário) e a sociedade a que expressa.

Nesse sentido, Muniz Sodré (1981) destaca que a cultura não se resume a um sistema de comportamentos, sendo também o sistema da produção material ou do modo de produção econômico, ideia que está alinhada à concepção de Hall (1997). Sodré (1981) afirma que a cultura é um acervo de representações (fenômenos culturais comuns: regras, condutas e valores) produzidas pelas instituições de um agrupamento social.

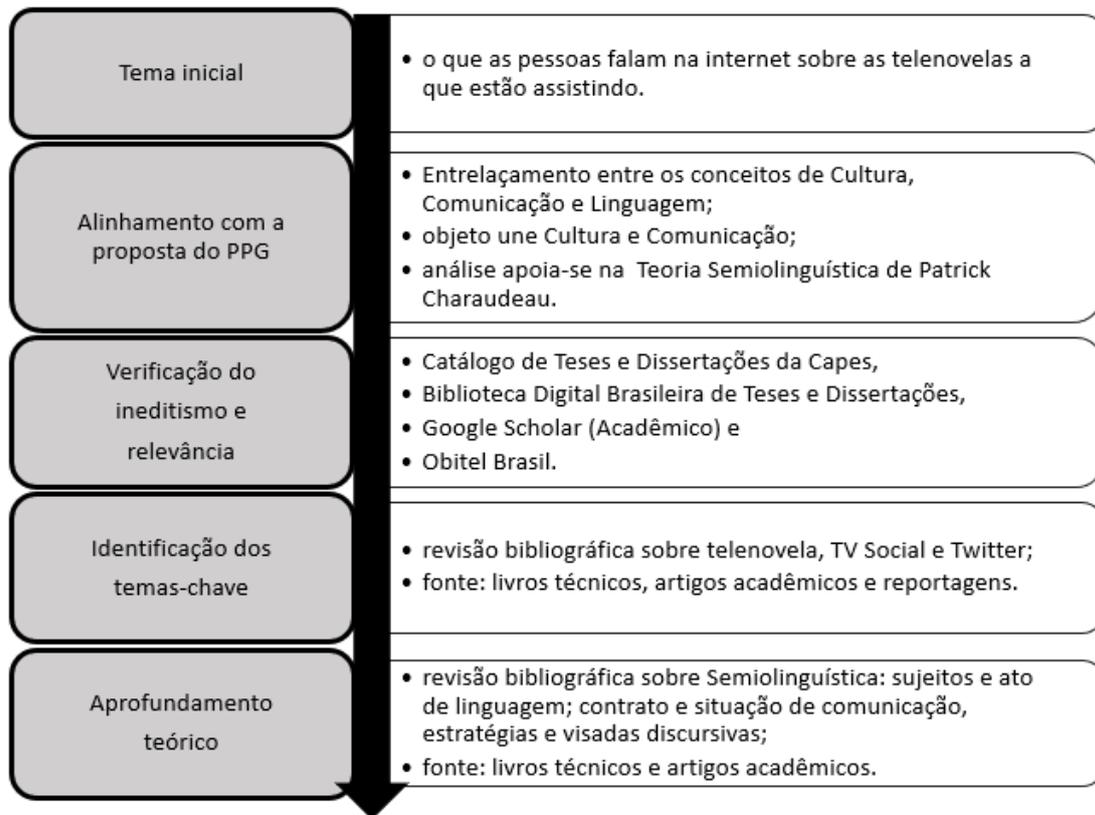
Posto isso, partiu-se para a elaboração do estado da arte: a pesquisa nas quatro bases de dados selecionadas<sup>59</sup> mostrou não haver, até o momento, outros estudos como o que é proposto por neste estudo. Após a verificação do ineditismo da pesquisa, iniciou-se o levantamento bibliográfico sobre os temas-chave - telenovela, Twitter e TV Social -, considerando-se não apenas a contemporaneidade, mas também a história destes suportes midiáticos e da prática social, fazendo assim mais um movimento interdisciplinar, a partir da conexão com a História.

O fluxo constitutivo inicial desta tese pode ser visualizado na Figura 12:

---

<sup>59</sup> Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Google Scholar (Acadêmico) e anuários e livros do Obitel, conforme destacado na introdução dessa tese.

**Figura 12 - etapas iniciais para a composição da pesquisa**



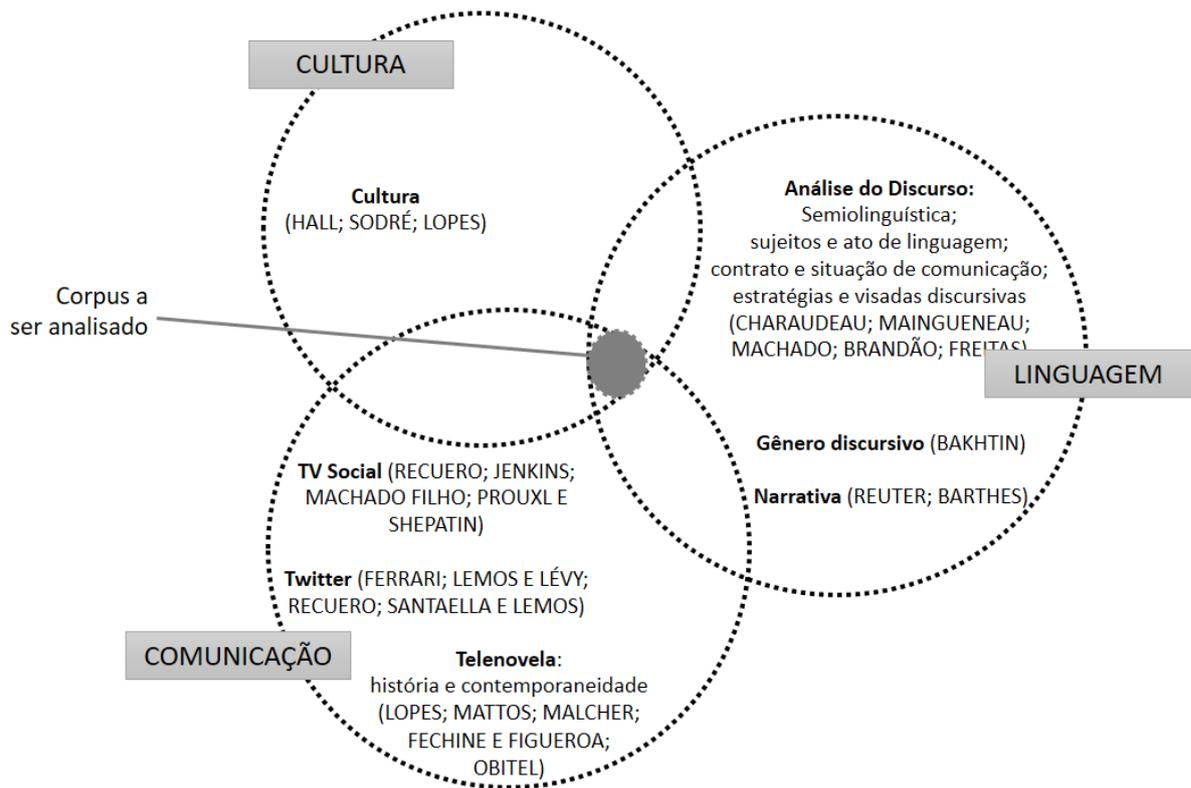
**Fonte: elaborada pela pesquisadora**

Paralelamente à revisão bibliográfica sobre os temas-chave e ao aprofundamento teórico sobre Semiollingüística e Análise do Discurso, conhecimentos que constituem os dois primeiros capítulos desta tese, foi realizada a coleta do corpus da pesquisa: os tweets publicados durante a exibição de quatro capítulos da telenovela *A Força do Querer* pela audiência adepta de TV Social, os quais foram pré-selecionados pela pesquisadora (a segunda-feira e o sábado da semana da estreia e a segunda-feira e a sexta-feira da última semana, incluindo o capítulo final da produção). Inicialmente seriam analisados os tweets de duas semanas da telenovela (a da estreia e a de encerramento), totalizando 11 capítulos; a mudança deve-se a uma orientação recebida na qualificação, quando foi apontado o volume de dados que precisariam ser analisados.

Finalizada a coleta, foi realizada a organização do corpus que, em um primeiro momento, foi distribuído em duas planilhas, uma para cada semana a ser analisada. Na sequência, foi criado um arquivo apenas com os textos dos posts, no qual optou-se por unir nomes compostos, o que facilita a criação das “nuvens de palavras” que nortearão a análise discursiva.

A proposta de análise leva em consideração as categorias teóricas que foram desenvolvidas nos capítulos anteriores (gênero e narrativa; telenovela e TV Social via Twitter; Análise do Discurso; ato de linguagem e visadas discursivas), como pode ser visto na Figura 13.

**Figura 13 – categorias teóricas que norteiam a pesquisa**



**Fonte: elaborada pela pesquisadora**

O corpus selecionado encontra-se na intersecção dos três eixos conceituais que, cruzados, permitirão a realização da análise. Os conceitos de Cultura (tratados ao longo de todo o texto da tese) ajudarão a embasar as reflexões sobre a Linguagem (conceitos de gênero discursivo e narrativa, abordados no capítulo 2, e a aplicação da Análise Semiolinguística do Discurso, descrita no capítulo 3), o que ocorrerá com o apoio dos conceitos sobre Comunicação (telenovela, TV Social e Twitter, tratados no capítulo 2).

Apresentados os procedimentos metodológicos, bem como o percurso da pesquisa a ser trilhado e que nortearão a análise dos tweets sobre #AForçaDoQuerer, publicados no período selecionado para esta tese, torna-se necessário conhecer o produto midiático norteador desse estudo: a novela *A Força do Querer*.

### 4.3 O REGISTRO DO COTIDIANO NA TELA DA TV E NA PALMA DA MÃO: #AFORÇADOQUERER ENQUANTO PRODUTO MIDIÁTICO NORTEADOR

Dando sequência a este estudo sobre o discurso nas interações entre usuários de múltiplas telas e a programação televisiva, é dado o momento de apresentar o produto ficcional sobre o qual serão analisadas as publicações dos usuários do Twitter: a telenovela *A Força do Querer*, exibida pela Rede Globo no horário das 21h.

Optou-se por uma telenovela da Rede Globo por ser ela a emissora de maior alcance e penetração nos domicílios brasileiros<sup>60</sup>; já a escolha da novela deve-se ao fato de ela ser exibida no horário de maior presença<sup>61</sup> da emissora.

Com direção artística de Rogério Gomes (Papinha), a novela escrita por Glória Perez enfatiza que ser resiliente diante das consequências das ações que as pessoas têm ao longo da vida pode ser mais difícil do que ter coragem para fazer determinadas escolhas na vida. (CARVALHO, 2017).

Para tanto, Glória Perez recorre a uma trama com um conjunto de protagonistas, algo que não seria uma novidade em suas novelas, como ela mesma explica em entrevista à Vanessa Scalei, do site GaúchaZH (2017b):

Quando apresentei a trama antes da estreia, já avisei que seria uma novela com muitas protagonistas e todas com o mesmo peso. Talvez o fato de serem várias tramas anime mais a história, dê mais movimento. Também optei por não ter apenas um casal principal, e não sei dizer se isso pesou mais ou menos. Embora essa fórmula tenha dado bons resultados em outras novelas, como em *O Clone* (2001) com a Jade (Giovanna Antonelli) e o Lucas (Murilo Benício). Agora, foi a primeira vez que assumi três protagonistas: Ritinha (Isis Valverde), Jeiza (Paolla Oliveira) e Bibi (Juliana Paes). Mas, na verdade, sempre usei esse truque. Na própria *O Clone*, além da Jade e do Lucas, havia a história da Mel (personagem dependente química vivida por Debora Falabella), que era forte e, em determinados momentos, tomava o primeiro plano. Agora resolvi assumir três histórias. Não sei se as pessoas repararam, mas fiz todos os capítulos com as três personagens centrais aparecendo. Isso não é fácil.<sup>62</sup>

<sup>60</sup> A Rede Globo está presente em 98,3% dos municípios brasileiros e em 99,4% dos domicílios com tv; o SBT, em segundo lugar, está em 88,1% dos municípios e em 96,8% dos domicílios. (GRUPO DE MIDIA SP, 2017).

<sup>61</sup> O share (índice que corresponde ao total de televisores ligados) da Rede Globo no horário noturno (18h às 24h) é de 40,85, seguido do SBT (13,93), Record (13,76) e Band (4,09). (GRUPO DE MIDIA SP, 2017).

<sup>62</sup> SCALEI, Vanessa. Glória Perez: "A patrulha é insuportável. Se ficar prestando atenção, não escrevo mais nada". *GaúchaZH*, 13 out. 2017b. Disponível em: <<http://bit.ly/2RwLXoh>>. Acesso em: 16 out. 2017.

Entre as personagens protagonistas, destacam-se três mulheres (Figura 14):

- a jovem "sereia" paraense Ritinha (Isis Valverde), que troca seu noivo, o caminhoneiro Zeca (Marco Pigossi), pelo empresário Ruy (Fiuk);
- a policial Jeiza (Paolla Oliveira), que sonha em ser lutadora de MMA, se envolve com Zeca quando ele se muda para o Rio de Janeiro; e
- Bibi (Juliana Paes), estudante de Direito que entra para o crime ao lado do marido Rubinho (Emilio Dantas), ao mesmo tempo que em vive um conflito amoroso com o advogado Caio (Rodrigo Lombardi), seu ex-namorado. A personagem é inspirada na ex-primeira-dama do tráfico carioca Bibi Perigosa<sup>63</sup>.

**Figura 14 - Ritinha, Jeiza e Bibi: protagonistas de destaque de *A Força do Querer***



Fonte: GSHOW (2017e)

A trinca de protagonistas é definida por Marthe (2017, p. 99, s.p.) como sendo de perfil ousado:

com Ritinha, a ousadia é apresentar uma mocinha de sexualidade livre. Bibi Perigosa, como os anti-heróis das séries americanas, dramatiza as escolhas morais que podem levar uma pessoa a princípio honesta e pacífica à perdição. A inovação maior está em Jeiza. A policial e lutadora vivida por Paolla Oliveira põe em circulação um tipo que sacode a imagem de chata das mocinhas: a super-heroína que prende a bandidagem e soca rivais no hexágono. É um Capitão Nascimento de saia.

<sup>63</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2RAnSNu>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

No cruzamento das histórias dessas personagens e seus núcleos dramáticos, discutem-se os desejos do ser humano e os limites éticos e morais que permeiam suas escolhas:

o querer é aquilo que está sempre nos impulsionando em qualquer aspecto de nossa vida. Para o bem ou para o mal! Seja no campo profissional, sentimental, familiar... É aquela voz interior que grita, mas ninguém, além de nós, consegue ouvir. Como diria Caetano, "o queres estares sempre a fim". E é esse desejo latente que cada um carrega dentro de si - e que acaba interferindo na vida do outro - que moverá os personagens de *A Força do Querer*, próxima novela das 9. (CARVALHO, 2017, s. p.).

As histórias que envolvem as protagonistas trazem à tona pautas que Glória Perez costuma inserir em suas narrativas, em especial a diversidade, a tolerância e as dificuldades de compreender e aceitar o que é diferente de si. Eles se somam ao embate entre as vontades das personagens (o querer) e os limites éticos e morais que permeiam suas escolhas. (MESQUITA, 2016, s.p.).

*A Força do Querer* estreou em 3 de abril de 2017. O primeiro capítulo foi avaliado pela jornalista Vanessa Scalei como a estreia mais envolvente e intensa desde *Babilônia*<sup>64</sup>: "fugindo do tradicional, a experiente novelista contextualizou rapidamente seus personagens principais, sem se preocupar com didatismos e já apresentou os principais pontos de tensão de sua trama". (SCALEI, 2017a, s.p.).

Também em relação à estreia, o jornalista Tony Goes destaca o número de protagonistas - "o folhetim se dá ao luxo de ter quase uma dúzia de protagonistas diferentes, divididos entre o Rio de Janeiro e Belém do Pará" - e que isso fez com que o primeiro não fosse uma novela só, mas várias, "misturando romance, humor e drama numa soma menor do que as partes". (GOES, 2017a, s.p.).

De acordo com Scalei (2017a), a agilidade marcou o primeiro capítulo, e a história saltou rapidamente cerca de 20 anos, trazendo as personagens para a atualidade. Mas, apesar dessa velocidade intensa, a história correu sem atropelos e "Glória conseguiu a dose certa de adrenalina para fazer com que o público tenha interesse em acompanhar mais da vida desses personagens e dos conflitos que os cercam". (SCALEI, 2017a, s.p.).

---

<sup>64</sup> Novela de Gilberto Braga, Ricardo Linhares e João Ximenes Braga, com direção geral de Maria de Médicis e Dennis Carvalho; exibida de 16 de março a 28 de agosto 2015. Disponível em: <<https://glo.bo/2C4Balx>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

Em sua análise do primeiro capítulo, o especialista em telenovelas Nilson Xavier (2017a, s.p.) destacou a fotografia, diferenciada de produções anteriores por não usar "filtros cinematográficos pretensiosos". A jornalista Patricia Kogut (2017) destacou a diversidade de temas, presente desde o primeiro capítulo, e como a autora relaciona realidade e fantasia, abordando pautas ainda não tratadas por outros autores:

Gloria abriu um leque de grandes temas. Entre eles, está o drama de Ivana (Carol Duarte). Sua mãe, Joyce (Maria Fernanda Cândido), fez dela uma Little Miss Sunshine na infância. Perua e fútil, vive um embate com a filha, que considera "pouco vaidosa", sem imaginar o real sofrimento dela. [...] A trama é promissora e reflete uma das marcas da autora: sua antena sensível para retratar aquilo que a teledramaturgia ainda não mostrou. (KOGUT, 2017, s.p.).

Um mês após a estreia, o jornalista Maurício Stycer (2017a, s.p.) avaliou que *A Força do Querer* é uma novela bem estruturada, repleta de bons personagens e ótimas histórias para contar.

Sem maiores pirotecnias, pé no chão e poucos personagens, a autora ambienta "A Força do Querer" entre três mundos distintos, que já estão se cruzando – o universo de certa elite carioca, o da classe C de Niterói e o de imigrantes simples de uma cidadezinha do Pará. O denominador comum entre os três é o poder feminino. Quem manda na novela são as mulheres. Tal configuração não constitui uma novidade, mas voltou em boa hora, em uma novela das 21h. Glória Perez desenhou uma personagem mais forte do que a outra – e um monte de homens poucos interessantes. (STYCER, 2017a, s.p.).

Neste sentido, Stycer (2017a) destaca que, com 30,9 pontos no Ibope, *A Força do Querer* teve a maior audiência média dos primeiros 27 capítulos das últimas oito novelas das 21h desde *Amor a Vida* (2013-14), que marcou 34 pontos.

No final de julho, com três meses de exibição, a novela foi apontada, por Xavier (2017b, s.p.), como "um bom entretenimento que conquistou a audiência como há muito não se via na televisão", ultrapassando os 40 pontos de Ibope e se destacando diariamente como um dos produtos de maior engajamento nas redes sociais. Para o especialista, a soma desses dois fatores levanta a possibilidade de a novela se tornar o maior sucesso da TV desde *Avenida Brasil* (2012):

novela boa é assim: tem uma história envolvente com personagens cativantes. Movimentada, traz novidade todo dia. E ainda emociona o público. Mérito da autora, que teceu sua teia com maestria, respeitando seu público. Também da direção, do elenco e de toda a produção. (XAVIER, 2017b, s.p.).

Em um tweet publicado durante a exibição de *A Força do Querer*, a autora Gloria Perez destacou o papel da telenovela de mostrar a realidade e o que acontece com as pessoas, afirmando sobre isso que "É o q as novelas fazem: o registro do cotidiano"<sup>65</sup>. Esse pensamento reflete alguns dos elementos que ela busca retratar em suas narrativas, como destacou no V Obitel Brasil: "através da teledramaturgia você pode passar ideias, pode levantar questões para serem discutidas pela sociedade inteira, da mesma forma como você pode vir a fazer com que ela se interesse por um produto qualquer". (GLOBO Universidade, 2016, s.p.).

Em texto publicado no Anuário Obitel 2018, Lopes e Greco (2018, p. 108) destacam as ações de *merchandising*, tanto publicitário quanto social, veiculadas durante a telenovela:

Em 2017, as ações de *product placement* mais frequentes aconteceram na telenovela das 21h, *A Força do Querer*, horário mais caro da programação. Exemplo é a cena em que um personagem descobre que seu motorista é travesti em um desfile de lingerie. Na mesma novela, houve *merchandising crossover*, inédito até então: dois personagens fizeram compras na loja do hotel da trama das 19h, *Pega Pega*.

Quanto ao *merchandising social*, *A Força do Querer* foi uma das telenovelas mais relevantes no ano. O tema das pessoas transgênero mobilizou a opinião pública nas mídias e redes sociais. Tratado com sensibilidade, acompanhou a transformação da protagonista Ivana em Ivan. Sua relevância está em ter abordado o tema dentro de políticas de gênero, iluminando sua complexidade.

Em *A Força do Querer*, autora e diretor fizeram uso de dois elementos extratextuais que ajudaram a compor a experiência de consumo dos capítulos. Um deles foi o "no capítulo anterior", que retomava os principais acontecimentos no como um prólogo no capítulo do dia. O outro recurso foi o uso de uma "voz" em *off* sobre a vinheta de encerramento, no lugar de uma trilha musical. Essa voz poderia narrar uma recordação da personagem responsável pelo gancho do capítulo ou uma continuação da narrativa, indicando o que aconteceria no capítulo seguinte.

*A Força do Querer* teve 172 capítulos e o último foi ao ar em 20 de outubro de 2017 (com reprise no sábado, dia 21). A exibição do final da novela chegou a atingir 50,1 pontos no Ibope, com 53 de pico, desempenho apontado pelo site TV Foco como o melhor do horário das nove desde o desfecho de *Avenida Brasil* (51,7 pontos em 19 de outubro de 2012). Já as médias gerais de 36 pontos em São Paulo e de 38 pontos

---

<sup>65</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/gloriafperez/status/897636753854562305>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

no Rio de Janeiro também foram as maiores médias de audiência desde *Avenida Brasil* (PECCOLI, 2017, s.p.), dados que confirmam as previsões dos críticos de televisão.

Nesse sentido, Lopes e Greco (2018, p. 106) destacam que “as telenovelas foram destaque da audiência em 2017” e que *A Força do Querer* foi a produção de maior audiência desde *Amor à Vida* (Globo, 2013), mantendo uma audiência média de 35,4 pontos e “alcançando 49 pontos no último capítulo (corresponde a 34.410 milhões de pessoas)”.

Segundo Stycer (2017b, s.p.), *A Força do Querer* foi “uma baita novela. O saldo final, e não falo apenas de audiência, é altamente positivo. Gloria Perez contou uma ótima história, com um pé firme na realidade e outro no folhetim, repleta de elementos interessantes e polêmicos”, elogio que ele estende ao último capítulo, definido pelo crítico como eletrizante, com soluções originais, boas mensagens e lições, apesar de algumas lacunas.

Xavier (2017c, s.p.) comentou, ao final do último capítulo, que *A Força do Querer* pode não ter sido “a novela que uniu todas as tribos”, mas que “foi praticamente impossível permanecer indiferente a ela”. Conforme Xavier, mesmo que a produção não tenha sido uma unanimidade e que tenha recebido críticas e elogios, a autora Glória Perez retornou ao horário nobre inspirada ao entregar ao público uma novela “ainda melhor que *O Clone* (2001-2002), seu último sucesso arrebatador”.

O crítico avalia que o resultado se deve à união de três fatores:

a habilidade da autora na condução de suas tramas; a direção caprichada e original de Rogério Gomes, Pedro Vasconcelos e equipe; e o elenco excepcional (menos o Fiuk). Se algo nesse triunvirato não funcionasse, o efeito para o público não teria sido o mesmo. (XAVIER, 2017c, s.p.).

Já Duh Secco (2017), colaborador do site TV História, destaca que, além dos índices de audiência e dos comentários sobre a trama nas redes sociais, a retomada de um outro hábito pode servir como indicativo do sucesso de *A Força do Querer*:

nas conversas, se substituiu o termo ‘novela das nove’ por ‘novela de tal personagem’. E aí, pode ser Bibi (Juliana Paes), Jeiza (Paolla Oliveira), sereia Ritinha (Ísis Valverde), Zeca (Marco Pigossi), Irene (Débora Falabella), Nonato / Elis Miranda (Silvero Pereira). (SECCO, 2017, s.p.).

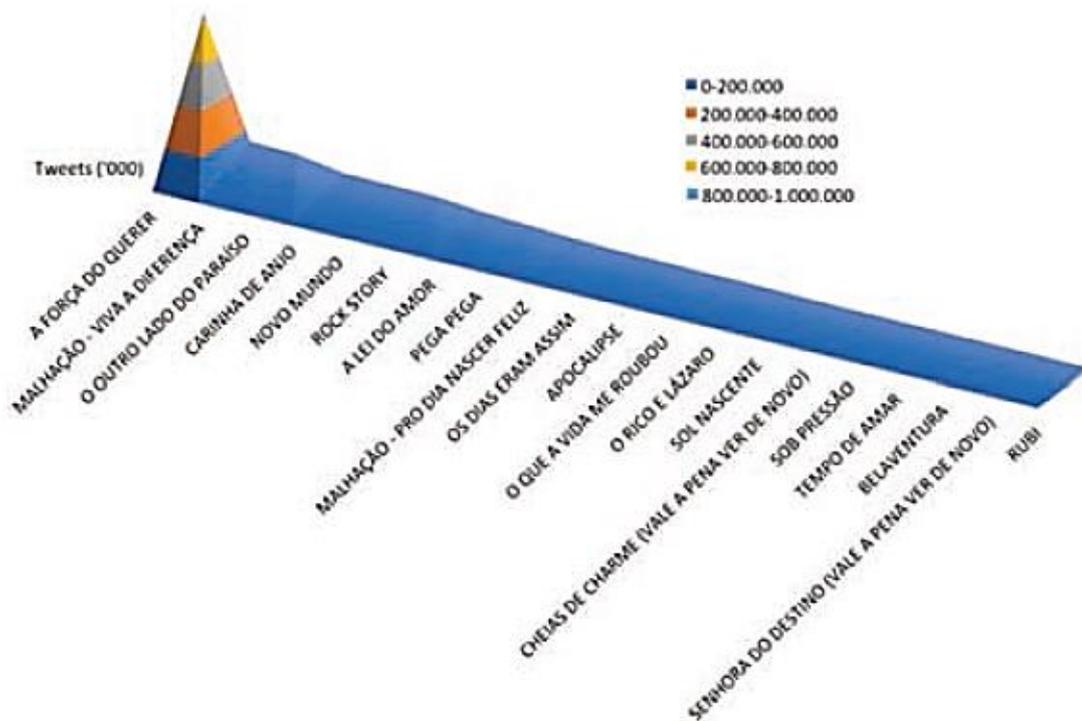
Em agosto de 2017, dois meses antes do fim da novela, Marthe (2017, p. 91) havia destacado tanto o crescimento da audiência – *A Força do Querer* já era a novela

de melhor desempenho nos últimos quatro anos, atingindo a “casa respeitável dos 40 pontos” – quanto o fato de “depois de um tenebroso inverno em que não despertaram mais que apatia, os folhetins voltaram a pautar as rodas de conversa, da Amazônia aos Pampas”.

O jornalista também destaca o sucesso da novela nas plataformas digitais, as quais chama de “a grande caixa de eco da cultura contemporânea”, ao apontar que “*A Força do Querer* já é a trama das 9 com maior número de comentários no Twitter – a dois meses do seu final, já foi alvo de 2,5 milhões de posts, contra 1 milhão de *Babilônia* inteira”. (MARTHE, 2017, p. 97).

Em relação à repercussão nos SRS, Lopes e Greco (2018, p. 123) afirmam que, além do êxito de audiência, “o caráter social (e polêmico) dos temas abordados na trama contribuíram para o espalhamento dos conteúdos”. Elas citam dados do Kantar Ibope Media que mostram que *A Força do Querer* foi a ficção televisiva que mais repercutiu no Twitter em 2017: a publicação de 6 milhões de tweets geraram mais de 829 milhões de impressões (Gráfico 1).

**Gráfico 1 – Repercussão das telenovelas exibidas em 2017 no Twitter**



Fonte: Lopes e Greco (2018, p. 123)

A análise de Lopes e Greco publicada no *Obitel* (2018) também destaca o desempenho do último capítulo de *A Força do Querer* no Twitter, o qual faz parte do

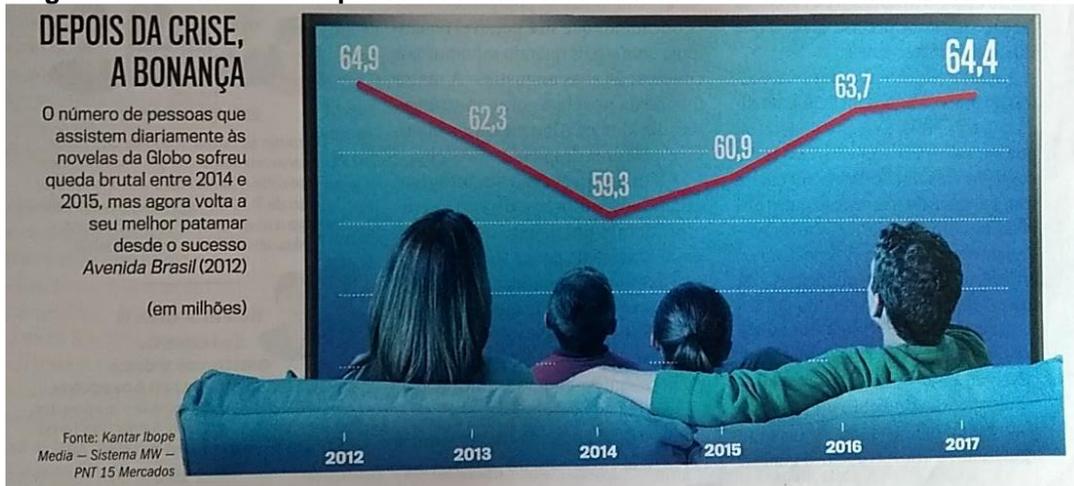
corpus desse estudo. A novela foi mencionada oito vezes nos trending topics mundiais, 30 no do Brasil e nove no *Moments* (conteúdos em destaque). Em termos de impacto, seu desempenho representa um crescimento de 66% no total de menções em comparação aos últimos seis capítulos de *Avenida Brasil* (Globo, 2012).

O estudo do Kantar comentado por Lopes e Greco (2018, p. 124) destaca que as personagens mais comentadas no Twitter foram as que fomentaram a discussão de temáticas sociais, “como identidade de gênero no caso de pessoas transgênero (Ivana, que ao longo da história torna-se Ivan), o estilo de vida conhecido como sereísmo (Rita) e o papel da mulher no tráfico de drogas no Brasil (Bibi Perigosa)”.

O sucesso e o alto engajamento de *A Força do Querer* colaboraram para a realização de um *Globo Repórter* especial sobre a novela, exibido após o último capítulo e com cobertura ao vivo da festa do elenco, que participou do programa em depoimentos em tempo real. Segundo Peccoli (2017, s.p.), este programa também superou a edição exibida em 2012 sobre *Avenida Brasil* (última vez que uma novela foi tema do programa), alcançando 35,3 pontos e 60% de participação - melhor audiência do programa desde 2009, quando atingiu 37 pontos.

O desempenho das telenovelas em 2017 - não falamos somente de *A Força do Querer*, mas também das outras novelas exibidas no ano - colaborou com a reconquista do público, conforme mostra a Figura 15:

**Figura 15 - número de espectadores das novelas da Rede Globo entre 2012 e 2017**



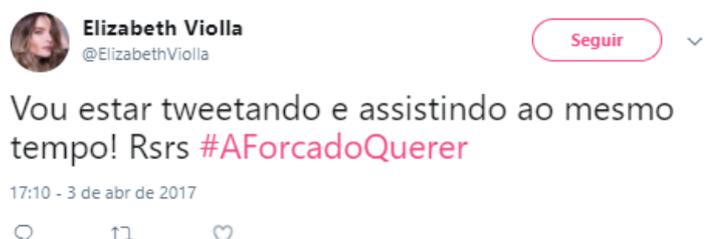
Fonte: Marche (2017, p. 93)

Os números reforçam a frase dita por Glória Perez a Vanessa Scalei (2017b, s. p.): “vinham anunciando a morte do gênero (telenovela) há um tempão. *A Força do*

*Querer* é a prova de como o gênero está bem vivo. Novela é uma coisa muito brasileira, e cada vez mais países no mundo estão apostando no formato também”. No mesmo sentido, Lopes e Greco (2017) comentam que as pessoas seguem consumindo as novelas, o que acaba sendo comprovado pelo alto número de menções no Twitter (medido pela Kantar Ibope Media): foram registrados até 40 mil *tweets* por minuto no horário das ficções em tv aberta. Percebe-se, então, a consolidação da tendência do hábito da segunda tela na rotina do brasileiro.

Estando as escolhas metodológicas esclarecidas, o percurso da pesquisa, suas particularidades e as categorias teóricas e metodológicas estabelecidas, bem como o corpus da pesquisa definido e o produto midiático que gerou o corpus apresentado, parte-se para a análise propriamente dita que será apresentada no próximo capítulo.

## 5. O REGISTRO DO COTIDIANO NA TELA DA TV E NA PALMA DA MÃO: ANÁLISE DAS INTERAÇÕES SOBRE A NOVELA *A FORÇA DO QUERER* NO TWITTER



66

Como apresentado nos capítulos anteriores, esta tese parte da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso para analisar os posts que foram publicados no Twitter pelo público que assistiu à telenovela *A Força do Querer* em tempo real à exibição dos capítulos selecionados<sup>67</sup>, aderindo assim à prática de TV Social. A escolha metodológica remete ao fato de essas publicações conectarem a linguagem (inicialmente escrita, com possibilidade de ser também imagética) a um novo fenômeno social e psicológico (a prática de TV Social em um site de rede social, o Twitter, a qual potencializa o alcance das "falas" sobre o produto midiático), o que resulta em uma construção psico-socio-linguagem de sentido. (CHARAUDEAU, 2005).

Este capítulo está dividido em duas partes. Na primeira, situada no subcapítulo 5.1, será mostrado, de forma mais ampla, como a Teoria Semiolinguística da Análise do Discurso pode nortear a análise de posts publicados em sites de redes sociais – como o Twitter – durante a audiência de um produto teledramatúrgico.

Na sequência, a seção 5.2 trará a análise a que se propõe esta tese, a qual tem como objeto os tweets coletados nos dois períodos selecionados para compor o corpus deste estudo, assim como a aplicação do dispositivo metodológico apresentado no Capítulo 4. Esta etapa culminará com uma análise final, unindo as considerações elaboradas a partir da aplicação da metodologia ao parecer da pesquisadora (seção 5.3).

<sup>66</sup> Twitter, VIOLLA, Elizabeth. *Vou estar tweetando e assistindo ao mesmo tempo! Rrsrs #AForcadoQuerer*. 03 abr. 2017. Twitter: @ElizabethViolla. Disponível em: <<https://twitter.com/ElizabethViolla/status/849051613591465984>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

<sup>67</sup> dois capítulos da primeira semana de exibição da telenovela (o de segunda-feira, de estreia, e o de sábado, respectivamente 3 e 8 de abril de 2017) e dois capítulos da última semana de exibição (segunda-feira e sexta-feira, último capítulo, respectivamente dias 16 e 20 de outubro de 2017).

## 5.1 TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA APLICADA AOS TWEETS SOBRE TELENOVELA: APROXIMAÇÕES INICIAIS E O DUPLO ATO DE LINGUAGEM

Antes de iniciar a análise do corpus selecionado para este estudo, mostra-se importante apresentar as aproximações iniciais entre a Teoria Semiolinguística da Análise do Discurso e sua aplicação sobre o conteúdo publicado no Twitter durante a audiência de produtos teledramatúrgicos. Além de mostrar algumas possibilidades interpretativas, traz-se um modelo de ato de linguagem, desenvolvido pela pesquisadora com base em Charaudeau (2012, 2014) (descrito no item 5.1.1 desta tese) aplicado ao fluxo comunicacional que inicia com a exibição do capítulo na televisão e termina com tweet sobre o conteúdo televisivo publicado pela audiência.

Compreende-se que analisar posts publicados no Twitter permite ao analista do discurso atingir a transdisciplinaridade apontada por Charaudeau (2005): nos tweets, têm-se as questões relacionadas à linguagem que se manifestam externamente através da lógica de ação (o ato de postar) e da influência social (o impacto do post na audiência, seu alcance e a forma como essa audiência reage e engaja ou não, o que reflete diretamente no capital social do sujeito autor) e mais profundamente (ou internamente) através da construção de sentido e da construção do texto (o que pode ser percebido pelo contexto em que a produção do discurso ocorre e pela forma como ele é compreendido e respondido pela audiência), como mostra a Figura 16:

**Figura 16 – tweet que ilustra a lógica de ação, influência social e construção do texto e de sentido**



Fonte: Twitter, SANTANA, A. (2018)

Observando a construção textual e de sentido do tweet (Figura 16), percebe-se que a sua compreensão demanda um conhecimento prévio sobre telenovela no Brasil, o que torna possível identificar que a atriz Renata Sorrah interpretou Nazaré Tedesco em *Senhora do Destino* (2004/2005) e Dulce em *Segundo Sol* (2018) que, na narrativa contemporânea, era avó da personagem Karola (Deborah Secco). No tweet, Adeilson Santana (@ade\_Sccp12) associa o fato de Karola ter roubado um bebê ao mesmo ato cometido por Nazaré na outra produção teledramatúrgica, brincando com um possível parentesco e misturando realidade (elenco) e ficção (personagens). As imagens ilustram o texto "Neta de peixe, peixinho é!!! #SegundoSol" e o complementam, indicando a semelhança entre as narrativas.

Nesse exemplo, é possível observar a lógica de ação ao autor: Adeilson usou a hashtag oficial da novela #SegundoSol, o que indexou seu tweet nas conversas sobre o assunto na rede social, e marcou o perfil @dedesecco na foto, o que fez com que a atriz fosse notificada do post e aderisse a ele, retuitando-o para os seus mais de 3,5 milhões de seguidores<sup>68</sup>. Essa adesão da atriz reflete na influência social do autor do tweet original que foi retuitado, que ganha em alcance e relevância e valoriza seu capital social.

O exemplo apresentado na Figura 16 também permite compreender o processo de Semiotização do Mundo (CHARAUDEAU, 2005). Em seu tweet, Adeilson reúne um repertório de informações de diferentes contextos e universos em seu "mundo a significar" e transforma essas ideias em um "mundo significado" ao colocá-las de forma organizada e associada ao contexto da sua publicação (as conversas mediadas pela hashtag #SegundoSol). É neste momento que se identifica e qualifica aqueles que Charaudeau (2005) nomeia seres do mundo, que são os sujeitos envolvidos no processo e que são transformados em identidades narrativas e entendidos pelo sujeito emissor pela causalidade em que os atos de comunicação ocorrem.

Dessa forma Adeilson, enquanto sujeito emissor, faz com que o "mundo significado" se torne um objeto de troca com o destinatário que, no caso, são as pessoas que usam Twitter, que seguem seu perfil e estão na plataforma naquele momento e as pessoas que não seguem seu perfil, mas que acompanham a hashtag. Nesse processo de transação (CHARAUDEAU, 2005), há o intercâmbio entre os

---

<sup>68</sup> o perfil @dedesecco tem 3.523.797 seguidores. Informação disponível em: <<https://twitter.com/dedesecco/followers>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

sujeitos, que ocorre através do reconhecimento da alteridade, da pertinência entre os universos de referência dos envolvidos o ato de linguagem, na influência que um interlocutor exerce sobre o outro e na forma como essa troca linguageira é regulada.

Há, entre a produção do discurso do EU para o TU e a interpretação que o TU dá ao dito por EU, o que Charaudeau (2014) chama de zona de intercompreensão, que é espaço discursivo marcado pela diferença de significação que cada sujeito envolvido no ato pode dar ao dito. No exemplo da Figura X, essa zona se dá junto às possibilidades comunicativas que decorrem da intencionalidade do emissor (e o conhecimento prévio que seu discurso exige para sempre compreendido) e das possibilidades interpretativas do receptor (que, ao receber a mensagem, pode ou não a compreender e aderir a ela). (FERREIRA, 2001). Ao considerar-se que o perfil @dedesecco retuitou o post, pode-se inferir que a atriz compreendeu a mensagem, fez a devida associação entre as personagens e, por isso, aderiu ao discurso e o endossou com o compartilhamento.

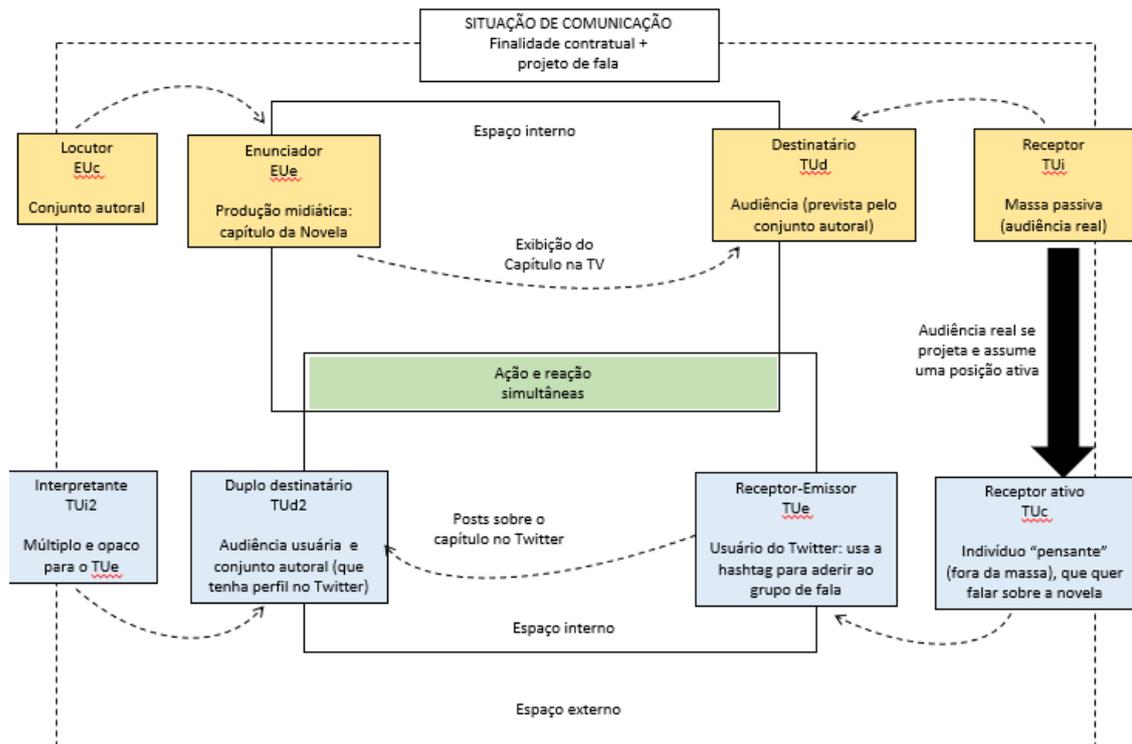
Assim, se reforça a necessidade de os protagonistas da linguagem partilharem os saberes que constituem e contextualizam as suas mensagens. As circunstâncias do discurso (CHARAUDEAU, 2014), que são os saberes supostos que circulam entre esses sujeitos, podem incluir as práticas sociais partilhadas (os saberes supostos sobre o mundo, como a sinopse da narrativa em questão, conhecimentos gerais sobre telenovela) e os filtros construtores de sentido (o que se supõe que cada protagonista do ato saiba sobre o assunto).

### **5.1.1 O ato de linguagem no Twitter a partir da exibição de telenovelas**

Neste estudo, é necessário analisar o ato de linguagem (CHARAUDEAU, 2012; 2014) enquanto um duplo fluxo de interações. Como o corpus desta tese é composto pelo tweets publicados pela audiência da telenovela *A Força do Querer*, durante a exibição dos capítulos selecionados pela autora, este objeto só existe enquanto reação a essa exibição, que também é um ato de linguagem.

Assim, temos dois atos de linguagem que se retroalimentam e ocorrem de forma simultânea, em um jogo discursivo de ação e reação. Para apresentar este fluxo, a pesquisadora elaborou um novo modelo deste duplo ato de linguagem, o qual é apresentado na Figura 17:

**Figura 17 – duplo ato de linguagem que apresenta o jogo discursivo de ação (exibição da novela) e reação (postagem dos tweets sobre a novela)**



Fonte: elaborado pela autora com base em Charaudeau (2012, 2014)

A Figura 17 destaca, em laranja, o primeiro ato de linguagem. Nele, há um EU comunicador (EUC) formado por diferentes pessoas e entidades: a emissora, o autor e seus colaboradores, figurinista, elenco, ou seja, todos os profissionais envolvidos na criação, produção e exibição do produto midiático, formando o que a pesquisadora chama *conjunto autoral*. Este conjunto autoral se manifesta como EU enunciador (EUe) através da novela em si (cada capítulo exibido pela emissora, que são compostos por sequências de cenas). É este produto midiático que usa o espaço interno, do dizer, para se comunicar com o TU destinatário (TUD), que é a audiência prevista e agendada pela emissora. Por trás dessa audiência prevista, há outra, opaca, que forma o TU interpretante (TUI) que abrange todas as pessoas que efetivamente assistem à novela e que podem, ou não, ser aquelas projetadas na audiência prevista (TUD). O TUI é a audiência real, chamada pela pesquisadora de massa passiva, a qual neste momento se coloca apenas como receptora.

A partir do momento em que assiste à telenovela, esse TUI, que normalmente é opaco e fica fora do alcance do EU, pode querer repercutir a mensagem que recebeu

e, para isso, se projeta e assume um lugar de fala. É ele quem cria o segundo ato de linguagem, o qual é o objeto deste estudo.

Esse sujeito torna-se conhecido e passa a ser entendido como um TU Comunicante (TUc), aquele indivíduo que se destaca da massa passiva por ter a intencionalidade não apenas de refletir (o que a massa passiva também faz), mas também de se manifestar publicamente sobre a narrativa que consumiu. No caso deste estudo, são consideradas as publicações feitas no Twitter e, nessa rede social, as que usam a hashtag (estabelecida pela emissora) para se inserir nas conversas sobre a novela, o que permite aderir seu discurso ao grupo de fala.

Dessa forma, o uso da hashtag permite que este TUE dirija sua mensagem a um duplo TU destinatário (TUd2): o conjunto autoral (porque a hashtag é usada pela emissora como parâmetro de acompanhamento das opiniões emitidas pelos adeptos ao movimento de TV Social) e a outros usuários do Twitter que têm como hábito postar suas impressões enquanto assistem a um determinado capítulo. Assim como no primeiro movimento deste ato de linguagem, este TUd duplo é uma projeção tanto do TU Comunicante (TUc) quanto do próprio TUi2, que é opaco e múltiplo, por ser composto por um grupo heterogêneo de pessoas não conhecidas e não identificáveis.

O Quadro 7 apresenta a relação entre os sujeitos do duplo ato de linguagem, elaborado pela pesquisadora (Figura 17), e os quatro sujeitos do ato de linguagem de Charaudeau (2014) (Figura 9):

**Quadro 7 - Comparativo das características e comportamento dos oito sujeitos do duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora X quatro sujeitos do ato de linguagem de Charaudeau (2014)**

(continua)

Sujeitos do duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora	Características e comportamento	Sujeitos do ato de linguagem de Charaudeau (2014)
O EUc é o conjunto autoral e inclui a emissora, autor e equipe, elenco, figurinista, continuísta, entre outros. Todas as pessoas envolvidas na produção da telenovela.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparente em relação às pessoas e entidades que o compõem;</li> <li>• Opaco quando observado pela coletividade.</li> </ul>	Locutor (EUc)
O EUE é a produção midiática acabada e exibida à audiência; neste estudo, é a telenovela,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É acessado por todos os destinatários interpretantes (TU);</li> <li>• Pode ser dividida em capítulos e sequências de cena.</li> </ul>	Enunciador (EUE)

**Quadro 7 – Comparativo das características e comportamento dos oito sujeitos do duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora X quatro sujeitos do ato de linguagem de Charaudeau (2014)**

(conclusão)

Sujeitos do duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora	Características e comportamento	Sujeitos do ato de linguagem de Charaudeau (2014)
O TUd é a audiência prevista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É elaborada pelo EUc, para quem ele estabelece as estratégias discursivas;</li> <li>• É transparente na medida em que é idealizada e projetada.</li> </ul>	Destinatário (TUd)
O TUi é a audiência real e efetiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É composta pelas pessoas que efetivamente assistem à telenovela quando ela é exibida pela emissora;</li> <li>• É opaca, porque não pode ser identificada de forma imediata pelo EUc;</li> <li>• É identificada como “massa passiva” pelo fato de poder assistir à novela sem ter que responder ao EUc.</li> </ul>	Receptor (TUi)
O TUc é o que chamamos, neste estudo, de receptor ativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É o indivíduo que se destaca do TUi;</li> <li>• Ele indica interesse em falar sobre a novela;</li> <li>• É opaco porque ainda não se manifestou e, por isso, ainda não é identificável.</li> </ul>	Equivale ao EUc (locutor), ser social e comunicante, opaco.
O TUE é o receptor-emissor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É a projeção discursiva do sujeito que quer falar sobre a novela;</li> <li>• Se concretiza na forma de um perfil no Twitter;</li> <li>• Usa a hashtag da telenovela para integrar-se à conversa.</li> </ul>	Como é o ser de fala, equivale ao EUE (enunciador).
O TUd2 é o duplo destinatário	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ao tuitar, o enunciador se dirige a dois destinatários previstos:</li> <li>• a audiência que também é usuária do Twitter (incluindo seus seguidores, todos que usam o SRS e, de forma direta, quem acompanha a hashtag);</li> <li>• o conjunto autoral (que pode ou não ter perfil no Twitter).</li> </ul>	Equivale ao (destinatário) (TUd), que também é um ser de fala.
O TUi2 é o interpretante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sujeitos que efetivamente recebem a postagem;</li> <li>• É opaco, na medida em que o post é público e não há como identificar quem recebeu;</li> <li>• É transparente, quando há a menção de um perfil específico no enunciado.</li> </ul>	Equivale ao TUi (receptor) enquanto sujeito social e interpretante.

Fonte: elaborado pela pesquisadora

Também é possível identificar, na Figura 17, os dois níveis de relação entre os sujeitos estabelecidos por Charaudeau e Maingueneau (2012):

- a) no nível situacional, externamente ao que é dito, estão o conjunto autoral, a audiência real, o receptor ativo e o interpretante (EUc, TUi, TUc e TUi2);
- b) no nível discursivo, que acontece dentro no espaço interno do dizer, entre a exibição do capítulo na televisão, temos a relação entre a produção midiática (o capítulo exibido) e a audiência prevista pelo conjunto autoral (EUe e TUd) e, em um segundo momento, quando posts sobre o capítulo são publicados no Twitter, temos o receptor-emissor e o duplo destinatário (TUE e TUd2).

Tanto o EUe quanto o TUE são sujeitos ativos, responsáveis pelo ato de fala, e ambos ocultam, em maior ou menor grau, seus respectivos comunicantes (EUc e TUc). Eles existem apenas no ato de produção e interpretação que, como mostra a Figura 17, acontecem simultaneamente, em um processo de ação e reação. Essa simultaneidade é possível a partir do momento em que a narrativa segue sendo exibida enquanto a audiência "fala" sobre ela, o que gera um fluxo comunicacional que pode ser consultado posteriormente, pois os posts ficam indexados pela hashtag.

Podemos identificar, no duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora (Figura 17), o processo da semiotização do mundo (CHARAUDEAU, 2005). O duplo ato mostra como a ação de um sujeito falante (EUe: produção midiática) faz com que a mensagem elaborada pelo conjunto autoral (EUc) se transforme e seja recebida pelo TUd (audiência prevista pelos parceiros) e compreendida pelo TUi (audiência que assistiu ao capítulo).

Para tanto há, por parte do EUc enquanto sujeito falante, a transformação dos seres do mundo em identidades nominais, em um processo de identificação que permite que se fale deles e com eles. Esses seres também são qualificados a partir do reconhecimento de suas identidades descritivas, ou seja, suas especificações enquanto sujeitos; depois, a ação faz com que o sujeito comunicante entenda como os seres do mundo agem, transformando-se em identidades narrativas; e, por último, há o entendimento dos motivos que fazem os sujeitos agirem e a forma como a cadeia de causalidade estabelece a sucessão de atos que levaram ao entendimento do enunciado recebido.

No processo de transação, o sujeito falante destinatário (TUi) pega o "mundo transformado", posiciona-se em relação ao sujeito falante (pessoas que fazem parte do TUi se posicionam de forma ativa e usam o Twitter para responder ao enunciado

recebido através de enunciados que podem ser opinativos e/ou argumentativos) e o transforma em um objeto de troca. Esse posicionamento do que chamamos Receptor Ativo (TUc) se manifesta discursivamente pelo Receptor-Emissor (TUE), que usa o Twitter e adota a hashtag para indicar sua adesão ao universo de referências do EUc, e bem como afirmar as finalidades em comum, em um movimento que apresenta o reconhecimento e a pertinência da alteridade. Ao mesmo tempo, a transação indica a influência que o sujeito falante tem sobre seu interlocutor e reforça a regulação que ocorre nos espaços de estratégias languageiras que garantem o intercâmbio entre os sujeitos participantes do ato.

Todas essas relações acontecem na zona de intercompreensão dos universos de discurso do EU (CHARAUDEAU, 2014) que surge nas relações entre o processo de produção (eu -> tu) e o processo de interpretação (tu -> eu) e que reúne as possibilidades comunicativas geradas pela intencionalidade do sujeito emissor e as possibilidades interpretativas que surgem a partir da maneira como as mensagens são recebidas.

Dando sequência à análise, torna-se necessário compreender também como as visadas discursivas se manifestam, de forma geral, nos discursos produzidos sobre e nos produtos ficcionais de televisão, com foco em telenovela.

### **5.1.2 As visadas discursivas de tweets sobre produtos teledramatúrgicos**

Charaudeau (2004, p. 5) afirma que as visadas discursivas são "uma intencionalidade psicossociodiscursiva que determina a expectativa (*enjeu*) do ato de linguagem do sujeito falante e, por conseguinte, da própria troca languageira". Entende-se que os posts publicados no Twitter a partir da recepção de telenovelas fazem parte de uma troca languageira, a partir do momento em que são produzidos como uma resposta à recepção desse produto midiático e tem, por isso, uma intencionalidade do sujeito falante - definido neste estudo como receptor ativo (TUc), aquele que se projeta para fora da audiência real passiva e quer falar (ou seja, postar) sobre as mensagens recebidas.

As visadas são definidas na produção do ato de linguagem e precisam ser reconhecidas na recepção. No duplo ato de linguagem que norteia os procedimentos metodológicos desta tese (representado graficamente na Figura 17), identificamos que:

- no primeiro ato de linguagem (exibição do capítulo da telenovela na televisão), destacam-se as visadas incitativa (há a intencionalidade de *fazer crer* que o que se passa na narrativa é - ou representa - a realidade, mesmo o receptor sabendo que é uma ficção) e, por consequência, há o *pathos* (ao fazer o receptor crer na narrativa, é possível *fazer sentir*, gerando sentimentos em relação às personagens e à narrativa como um todo, provocando um estado emocional). Há, ainda, a possibilidade de trabalhar com a visada da informação, como acontece quando o conjunto autoral inclui na ficção alguma campanha social ou falas de adesão a essas campanhas. Ao incluir na narrativa uma situação de violência doméstica e algum personagem fala sobre o funcionamento da Lei Maria da Penha, é com o objetivo de *fazer saber*, o que pode se desdobrar em uma nova visada prescritiva, incluindo mensagens e falas que motivem a audiência a *fazer fazer*. No caso da referência à violência doméstica, seria motivar a audiência a denunciar ocorrências que presenciarem ou tiverem conhecimento;
- no segundo ato de linguagem (a publicação de tweets que ocorre em decorrência da audiência da telenovela), há como destacar as quatro visadas: prescritiva (o autor do post busca *fazer fazer*, o que pode ser entendido como o desejo de convencer outras pessoas da sua opinião sobre a narrativa, o comportamento das personagens, entre outros elementos); informativa (ao *fazer saber*, o autor do post tenta mostrar às outras pessoas que participam da conversa via hashtag que ele possui um saber que presume ser diferenciado); incitativa (o autor do post quer *fazer crer*, convencendo as outras pessoas de que o que ele diz é a verdade acerca do tema); e *pathos* (ao *fazer sentir*, o autor do tweet comove sua audiência e modifica seu estado emocional para aquele que ele deseja).

Após o entendimento inicial de como a Teoria Semiológica da Análise do Discurso pode ser aplicada aos posts no Twitter aderentes à prática de TV Social, o que incluiu a apresentação do duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora, torna-se possível iniciar a análise do corpus coletado, que corresponde aos tweets publicados durante a exibição de quatro capítulos da novela A Força do Querer identificados com a hashtag #aforçadoquerer. Esta análise, que se apresenta a seguir, tem como objetivo responder o que os adeptos da TV Social que interagem no Twitter,

durante a transmissão de uma telenovela, conversam e de que forma seus discursos são construídos.

## 5.2 ANÁLISE DOS TWEETS SOBRE #AFORÇADOQUERER PUBLICADOS EM TEMPO REAL PELA AUDIÊNCIA

Dando sequência ao processo da pesquisa, iniciamos a análise do corpus, composto pelos tweets publicados com a hashtag #AForçaDoQuerer das 21h à meia-noite nos dias 3 e 8 de abril de 2017, os quais correspondem à primeira semana de exibição (à qual será chamada, a partir daqui, de *Semana 1*), e nos dias 16 e 20 de outubro de 2017, referentes à última semana de exibição da telenovela A Força do Querer (que será chamada de *Semana 2*). Os dados coletados foram disponibilizados, na íntegra, nos Anexos A e B.

Foram coletados, nos quatro dias e horários selecionados, um total de 856 tweets, sendo 456 da *Semana 1* e 400 da *Semana 2*, conforme mostra a Tabela 1:

**Tabela 1 – corpus coletado para análise**

	<b>Semana 1</b>		<b>Semana 2</b>	
<b>Data da coleta</b>	03.abr.2017	08. abr.2017	16.out.2017	20.out.2017
<b>Total no dia</b>	259 tweets	197 tweets	141 tweets	219 tweets
<b>Total na semana</b>	456 tweets		400 tweets	

Fonte: elaborado pela pesquisadora

Considerando-se que os tweets analisados são uma reação à uma ação simultânea – a exibição da novela na televisão, em tempo real – é importante incluir, como elemento da análise, a sinopse dos capítulos fornecida pela emissora (Anexo C) no site oficial.

A leitura crítica dos dois períodos coletados para análise mostrou que o destaque é a própria hashtag, que é mencionada com diferentes grafias (com destaque para #Aforçadoquerer, #AForcadoQuerer e #AForçadoQuerer), o que se justifica pelo fato de ser a hashtag o termo de busca usado para a coleta dos tweets. Por isso, a hashtag está presente em todos os 856 posts analisados.

Verificamos que, na *Semana 1*, destacam-se, entre os termos mais frequentes, os nomes das pessoas que fazem parte do elenco, como acontece com a atriz Maria Fernanda Cândido (Figura 18), Juliana Paes, Isis (Valverde) e Fiuk.

**Figura 18 - tweet que faz menção à atriz Maria Fernanda Cândido**

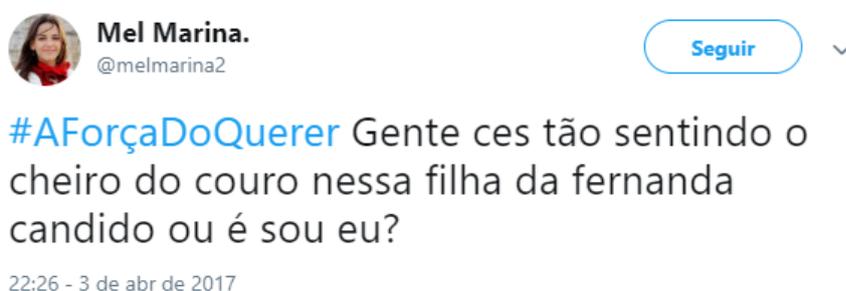


**Fonte: Twitter, BRUNO, T. (2017)**

A relação dos tweets analisados neste estudo com a narrativa ficcional a que eles se referem - e da qual dependem para existir, pois são uma reação à exibição da novela na televisão - permite visualizar de forma clara a diferenciação que Yves Reuter (2011) dá ao texto narrativo. Enquanto enunciado, os posts são fechados em si, denotam um significado e uma construção textual únicos. Ao mesmo tempo, enquanto enunciação, cada post carrega uma intenção de produção, que pode ir além do "comentar" e estar dotada de conotações, as quais podem (ou não) ser percebidas de acordo com as condições de recepção.

Quando fala sobre narrativa, Reuter (2011) também destaca que há dois mundos: o da história (ficcional) e o real, que é referente e reforçado pelas categorias de apreensão do mundo, as quais são externas à narrativa. Esse ponto pode ser verificado, durante a análise, quando se percebe que a audiência se refere aos personagens usando os nomes dos atores que dão vida a eles (Figura 19).

**Figura 19 – tweets que ilustram a relação entre o mundo da história e o real/referente**



**Fonte: Twitter, MARINA, M (2017)**

O fato de @melmarina2 referir-se à personagem Joice pelo nome da intérprete Maria Fernanda Cândido não significa que ela acredite que atriz e personagem são a mesma pessoa. Apesar de o enunciado dar a entender esse fato, a enunciação permite ao leitor compreender que a autora do tweet faz uma menção conotativa.

Essa compreensão do que é real e do que é ficção faz parte do contrato que o subgênero telenovela (DUARTE, 2004) exige enquanto estratégia de comunicação de um gênero: há um acordo entre o produtor do conteúdo transmitido e sua audiência para fazer esse telespectador aderir ao jogo comunicativo proposto pelo formato.

No contexto televisivo, o conceito de gênero se distancia um pouco do contexto literário, sem deixar de ter vínculo com o discurso. Lopes e Greco (2016) afirmam que o gênero televisivo é exterior à obra e colabora com o consumo e o entendimento da produção midiática. Por ser uma estratégia de comunicação, ele faz parte do contrato que existe entre o produtor do conteúdo e a audiência, sob a forma de uma promessa que “busca fazer o telespectador aderir ao jogo comunicativo”. (DUARTE, 2004, p. 49-50).

A Figura 20 mostra como a telenovela *A Força do Querer* se encaixa nos conceitos de gênero, subgênero e formato estabelecidos por Duarte (2004) para categorizar as produções televisivas:

**Figura 20 – categorização de gênero, subgênero e formato de *A Força do Querer***

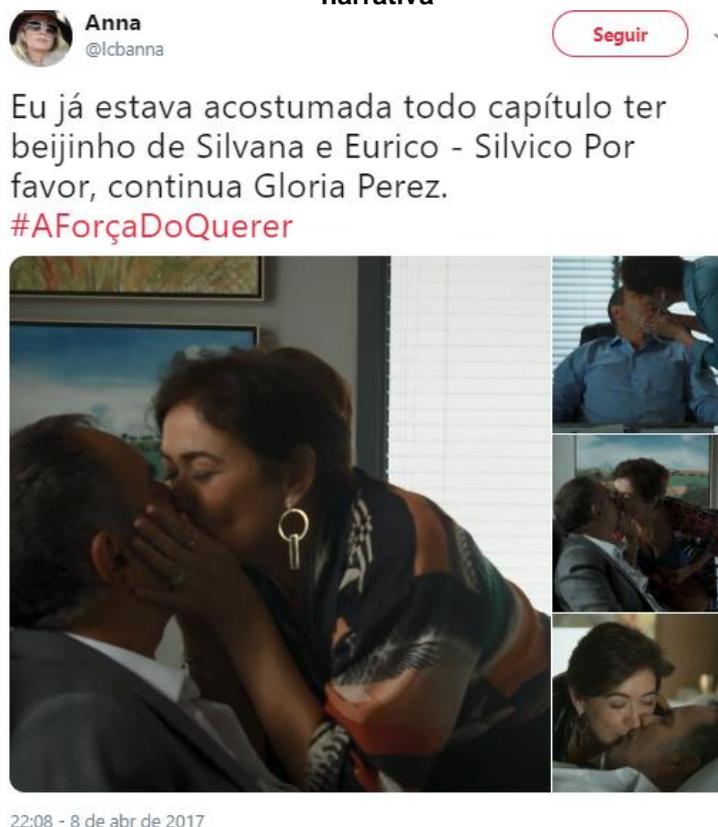
Referência	<ul style="list-style-type: none"> <li>Natural – mundo artificial, paralelo, produzido no interior do próprio meio</li> </ul>
Gênero Ordem da virtualidade	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>Plano da realidade</u>: 2 – supra-realidade, tem relação indireta de semelhança e coerência interna entre o real e o discurso;</li> <li><u>Regime de crença</u>: verossimilhança, sem compromisso com o mundo natural</li> </ul>
Subgênero Ordem da atualização	<ul style="list-style-type: none"> <li>Telenovela</li> </ul>
Formato Ordem da realização	<ul style="list-style-type: none"> <li>A Força do Querer</li> </ul>

**Fonte:** elaborada pela pesquisadora com base em Duarte (2014)

Na Semana 1 também há elevado índice de menções a diversas personagens (Figura 21), como Caio, Ivana, Bibi, Ruy, Zeca e Jeiza. A presença desses nomes nos tweets analisados reforça a ideia de Roland Barthes (2011), de que personagens são participantes da narrativa e responsáveis por sua constituição, visto que são eles que realizam as ações definidas pelo autor.

Além de ilustrar a participação das personagens, o tweet publicado por @lcanna (Figura 21) mostra como a audiência pode enxergar o papel da autora, Gloria Perez, na criação da narrativa. No enunciado, ela pede a maior presença de um determinado casal nos capítulos e justifica seu desejo e interesse incluindo no post fotos dos beijos que enuncia querer ver com mais frequência.

**Figura 21 - tweet que ilustra a relação o mundo das personagens e o mundo do autor da narrativa**



**Fonte: Twitter, ANNA (2017)**

Este tipo de interação da audiência com o conjunto autoral, manifestada pela menção à autora no tweet, é uma demonstração da instantaneização do hábito de as pessoas falarem sobre produtos midiáticos, como as telenovelas, ao mesmo tempo em que os assistem. A diferença é que agora isso se concretiza em um ambiente comunicacional que funciona como um novo espaço de lazer para as práticas sociais, representando “conversações que permeiam, estabelecem e constroem as redes sociais na internet”. (RECUERO, 2012, 2014).

É importante destacar o conhecimento prévio que a audiência demonstra em relação ao produto midiático, percebido pela forma como as pessoas se referem diretamente às personagens, ainda desconhecidas, desde o início da exibição da produção teledramatúrgica (Figura 22). Identificamos, na leitura do corpus, que há menos menções às pessoas do elenco do que às personagens que fazem parte da história televisionada, o que reforça a existência desse conhecimento prévio.

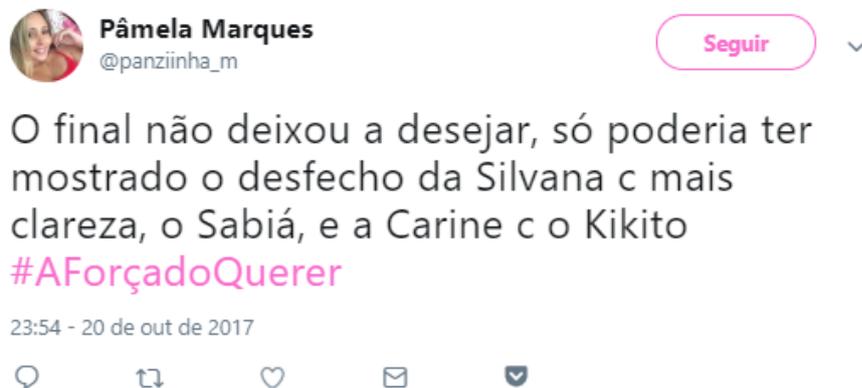
**Figura 22 - tweets que identificam as personagens dentro da narrativa**



**Fontes: Twitter, JOLIE (2017); Twitter, LOVEDIECKMAN (2017)**

O nome das personagens também é destaque na Semana 2, que se refere à última semana de exibição da telenovela. Essas menções eram esperadas porque, ao final da história, as personagens já deveriam ser (e são) um termo de domínio da audiência adepta de TV Social, como mostra a **Figura 23**.

**Figura 23 – tweet da Semana 2 que mostra menção a personagens não citados na Semana 1**



**Fonte: Twitter, MARQUES (2017)**

Além de percebermos a menção de personagens que foram inseridos na narrativa ao longo de seu desenvolvimento (e que não foram citados na Semana 1), como Sabiá e Carine, verificamos a menção a um grupo de personagens que, além

de serem protagonistas, são os que estão envolvidos em relações amorosas: Jeiza, Ritinha e Bibi, Zeca, Ruy, Rubinho e Caio.

Na Semana 2 também identificamos, na leitura do corpus coletado, um exemplo que traz à tona o duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora com base em Charaudeau (2012, 2014). Segundo a proposta da pesquisadora, o primeiro ato de linguagem refere-se à exibição da telenovela (EUe) e à recepção pela audiência (TUd) enquanto um grupo de pessoas definido pelo conjunto autoral (EUc) representa um receptor (TUi), que é a audiência real, opaca, e pode ser diferente daquela prevista pelo sujeito comunicante.

Em sequência de cena, no primeiro capítulo da Semana 2, a personagem Ritinha conversa com Edinalva, sua mãe, ao telefone, e esta lhe diz: "Olha só, escuta o que *tô* te dizendo, Ritinha, *prestenção*. Não vais falar nada sem falar antes com o seu advogado. *Tá* ouvindo o que *tô* falando? Nada... Não me responde, eu estou, não! Ritinha! O pau te acha. O pau te acha!".<sup>69</sup>

A audiência poderia (ou não) dar atenção a essa fala em específico ao invés de observar qualquer outro elemento componente da narrativa (como o cenário, a reação da personagem Ritinha, o contexto em que as frases foram ditas, a roupa das personagens, entre outros). Na leitura do corpus (Anexo B), verificamos uma sequência cronológica de posts com a frase "o pau te acha" (Figura 24):

**Figura 24 – tweets citando a fala ‘o pau te acha!’**

@EI10_daniel	O pau já achou vcs ? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/EI10_daniel/status/920068176817385472">http://twitter.com/EI10_daniel/status/920068176817385472</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@eujoseantonio	O PAU TE ACHA ! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/eujoseantonio/status/920068164355944448">http://twitter.com/eujoseantonio/status/920068164355944448</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@ivangomesz	o pau te acha &lt;3 #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ivangomesz/status/920068155241791493">http://twitter.com/ivangomesz/status/920068155241791493</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@pheebobuffay	O PAU TE ACHA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/pheebobuffay/status/920068147562078208">http://twitter.com/pheebobuffay/status/920068147562078208</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@abrahaobestlove	O PAU TE ACHA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/abrahaobestlove/status/920068179715592197">http://twitter.com/abrahaobestlove/status/920068179715592197</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@ahorcruze	O pau te acha ritinha #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ahorcruze/status/920068158714761216">http://twitter.com/ahorcruze/status/920068158714761216</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@juniorfazenda7	O pau te acha Ritinha #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/juniorfazenda7/status/920068142109548544">http://twitter.com/juniorfazenda7/status/920068142109548544</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@bbbfck	O PAU TE ACHA RITINHA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/bbbfck/status/920068147666980865">http://twitter.com/bbbfck/status/920068147666980865</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@ChrisTVBR	O PAU TE ACHA! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ChrisTVBR/status/920068177543028737">http://twitter.com/ChrisTVBR/status/920068177543028737</a>	October 16, 2017 at 09:25PM

**Fonte: seleção de tweets referentes à exibição da Semana 2 do corpus coletado pela pesquisadora**

<sup>69</sup> transcrição de trecho do capítulo de 16 de outubro de 2017, entre 2'53" a 3'13".

Impactada pela mensagem recebida, parte da audiência real (TUi) se projetou e assumiu uma posição ativa, demonstrando a intencionalidade de falar sobre a novela com outras pessoas. É neste momento que surge um receptor ativo (TUc), opaco (por ainda não ser visto pelo seu destinatário), que dá início ao segundo ato de linguagem; ao usar o Twitter para se manifestar, ele se coloca como um Receptor-Emissor (TUE), que conta com (e usa) a hashtag para aderir ao grupo de fala composto pelas outras pessoas da audiência que tuitam sobre a novela. Ao tuitar com a hashtag, o TUE atinge a um duplo destinatário (TUd2): ele fala diretamente com o conjunto autoral, que é responsável pela criação da hashtag para acompanhar as conversas que ocorrem em seu entorno, e fala com as outras pessoas adeptas da TV Social. Estes dois destinatários, além de múltiplos, são opacos, pois o TUc não tem certeza de quem será atingido por sua mensagem: ele apenas projeta, conscientemente ou não, com quem quer falar.

Percebemos, com essa análise, que no duplo ato de linguagem a ação (exibição do capítulo) e a reação (publicação dos tweets) acontecem simultaneamente, tendo como único elemento cronológico a necessidade de exibição de cada sequência de cena. Outro ponto a ser destacado diz respeito às diferentes grafias usadas para “falar” a frase dita pela personagem Edinalva: enquanto algumas pessoas escreveram “o pau te acha” em caixa baixa, outras optaram pelo uso de caixa alta, o que, na linguagem da internet, indica que a pessoa está gritando. Assim, esses enunciadores representaram discursivamente o tom de voz com que as palavras deveriam ser lidas, como mostra a Figura 25.

**Figura 25 - tweet que mostra o uso de caixa alta como representação da elevação do tom de voz**



**Fonte: Twitter, CHRIS (2017)**

A reação da audiência e o que ela posta no Twitter, após ser impactada pelo ato de linguagem a que a emissão da telenovela está ligado, explicita o duplo dialogismo de Bakhtin (1983): a relação interdiscursiva entre o que foi assistido e o

que o emissor dirá no SRS e a relação interlocutiva do que ele posta com o que os outros usuários da rede adeptos de TV Social compreenderão e responderão. Há, ainda, a relação dos enunciados com a situação de comunicação, o que pode influenciar nas já existentes e nas possíveis relações sociais ligadas à adesão a hashtag. Isso é possível porque o Twitter é considerado um site de relações não comunitárias (LEMOS; LÉVY, 2010), que se baseia no encontro e compartilhamento de informações e experiências mais rápidas, efêmeras e sem um território pré-definido ou um relacionamento prévio entre os interlocutores, pois se baseia em trocas por afinidades por temas.

Os tweets postados pela audiência (o TUi, que é o sujeito falante destinatário e se coloca de forma ativa como TUc) a partir e durante a exibição de um capítulo de telenovela (o EUe, que é o sujeito falante) constituem o duplo dialogismo de Bakhtin (1993). Eles deixam clara a existência de relações interdiscursivas, pois o post sobre a novela depende da existência da novela para ser concretizado; e as interlocutivas, quando o EUc, ao estabelecer uma hashtag oficial para o produto midiático - no caso deste estudo, #AForçaDoQuerer - demonstra a intencionalidade de que ela seja usada em posts nos SRSs; em paralelo, o fato de o TUE usar a hashtag em seu tweet mostra que ele adere à intenção e se associa aos demais sujeitos que indexam seus posts sobre o assunto com a hashtag, fatos que mostram a relação dos enunciados - capítulo da novela e tweets sobre ela - com os enunciados futuros).

As relações interdiscursivas e interlocutivas mencionadas por Bakhtin (1983) remetem às circunstâncias do discurso e "os saberes supostos que circulam entre os sujeitos protagonistas da linguagem". (CHARAUDEAU, 2014, p. 32). Na relação entre a exibição de um capítulo de novela e os tweets publicados sobre ela, entendemos que as práticas sociais partilhadas incluem, além da audiência propriamente dita, o conhecimento da funcionalidade dos SRSs e das hashtags; já os filtros construtores de sentido, que são os saberes supostos sobre os pontos de vista dos protagonistas do ato, podem ser os elementos da narrativa pensados para "gerar mais conversas".

Isso acontece, por exemplo, quando atores e atrizes que têm um fã-clube atuante são incluídos no elenco, como ocorreu em relação à atriz Lua Blanco em *A Força do Querer* (Figura 26).

**Figura 26 - tweet que ilustra as práticas sociais compartilhadas e os filtros construtores de sentido da audiência no corpus analisado**



**Fonte: Twitter, FELIPE (2017)**

A Figura 26 mostra que havia uma forte atuação da sua base: além de o autor (@FUCKERSZSOPH) usar em seu tweet a expressão "LuaBlancoÉAnita" associada à hashtag #AForçaDoQuerer, ele retuita o post da @CentralLuaBlanco (fã-clube da atriz) que orienta os fãs "Cite esse tweet contando de um até dez (por extenso) com as tags LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer", estratégia essa usada para colocar um assunto ou termo na lista dos assuntos mais comentados naquele momento (Trending Topics).

Ao analisar o corpus como um todo (unificando as Semanas 1 e 2), identificamos elementos que são relevantes para a audiência adepta de TV Social nos dois períodos, como é o caso do nome Fiuk. Na Semana 1, ele se destaca pela ação dos seus fã-clubes, que exaltaram sua presença na novela. Isso indica que, além da audiência comum de televisão (pessoas que mantêm o hábito de assistir aos programas de televisão e comentar no Twitter, independente do gênero do programa), o *fandom*<sup>70</sup> está presente e opera campanhas com hashtags ou palavras-chave que visam destacar seu ídolo entre os assuntos mais comentados nas redes sociais (no caso do Twitter, nos Trending Topics) (Figura 27).

<sup>70</sup> "O termo é um acrônimo de origem inglesa que vem da junção de "fan" (fã) + "kingdom" (reino), algo que poderia ser traduzido livremente como "reino dos fãs", mas que entendemos aqui como uma comunidade interpretativa formada a partir da reunião dos fãs." (VIEIRA; SILVA, 2017, p.1)

Figura 27 - tweets com ação do fandom do Fiuk na estreia de *A Força do Querer*



Fonte: Twitter, DANI (2017); Twitter, SHAY (2017)

A observação do Trending Topics Brasil permite identificar ações do *fandom* em diferentes horários e produtos midiáticos, seja pedindo a presença do seu ídolo ou destacando-o entre outras atrações dos programas que participam, seja ao vivo ou gravado<sup>71</sup>. A observação do destaque de um artista específico entre as palavras mais mencionadas nos dois períodos permite destacar que, como visto no levantamento apresentado na Introdução, nos últimos anos o Obitel Brasil identificou diferentes estudos sobre a cultura de fãs no Brasil, inclusive desenvolvidos por seus integrantes.

Na Semana 2, as referências a Fiuk devem-se ao seu desempenho como ator ou ainda falando sobre a personagem (Fiuk é mencionado como parte da narrativa, no lugar de Ruy, nome da personagem) (Figura 28).

<sup>71</sup> Importante destacar que os *fandons* não são o foco deste estudo, mas que sua ação foi identificada no material analisado e, por isso, esta breve referência torna-se necessária.

**Figura 28 – tweets fazendo referência ao ator Fiuk na Semana 2**



Fonte: Twitter, SÓ ACHO QUE (2017); Twitter, LUZY (2017)

Outra questão que pode ser observada a partir da análise dos tweets dos dois períodos selecionados para compor o corpus deste estudo é a forma da escrita (Figura 29).

**Figura 29 – tweet que ilustra como a Língua Portuguesa pode ser usada no suporte digital**



Fonte: Twitter, CARDACHA, N. (2017).

Percebe-se, na Figura 29, abreviações (não formais) do idioma, sendo: agr – agora

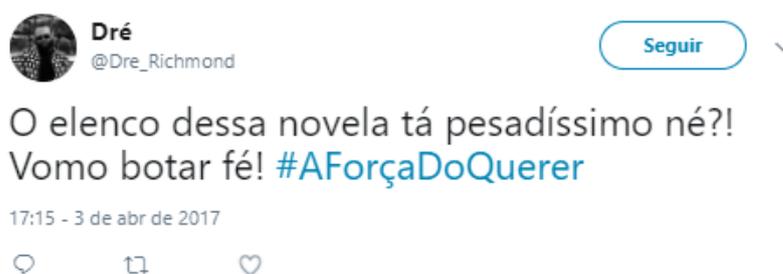
ta – está

td – tudo

tranks – tranquilo

As abreviações podem ter relação com a limitação de 140 caracteres por post que o Twitter impunha na época da coleta dos dados (G1, 2017; LOPES; ARAUJO, 2016). Entretanto, elas também podem ser entendidas como uma adesão à linguagem própria das redes, que tem um caráter mais conversacional, o que permite não apenas as abreviações, mas também exageros no uso das pontuações, os erros gramaticais (como mostram as Figuras 29 e 30) e o uso de figuras de linguagem, como metonímia, antítese, hipérbole, ironia e pleonasma, entre outras.

**Figura 30 - tweet que mostra o uso de linguagem coloquial**



**Fonte: Twitter, DRÉ (2017)**

O tweet da mostrado na Figura 30 traz a grafia “Vomo” ao invés de “Vamos”, o que pode ser entendido como uma modificação da língua, visto que muitas vezes as pessoas optam por adotar uma linguagem extremamente coloquial como forma de tornar o ambiente da internet mais leve.

Além disso, muitas vezes a forma como as pessoas escrevem remete à oralidade, pois tem caráter conversacional. Assim, como aponta Recuero (2012), percebe-se que o discurso não precisa de som para ter características orais, o que também percebemos nos tweets em que houve o uso de elementos gráficos (gifs<sup>72</sup>, emojis<sup>73</sup> e imagens). No caso da Figura 31, o gif colabora com o entendimento da ironia, a qual poderia não ser percebida no texto escrito pela autora @dilmalife.

<sup>72</sup> formato de arquivo de computador para armazenamento e compressão de informação em formato visual; imagem ou vídeo salvo neste formato. "O uso de emoji, emoticons e GIFs em uma conversa textual instantaneamente indica a diferença entre sinceridade e brincadeira ou sarcasmo." Tradução nossa do conceito disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/GIF>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

<sup>73</sup> Qualquer uma das várias pequenas imagens, símbolos ou ícones usadas em campos de texto em comunicações eletrônicas (como em mensagens de teto, e-mails e redes sociais) para expressar

**Figura 31 - tweet que usa elemento gráfico (gif) como indicativo de ironia**



**Fonte: Twitter, LAVIGNE, R. (2017)**

Estes elementos gráficos dão ao discurso novas informações e podem, assim, assumir o lugar do gestual e de elementos prosódicos, os quais são essenciais à conversação oral offline (RECUERO,2012). Essa pesquisadora menciona Herring (2010) para comentar que, mesmo sendo produzida e recebida de forma escrita, a Comunicação Mediada por Computadores é uma experiência similar às conversações faladas, tanto que as pessoas comumente descrevem as suas atividades online usando os verbos “falei” e “ouvi” ao invés de “digitei” e “li”.

Esse caráter conversacional que remete à oralidade, que identificamos nos posts publicados no Twitter, nos orienta a entender que o uso desse tipo de linguagem remete aos componentes situacionais do contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2001). O componente psicossocial é percebido quando entendemos que a adoção de uma linguagem comum faz com que os usuários do SRS se reconheçam, assim como cria uma legitimidade - "ele está aqui e sabe o que e como fazer", o que nos leva ao componente intencional, o qual observa o conhecimento real ou idealizado entre os

---

uma atitude emocional do escritor, transmitir informações sucintas, comunicar uma mensagem brincalhona sem usar palavras. Tradução nossa do conceito disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

parceiros a partir dos saberes intertextuais. Já em relação ao componente comunicacional, os parceiros estão presentes, mas necessariamente não se veem: eles preveem que se encontrarão a partir do uso da hashtag do programa televisivo em posts no Twitter, que é o canal em que a interação acontece.

Em relação às estratégias discursivas, a análise do corpus permite identificar duas das três elencadas (legitimação, credibilidade e captação) por Charaudeau (2014):

1. A estratégia da credibilidade se manifesta quando o sujeito usa #AForçaDoQuerer, através da qual ele atinge seu interlocutor e demonstra seu conhecimento acerca do produto midiático, a ponto de estar legitimado a se inserir nas conversas que ocorrem no entorno da hashtag;
2. A estratégia da captação permite que o sujeito reforce o seu interesse e preferência pelo assunto (a telenovela em si) e se posicione sobre ele, com a intenção de persuadir seu interlocutor.

Nesse sentido, o sujeito comunicante realiza uma dupla aposta – que os destinatários percebam o contrato e confirmem o efeito das estratégias – e se manifesta através da encenação, cuja efetividade é medida pela forma como o sujeito interpretante detecta e interpreta a mensagem.

Considerando-se as estratégias que os sujeitos que compõem o público da telenovela podem estabelecer, ao elaborar as postagens que serão publicadas no Twitter durante a audiência, podemos analisar as visadas discursivas, as quais são carregadas da intencionalidade psico-socio-discursiva (CHARAUDEAU, 2004) e determinam qual será a expectativa que esses sujeitos têm em relação ao seu ato de linguagem, a qual pretende atingir na troca linguageira.

Como comentado no subcapítulo 4.1.2, esses posts se inserem em uma troca linguageira por serem produzidos com duas intencionalidades do sujeito falante definido neste estudo como receptor ativo (TUc)<sup>74</sup>:

- são uma resposta à recepção da telenovela e, por isso, dependem do produto midiático e sua veiculação para existirem;
- o fato de serem postados de forma pública no site de rede social e estarem indexados pela hashtag oficial faz com o que os tweets também tenham o

---

<sup>74</sup> A pesquisadora define como TUc aquele sujeito que se projeta para fora da audiência real passiva e quer falar (ou seja, postar) sobre as mensagens recebidas, como mostra a Figura 17.

objetivo de impactar a audiência do Twitter como um todo e, em especial, àquela que acompanha a hashtag durante a exibição da novela.

Fica claro que, além de serem definidas quando o sujeito comunicante produz o ato de linguagem, as visadas devem ser reconhecidas e compreendidas pelo sujeito interpretante (TUi). Partindo desse pressuposto, apresentado por Charaudeau (2013), e considerando o duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora, o corpus de #AForçaDoQuerer analisado nesta tese mostra que:

- no primeiro ato de linguagem, que se refere à exibição do capítulo da telenovela na televisão, o tweet de @ErikalucianaSo1 (Figura 32) confirma a presença da visada incitativa (CHARAUDEAU, 2013), pois indica que o sujeito interpretante (TUi) assumiu o que vê na narrativa como verdade, mesmo sabendo que é um produto ficcional, inclusive ilustrando o post com uma capa de revista. No mesmo post, identificamos a operacionalização do *pathos* (CHARAUDEAU, 2013), pois o sujeito comunicante atingiu o êxito no que é uma das intencionalidades da narrativa ficcional seriada de televisão: ele fez o sujeito interpretante crer na narrativa e sentir empatia pelas personagens, a qual é demonstrada pelo enunciado “Tadinho do Zeca, ...ainda bem que tem a jeiza para cuidar dele” e, graficamente, com o uso dos emojis 🥺 😊, que reforçam o sentimento da autora em relação à informação que ela está compartilhando em seu tweet;

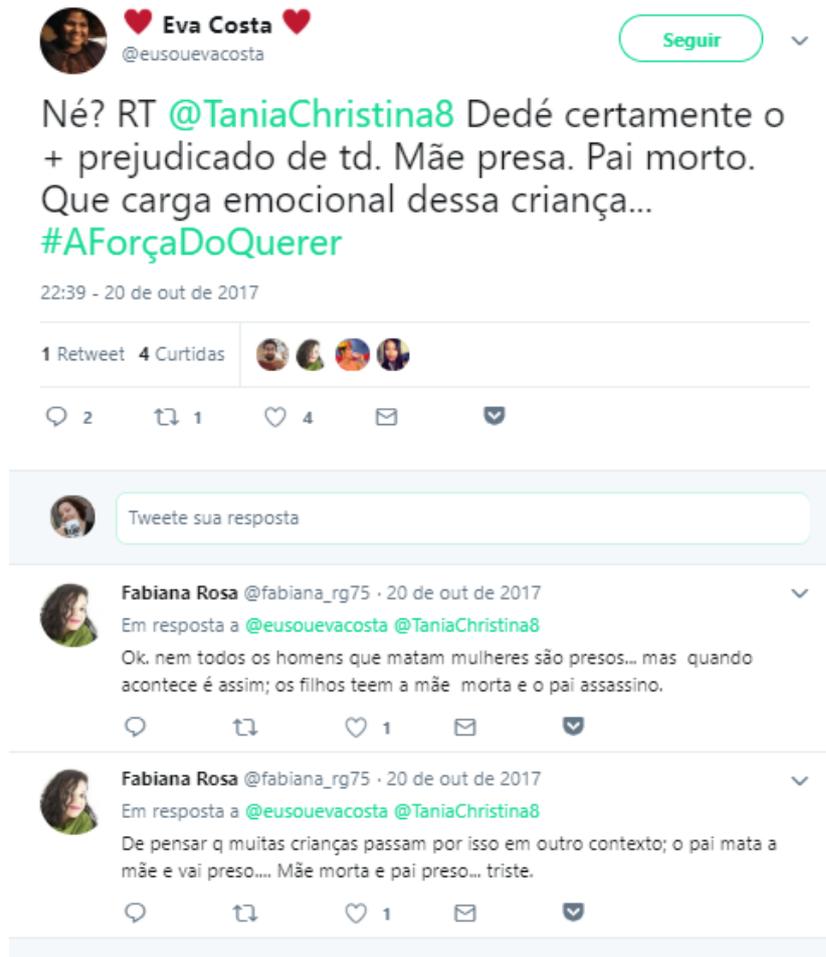
Figura 32 – tweet que demonstra a operacionalização das visadas incitativa e *pathos* no primeiro ato de linguagem



Fonte: Twitter, ERIKKALUX (2017)

- Também em relação ao primeiro ato de linguagem (a exibição do capítulo da novela), percebemos a adesão à narrativa e a operacionalização do *pathos* (CHARAUDEAU, 2013) no tweet publicado por @eusouevacosta; ela complementa com a expressão “Né?” seu retuite (Figura 33) ao tweet de @TaniaChristina8, que comenta a situação da personagem Dedé, um menino que no último capítulo foi morar com a avó depois que seu pai, o traficante Rubinho, foi morto em confronto com a polícia e a mãe (Bibi *Perigosa*) foi presa. Com um tom discursivo mais sério, o qual se difere de outros posts analisados, que são mais coloquiais, @TaniaChstistina8 destaca a "carga emocional dessa criança..." ao lamentar o destino de Dedé, visto por ela como "certamente o + prejudicado de td.". O uso de abreviações adequa mais o texto à linguagem da rede mas não diminui o tom de seriedade que a escolha das palavras dá;

**Figura 33 - tweet que demonstra a operacionalização do *pathos* no primeiro ato de linguagem**



**Fonte: Twitter, COSTA (2017)**

- Além da visada incitativa e do *pathos*, identificamos que o primeiro ato de linguagem trabalhou, em *A Força do Querer*, com a visada da informação (CHARAUDEAU, 2013). O conjunto autoral incluiu no roteiro o debate sobre questões de gênero a partir da história de uma personagem transexual (Ivana/Ivan) que faz transição de gênero. A Figura 34 mostra que, além de gerar empatia (*pathos*), esse elemento textual da narrativa permitiu levar informação sobre o assunto à audiência e discutir o preconceito contra homossexuais, em formato de campanha social.

**Figura 34 - tweet que demonstra a operacionalização do *pathos* e da visada informativa no primeiro ato de linguagem**



Fonte: Twitter, SANTOS (2017)

Como representamos na Figura 17, os tweets publicados em decorrência da exibição e audiência da telenovela estabelecem a existência de um segundo ato de linguagem, elaborado pela pesquisadora a partir de Charaudeau (2014). A análise dos posts permite identificar as quatro visadas discursivas (CHARAUDEAU, 2013):

- Ao adotar a visada prescritiva, o sujeito comunicante autor do tweet busca *fazer fazer* ao tentar convencer outras pessoas que a sua opinião é a correta e tem fundamento. Ao destacar a sequência de cena da ação policial que termina com a morte de Rubinho e a prisão de Sabiá, @Carlao\_ER (Figura 35) enfatiza que a telenovela mostra a realidade e comprova que a polícia é do “BEM!”, palavra grafada em caixa alta para destacar (elevar o tom de voz). Dessa forma, ele usa a narrativa para embasar o seu ponto de vista e fundamentar a sua opinião.

**Figura 35 - tweet que demonstra a operacionalização da visada descritiva no segundo ato de linguagem**



Fonte: Twitter, ER (2017)

- Quem adota a visada informativa quer *fazer saber*, ou seja, tenta mostrar às outras pessoas que participam da conversa via hashtag que ele possui um

saber que presume ser diferenciado. Nesse sentido, durante a exibição do primeiro capítulo da novela, @Ebrodare parte de uma sequência de cena da primeira fase da novela em que a personagem Joyce fica exibindo sua filha (criança) Ivana para fazer uma associação da relação das personagens com a relação da cantora Gretchen e seu filho Thammy, que nasceu mulher e passou por uma transição de gênero – mesma situação que será vivida pela personagem Ivana na segunda fase (Figura 36). Ao fazer esse paralelo, @Ebrodare mostra que tem conhecimento tanto do fato (Gretchen X Tahmmy) quanto do ficcional (o que acontecerá com Ivana).

**Figura 36 - tweet que demonstra a operacionalização da visada informativa no segundo ato de linguagem**



**Fonte: Twitter, EBRODARE (2017)**

- A adoção da visada incitativa faz com que o autor do post busque *fazer crer*, convencendo sua audiência de que o que ele diz é a verdade acerca do tema, como tenta fazer @CsarAugusto21 ao usar uma imagem do cantor Lulu Santos para indicar seu sentimento em relação ao fim da novela (Figura 37);

**Figura 37 - tweet que demonstra a operacionalização da visada incitativa no segundo ato de linguagem**



**Fonte: Twitter, AUGUSTO (2017)**

- Quem opta pelo *pathos* quer *fazer sentir* e, por isso, o autor do tweet busca comover sua audiência. É o que faz @juangbromero (Figura 38) ao postar o emoticon “:((((”, que representa uma expressão facial de tristeza exagerada (a repetição excessiva de parênteses enfatiza esse sentimento) junto com uma imagem do capítulo em que as personagens se abraçam entristecidos após Caio contar a Aurora que sua filha Bibi confessou crime e foi presa.

**Figura 38 - tweet que demonstra a operacionalização do *pathos* no segundo ato de linguagem**



**Fonte: Twitter, ROMERO (2017)**

Após a análise do corpus, torna-se essencial apresentar uma nova compreensão sobre o resultado deste estudo, aprofundando a visão da pesquisadora sobre o tema e os resultados obtidos até aqui, o que será apresentado, na sequência, para concluir este capítulo.

### 5.3 DISCUSSÃO DA ANÁLISE: O QUE A PESQUISADORA TEM A DIZER

Diferente de outros ambientes e suportes comunicacionais, nos quais há estatutos que definem quem tem legitimidade para se manifestar, no Twitter o sujeito comunicante (EUc) é legitimado apenas pelas condições que satisfaz - saber ler e escrever (fator essencial para o uso da internet, na maioria dos casos), ter um perfil na rede (o que permite que ele entre no ambiente) e saber usá-la minimamente (saber postar) -, não dependendo do reconhecimento dessa legitimidade pelo sujeito interpretante (CHARAUDEAU, 2001). O comunicante (EUc) não precisa, necessariamente, conhecer todos os códigos e funcionalidades da rede nem entender o que é, por exemplo, uma hashtag. Ele pode, inclusive, saber o que ela é e como funciona sem dar a ela esse nome.

Charaudeau (2009) menciona a identidade social, que depende do reconhecimento dos interlocutores. Como dito acima, entre os usuários do Twitter essa identidade social pode ser considerada opaca, pois eles postam e normalmente não têm uma adesão (curtida, resposta, menção) das outras pessoas que usam a rede. Ao mesmo tempo, a identidade discursiva (CHARAUDEAU, 2009) depende apenas do sujeito falante e se forma quando, no caso da TV Social, ele usa a hashtag do programa que está assistindo, o que ajuda a dar credibilidade e aumenta a possibilidade de captação da audiência.

Outro conceito da Semiologia que pode ser observado na análise do corpus coletado diz respeito às circunstâncias do discurso (CHARAUDEAU, 2014), as quais retratam os saberes supostos que circulam entre os sujeitos envolvidos no ato de linguagem. Elas incluem as práticas sociais compartilhadas, ou seja, o conhecimento prévio que os sujeitos têm sobre o funcionamento do Twitter enquanto suporte comunicacional e sobre a telenovela a que estão assistindo, no caso, *A Força do Querer*. As circunstâncias também contam com os filtros construtores de sentido, com os quais cada sujeito supõe os saberes do(s) outro(s) protagonista(s) da linguagem e que permitem a cada um transformar o ambiente material em palavra.

Além do duplo ato de linguagem elaborado pela pesquisadora (Figura 17), é possível tratar o objeto de estudo desta tese - os tweets sobre a telenovela *A Força do Querer* publicados durante a sua exibição - como um ato de linguagem único (Figura 39), que não considera a dependência que os posts têm com a telenovela (sem ela, eles não existiriam).

**Figura 39 – representação do ato de linguagem referente ao corpus da tese**



**Fonte: adaptação do ato de linguagem elaborado pela pesquisadora (LOPES; ARAÚJO, 2016) com base em Charaudeau (2014)**

A Figura 39 mostra que, no espaço interno, do dizer, estão o EUE (a hashtag #aforçadoquerer, usada para a coleta do corpus) e o TUD (a audiência que segue a hashtag no Twitter ou que apenas usa o Twitter, mas foi alcançada pela mensagem postada), enquanto o circuito externo à fala reúne o EUC (a audiência da telenovela enquanto ela é transmitida na televisão) e o TUI (indivíduos que usam o Twitter e que podem, ou não, estar assistindo a novela).

Dessa forma, a hashtag se coloca como o ser de fala (EUE, enunciador) que direciona a comunicação, indexa e organiza o conteúdo e reforça a relação entre os sujeitos locutores (o EUC), cuja intencionalidade é representada pela hashtag, e os sujeitos receptores (TUI), os quais são representados no ato de dizer pelos destinatários (TUD), que são os destinatários para quem o EUC dirige sua comunicação.

Freitas e Boaventura (2017) destacam que o ato de linguagem designa o conjunto da realidade languageira e que, por isso, pode ser entendido de forma mais extensa. Dessa forma, a pesquisadora optou por reforçar a relação do corpus com o produto teledramatúrgico a que ele se refere – sem a exibição da telenovela os tweets

(coletados) não existiriam – e elaborou uma proposta de ato de linguagem que parte da produção e exibição da telenovela, passa pela recepção e transforma o receptor em emissor. Esse fluxo comunicacional remete ao dialogismo (BAKHTIN, 2010), pois trata da relação dos enunciados com e pelos sujeitos e da relação com e entre os outros enunciados: não poderíamos falar dos tweets sobre a novela deixando de lado a relação de origem que há entre eles e a novela.

Apesar da possibilidade de o corpus ser analisado sem considerar o produto midiático que dá origem a ele (como comentado acima), precisamos destacar a relação de codependência dos tweets analisados e a telenovela em si, como mostra a Figura 40. No post, @ThallysBAIm enuncia “Eu tô gostando do capítulo!”, o que demonstra que o referido post só existe porque há a telenovela e porque ela é exibida.

**Figura 40 – tweet que reforça a relação de codependência entre os tweets analisados e a exibição dos capítulos da telenovela**



**Fonte: Twitter, ALMEIDA, T. (2017)**

A partir dessa relação, a pesquisadora elaborou um quadro comunicacional que contém um duplo ato de linguagem (Figura 17), o qual não se encerra com a recepção, pelo TUi (audiência real da telenovela). Nesse fluxo comunicacional, o TUi pode ser emissor a partir do momento que demonstra interesse em falar sobre a novela e se torna um Receptor Ativo (TUc), habilitado para aderir à TV Social via SRSs (no caso do corpus analisado, o sujeito precisa ter uma conta no Twitter). Ao postar sobre a novela usando a hashtag específica, esse TUc se projeta em um Receptor-Emissor (TUE) que adere ao grupo de fala para compartilhar impressões, opinião ou qualquer manifestação que seja de seu interesse (como a repetição de uma fala da novela, como mostrou a Figura 24) com um duplo destinatário (TUd2) composto pela audiência usuária em geral e por participantes do conjunto autoral que tenham perfil no Twitter). O TUc projeta com quem ele quer falar, ou seja, a quem sua mensagem deve chegar. Entretanto, ele não pode ter certeza de quem é o Interpretante (TUi2) do

seu post que, além de opaco, é múltiplo, pois o post fica público e pode alcançar qualquer pessoa que seja usuária do Twitter.

Nesse duplo ato de linguagem, o contrato de comunicação liga todos os parceiros<sup>75</sup> com o objetivo de co-construir sentido e, com isso, se legitimar. A divulgação e o uso de hashtag oficial, tanto pelo conjunto autoral quanto pelas audiências, funcionam como um elemento que permite aos sujeitos reconhecer o sentido do discurso do outro. Há, assim, o reconhecimento dos quatro princípios do ato de linguagem que constituem o contrato (CHARAUDEAU, 2005):

- a) alteridade: o reconhecimento da existência dos interlocutores e a produção, emissão, recepção e interpretação dos atos de fala;
- b) pertinência: a compreensão da intenção dos sujeitos envolvidos no ato, a existência de um mínimo saber compartilhado, o que permite a intercompreensão;
- c) influência: a decisão, por parte do sujeito falante, de como ele deve se colocar para agir sobre o outro, o que ocorre pela definição das estratégias discursivas;
- d) regulação: a determinação da forma como ocorre o contato e a legitimação dos sujeitos e de como prossegue a troca comunicativa.

A proposta *real time* da TV Social faz com que o duplo ato de linguagem crie uma zona de "ação e reação simultâneas" entre os dois espaços internos: a exibição do capítulo na televisão e os posts sobre o mesmo capítulo no Twitter, publicados em tempo real à exibição.

Podemos considerar que essas zonas de ação e reação simultâneas se constituem como parte de uma arena discursiva, na qual a narrativa ficcional construída (o E<sub>U</sub>e) busca não apenas impactar o interlocutor previsto (T<sub>U</sub>d), mas também gerar novos enunciados, ativando o Receptor (T<sub>U</sub>i), que se coloca como um Receptor Ativo (T<sub>U</sub>c) que posta sobre algum elemento ou sobre o todo da narrativa.

Essa ideia reforça a não aleatoriedade dos enunciados apontada por Machado (2012): todo e qualquer elemento incluído na narrativa pelo corpo autoral (E<sub>U</sub>c), desde o mais simples (como a escolha da cor de uma peça de roupa) até o mais complexo (como a forma como o ator interpreta o texto do autor), é carregado

---

<sup>75</sup> conjunto autoral e as três audiências: prevista, audiência real e audiência (indivíduos) que se comunicam (postam e leem) via Twitter.

de intenções e busca influenciar os interlocutores, neste caso, a repercutir a narrativa nos enunciados publicados no Twitter.

O aumento do consumo de ficção via internet e dos sites de redes sociais foram apontados como experiências que ganharam mais força a partir de 2014 (LOPES; MUNGIOLI, 2015) e foram potencializadas em 2015, quando 88% dos usuários de internet no Brasil afirmavam assistir à TV e acessar a internet ao mesmo tempo (LOPES; GRECO, 2016).

É deste público conectado que emergem os sujeitos comunicantes que postaram sobre *A Força do Querer* e simultaneamente assistiam à novela. Esse engajamento da audiência pode ter relação com “a inovação dos conteúdos ficcionais exibidos e nas suas formas narrativas” (LOPES; GRECO, 2017, p. 108), visto que *A Força do Querer* se destacou por ter três protagonistas mulheres, de perfil ousado (MARTHE, 2017), oriundas de três mundos distintos (a elite carioca, o subúrbio de Niterói e o interior do Pará) e que tinham em comum o poder feminino. (STYCER, 2017a).

Há, nesse duplo ato de linguagem, uma relação de convergência, visto que o fluxo de conteúdos ocorre simultaneamente em múltiplos suportes (na TV e no Twitter), como afirma Henry Jenkins (2009, p. 27). Percebemos o que ele chama de comportamento migratório do público que, além do consumo de mídia já enraizado em seus hábitos, busca em “quase qualquer parte [...] experiências de entretenimento que desejam”. Essa relação endossa a afirmação de Jenkins (2009) de que, mais do que uma relação de consumo de mídia (informação e entretenimento), vivemos uma transformação tecnológica e de mercado, as quais refletem na nossa cultura e sociedade e, por consequência, modificam nossos hábitos de consumo.

Os consumidores se inserem no fluxo comunicacional ao usar os canais de comunicação online para interagir direta (conversando com determinadas arrobas) ou indiretamente (postando com uma hashtag, o que pode chamar para a conversa outras pessoas com o mesmo interesse) com esses outros consumidores. (JENKINS, 2009).

A extensão da narrativa deve-se não apenas às ações da audiência, podendo ser conduzida pelas emissoras, como acontece quando elas incentivam o uso de uma hashtag específica para seus produtos midiáticos. A Rede Globo (responsável pela telenovela que deu origem ao corpus deste estudo) incentiva a transmidiação ao dispersar elementos de sua ficção em diversos canais de entrega, como seus perfis

sociais, ambientes em que usa o marcador hipertextual. Ela busca “criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada” (JENKINS, 2011, s.p.) oferecendo, em cada meio, conteúdos diferenciados e inéditos (como textos curtos, links para o site, fotos, vídeos e gifs), dando uma “contribuição única para o desdobramento da história”.

Assim, os conteúdos oferecidos nas diferentes plataformas como a exibição das narrativas ficcionais na televisão, sua disponibilização no site e na plataforma de streaming Globoplay; posts nos sites de redes sociais a qualquer momento do dia; informações disponibilizadas no site, atendem às “velhas e novas audiências, públicos, usuários, consumidores, ‘prosumidores’, fãs, ou qualquer outro nome que se queira dar à recepção” (LOPES; MUNGIOLI, 2011, p. 161) e refletem a tv multiplataforma e conectada a que temos acesso na contemporaneidade.

Essas múltiplas possibilidades de consumo da narrativa amplificam a audiência, pois uma pessoa não precisa assistir ao capítulo pela televisão para consumir o conteúdo midiático. Ela pode consumir o produto em diferentes formatos, seja lendo os detalhes na sinopse disponibilizada no site ou assistindo a alguns trechos nos perfis nos sites de redes sociais. As emissoras devem atentar-se mais à importância de ouvir e atender de forma ativa a essas novas audiências, que se mostram cada vez mais presentes nos diversos fluxos comunicacionais. (JENKINS et al., 2013).

Percebemos que a Rede Globo busca esse relacionamento, seja com a oferta de novos espaços próprios de conversa (sites e aplicativos), isto é, apropriando-se de formas comunicacionais já adotadas pela audiência como a definição de hashtags específicas. No caso das novelas, identificamos que o incentivo ao uso de hashtags é feito diretamente nos posts da emissora - e não no produto midiático - ou seja, sua colocação na tela da tv durante a exibição do capítulo.

A análise dos tweets coletados sobre a telenovela *A Força do Querer* permite entender que o modelo comunicacional vigente, no qual a TV Social estende de forma exponencial as conversas acerca dos produtos televisivos, não se encerra com a exibição do programa ou, no caso da telenovela, quando o capítulo termina.

Essa prática reflete o que já acontecia antes, pois as pessoas nunca dependeram dos sites de redes sociais para "conversar sobre o capítulo de ontem", por exemplo. O que muda é a forma como essas práticas passaram a ocorrer. As pessoas falam nas redes sociais e essa conversação em rede (RECUERO, 2012)

pode ser permanente (fica disponível no site em que foi postada, exceto quando é apagada pelo autor) e rastreável (podem ser buscadas e indexadas, seja através de palavras-chave, hashtags, usuário ou período, de forma isolada ou em conjunto).

A permanência e a buscabilidade dos conteúdos postados fazem com que os posts possam ser consumidos de duas formas, pensadas a partir dos conceitos de momento temporal da conversação em rede (RECUERO, 2012):

- de forma síncrona: o acesso (consumo) do post é imediato à sua publicação e ocorre em um fluxo contínuo, ou seja, quando o usuário acompanha as publicações em tempo real, seja através de alguma indexação ou simplesmente observando a sua linha do tempo no aplicativo; e
- de forma assíncrona: o acesso (consumo) se estende ao longo do tempo, não está vinculado ao momento da postagem. Assim, pode ocorrer quando o usuário faz uma busca retroativa e acompanha o conteúdo sobre determinado assunto em outro momento que não o de sua produção; ou ainda quando o próprio site oferece conteúdo fora de ordem, como o Twitter faz ao mostrar "o que você perdeu" quando o usuário entra no aplicativo após um período sem usá-lo.

Por fim, apresentamos uma síntese (Quadro 8) dos principais conceitos que compõem o referencial teórico desta tese e sua aplicação analítica a partir do corpus coletado. Foram eles que permitiram a aplicação do dispositivo metodológico elaborado pela pesquisadora (Figura 17), o qual destaca a interdisciplinaridade desse estudo ao cruzar e fazer a intersecção de seus três eixos norteadores: Cultura, Linguagem e Comunicação.

Quadro 8 - Síntese da aplicação do dispositivo metodológico da tese

(continua)

EX	Conceito-chave	Referencial teórico	Conceito	Aplicação
CULTURA	Cultura enquanto fenômeno discursivo	Hall (1997)	Sistema de classificação a que a língua recorre para dar significado às coisas e constituir as práticas sociais.	Reconhecemos como elementos culturais a produção e consumo de telenovela e o hábito de conversar sobre ela ao mesmo tempo em que é exibida; o produto midiático e o comportamento que dele decorre foram potencializados e ganharam um novo alcance com a ascensão dos sites de redes sociais como o Twitter, no qual a audiência posta sobre a novela.
	Cultura material e de representação	Sodré (1981)	Sistema de produção material, acervo de representações produzidas pelas instituições.	
	Cultura e identidade na televisão	Lopes (2010)	Significação cultural do que é exibido, mantém relação com a sociedade que expressa e mantém fator identitário.	
LINGUAGEM	Gênero Discursivo	Bakhtin (2011)	Não se limita aos sujeitos, incluindo os textos e os discursos.	A novela se caracteriza como gênero discursivo secundário pois envolve os sujeitos enunciativos e os discursos que eles produzem, os quais são carregados das suas referências de mundo e ideologias.
			Mais complexos, os gêneros discursivos secundários são ligados às ideologias.	
	Narrativa	Barthes (2011)	É universal e faz parte da cultura de todos os povos.	A produção e a audiência de narrativas ficcionais de tv são reconhecidas como elementos culturais brasileiro.
			A personagem é heroína da própria narrativa.	Nas narrativas em geral, além dos protagonistas, as histórias paralelas dão espaço às diferentes personagens, o que também se repete nas telenovelas.
		Reuter (2011)	É o enunciado (produto acabado) e enunciação (relação com o ato de comunicação, intenção de produção e condições de recepção).	O enunciado é a organização textual da telenovela; a enunciação é o produto em si, com objetivos definidos pensados para alguém que esteja disposto a assistir.
Semiolinguística	Charau-deau (2005)	A construção de sentido e sua configuração ocorrem através da relação forma-sentido que considera a responsabilidade e a intencionalidade do sujeito, seu marco de ação e de influência social, o que resulta na semiotização do mundo.	A semiotização do mundo pode ser percebida a partir do corpus analisado, quando o sujeito comunicante que tuita sobre a novela o faz a partir do seu repertório de informações de diferentes contextos e universos, que é reunido no "mundo a significar", colocado de forma organizada e associada ao contexto da publicação e transformado em "mundo significado".	

Quadro 8 – Síntese da aplicação do dispositivo metodológico da tese

(continuação)

El-XO	Conceito-chave	Referencial teórico	Conceitos	Aplicação
LINGUAGEM	Ato de linguagem	Charau-deau (2014)	Produto da interação entre sujeitos, que resulta do jogo entre o espaço interno (implícito, do dizer) e o externo (explícito, do fazer), onde se estabelece o contrato de comunicação.	O ato de linguagem se configura em um duplo ato, pois o corpus depende da exibição da novela para existir, o que torna uma relação simultânea de ação e reação. Enquanto os enunciados (o capítulo da telenovela, no primeiro ato, e o post originado a partir dele) estão no espaço interno, do dizer, a elaboração das estratégias e os sujeitos interpretantes e sociais estão no espaço externo, do fazer.
		Charau-deau (2005)	Constituído por quatro princípios: alteridade, influência, pertinência, influência e regulação.	
	Sujeitos do discurso	Charau-deau e Maingue-neau (2012)	Todos os indivíduos que produzem um ato de linguagem, independente da sua posição, seja produzindo (EU) ou compreendendo (TU) a situação de comunicação.	Os 4 sujeitos do ato de linguagem foram desdobrados em oito no duplo ato elaborado pela pesquisadora, pois entendemos que por depender da exibição do capítulo (primeiro ato) há um movimento de ação e reação quando alguém da audiência decide tuitar sobre a novela que está assistindo. Dessa forma, o Receptor interpretante (TUi) se torna Receptor Ativo (TUc, que equivale ao EUc) que se manifesta como Receptor-Emissor (TUE, que equivale ao EUE) e enuncia através dos posts para um Duplo Destinatário (TUD2, equivalente ao TUD), que é a representação do Interpretante (TUi2, que equivale ao TUi).
		Charau-deau (2014)	É composto por seres de fala (EUE e TUD, no espaço interno) e seres agentes (EUc e TUi, no externo).	
	Contrato de comunicação	Charau-deau e Maingue-neau (2012)	Conjunto das condições em que ocorre qualquer ato de comunicação.	No duplo ato de linguagem, o contrato efetiva-se: 1) na exibição do capítulo: quando o conjunto autoral (EUc) usa o capítulo (EUE) para comunicar com o destinatário (TUD), que é a audiência prevista, que poderá ou não ser parte do receptor (TUi), que legitima o sentido do enunciado; 2) quando esse receptor se coloca em uma posição ativa (TUc) de comunicante ao demonstrar intenção de comentar a novela, ele se manifesta no Twitter como Receptor-Emissor (TUE), postando seu enunciado a um duplo destinatário (TUD2), que é conjunto autoral e usuários do Twitter e que podem ou não ser o Interpretante (TUi2).
		Charau-deau (2001)	Liga os parceiros para que eles possam, através do ato, co-construir sentido e se legitimar.	
	Estratégias discursivas	Charau-deau (2014)	Forma como o sujeito organiza, concebe e encena as intenções enunciativas para produzir os efeitos que deseja sobre o interpretante.	A adoção da estratégia da credibilidade é percebida quando o sujeito usa a hashtag para atingir o interlocutor e demonstrar conhecimento sobre o produto midiático; a de captação permite a ele reforçar o interesse pela novela e se posicionar sobre ela visando persuadir o interlocutor.

Quadro 8 – Síntese da aplicação do dispositivo metodológico da tese

(continuação)

EIXO	Conceito-chave	Referencial teórico	Conceitos	Aplicação
LINGUAGEM	Visadas discursivas	Charau-deau (2013)	Definidas na instância de produção, são a intencionalidade psico-socio-discursiva que determina a expectativa que o sujeito comunicante tem com o ato de linguagem. São quatro: prescritiva (fazer fazer), informativa (fazer saber), incitativa (fazer crer) e <i>pathos</i> (fazer sentir).	No primeiro ato de linguagem (exibição do capítulo) identificamos a visada incitativa (o TUi assume o que vê na narrativa como verdade), o <i>pathos</i> (TUi demonstra sentimentos em relação à personagem, o que indica o êxito do sujeito comunicante e a visada da informação (pela inclusão de personagens que debatem a questão de gênero e transexualidade); Em relação ao segundo ato de linguagem (tweets decorrentes do capítulo), identificamos as quatro visadas: prescritiva (o autor tenta convencer seus destinatários que sua opinião tem fundamento); informativa (ele quer mostrar que possui um saber que presume ser diferenciado); incitativa (quer convencer a sua audiência de que sua afirmação sobre o tema é verdade) e <i>pathos</i> (busca comover a audiência).
COMUNICAÇÃO	Telenovela	Fernandes (1997, p. 21)	Produto teledramatúrgico reconhecido como "uma instituição nacional. [...]. Uma arte popular brasileira, com vida própria."	A escolha da telenovela como produto midiático constitutivo do objeto de análise (os tweets publicados durante sua transmissão) é uma forma de reconhecer tanto seu valor cultural quanto seu potencial enquanto entretenimento; ao mesmo tempo, optamos por uma narrativa ficcional de tv para demonstrar que, apesar da ascensão das novas formas de consumo de mídia (como VoD), das novas mídias e dos produtos transmidiáticos, o veículo ainda mantém a penetração nos domicílios e a relevância enquanto produto que pauta conversas.
		Lopes e Greco (2017)	Tem se destacado nas grades das emissoras em detrimento das ficções de serialidade curta e ampliado seu alcance e consumo por meio da transmídiação.	
	TV Social	Machado Filho (2013)	Habilidade de compartilhar e conversar com uma comunidade enquanto assiste à tv.	A tv sempre foi social: assistir e conversar sobre a programação não é um hábito novo. A diferença é que a sua convergência com os SRSs gera uma grande comunidade, conectando pessoas que têm os mesmos interesses de entretenimento.
		Proulx e Shepatin (2012)	Tem como foco a convergência entre tv e sites de redes sociais.	

**Quadro 8 – Síntese da aplicação do dispositivo metodológico da tese**

(conclusão)

EIXO	Conceito-chave	Referencial teórico	Conceitos	Aplicação
	TV Social	Jenkins (2011, s.p.)	Considera a transmídiação um conceito fundamental	A transmídiação é incentivada quando a Rede Globo (produtora da novela que originou o corpus dessa tese) distribui conteúdos criados a partir de sua ficção em diferentes canais, como o site da emissora e seus perfis sociais. Ao oferecer conteúdos inéditos e diferentes em cada meio, ela cria “uma experiência de entretenimento unificada e coordenada” (JENKINS, 2011, s.p.) e contribui de forma única na narrativa.
	Twitter	Lopes e Araújo (2016)	Ferramenta de comunicação que permite o envio de mensagens a seguidores que optaram por receber o conteúdo.	A simplicidade de uso e a agilidade para o envio de mensagens posicionou o Twitter como o SRS para as conversas em real time, cobertura de eventos e para a prática de TV Social. Ele se destaca para a ação dos fãdons, que implementam ações coordenadas para dar destaque ao nome e atuação de seus ídolos.
		Garcia, Daly e Supovitz (2015, p. 57)	“Mídia social mais rápida, simples e dinâmica, pela qual circula todo tipo de informação.”	A adoção de hashtags como #AForçaDoQuerer aumenta do alcance dos posts e cria uma comunidade por afinidade de assunto (e não por relacionamento pessoal).

Fonte: elaborado pela pesquisadora

Com base no Quadro 8 percebemos que Cultura, Linguagem e Comunicação estão entrelaçados ao objeto de análise desta tese. Os posts publicados pela audiência adepta de TV Social no Twitter durante a exibição de #AForçaDoQuerer reforçam que assistir à telenovela e falar sobre ela durante a exibição são práticas sociais culturais reconhecidas como brasileiras e ao mesmo tempo constituem, enquanto produtos comunicacionais, a própria Cultura, ao usarem sua produção material, em diferentes níveis e suportes (com alta penetração nacional, pela tv, e com um alcance crescente e de nicho, pela internet), para representar e permitir a identificação da própria audiência, em maior ou menor grau, o que enfatiza sua total relação com a sociedade.

Pelo viés da Linguagem, o produto comunicacional telenovela pode ser entendido como um gênero discursivo que envolve os sujeitos enunciadores, seus discursos, referências de mundo e ideologias. Ao mesmo tempo que a novela reforça

sua posição de produto cultural brasileiro enquanto narrativa, as emissoras elaboram usam estratégias como a definição de hashtags oficiais, a criação de outros ambientes para oferta de conteúdo adicional, a interação e a transmidiação (como o site e perfis sociais) para manterem seus produtos relevantes junto à audiência. Dessa forma, buscam atender as novas necessidades de informação e entretenimento que vem sendo potencializadas pelo caráter *always on* do público, que está cada vez mais conectado e exigente em relação a todas estas possibilidades.

Como o objeto desta tese depende da existência da telenovela e de sua exibição para ser constituído, entendemos que o fato de tuitar sobre ela está em um ciclo de ação e reação. Assim, elaboramos um duplo ato de linguagem, no qual os quatro sujeitos estabelecidos por Charaudeau (2014) foram desdobrados em oito sujeitos. Isso por que, como mostra a Figura 17, o Receptor interpretante (TUi) do capítulo exibido da telenovela se torna um Receptor Ativo (definido pela pesquisadora como TUC, equivale ao EUC) e inicia o segundo ato de linguagem ao se destacar pelo interesse em se manifestar sobre a novela. Ele elabora suas estratégias discursivas - que podem ser de credibilidade ou de captação - e se coloca como o Receptor-Emissor (TUE, que equivale ao EUE) que fará o post no Twitter usando a hashtag #AForçaDoQuerer tendo como objetivo impactar ao Duplo Destinatário (TUD2, equivalente ao TUD), que é a representação do Interpretante (TUi2, que equivale ao TUi).

Para tanto, além das estratégias, os sujeitos comunicantes dos dois atos de linguagem usam das visadas discursivas (CHARAUDEAU, 2013) para determinar sua expectativa com o ato. O EUC, no primeiro ato (o corpo autoral da novela), pode usar da visada (fazer crer) e *pathos* (fazer sentir), enquanto o TUC, do segundo ato de linguagem, pode usar as quatro visadas - prescritiva (fazer fazer), informativa (fazer saber), incitativa (fazer crer) e *pathos* (fazer sentir) - dependendo da sua intencionalidade psico-socio-discursiva.

Isso posto, fica evidente para a pesquisadora que, como comentado na tese defendida neste estudo, nem o crescimento da audiência do Twitter (e dos Sites de Redes Sociais em geral) e nem o aumento do uso de outras plataformas de consumo de vídeo fizeram com que os programas de TV com foco em entretenimento, como as novelas, deixassem de ter penetração e relevância junto à população brasileira.

Há, certamente, um novo contexto comunicacional, no qual a mídia tradicional e as novas mídias se retroalimentam e dialogam no duplo ato de linguagem que

demonstramos nessa análise. Esse surge pela adesão da audiência de televisão à prática de TV Social e revela sujeitos comunicantes e interpretantes que se valem do discurso para se mostrarem presentes nos sites de rede social, projetando-se em um papel que vai além do de receptores da mensagem televisiva, ao usar os SRSs para falar sobre a teledramaturgia a que assistem e à qual se engajam enquanto coletividade.

## 6. A SEGUIR, CENAS DOS PRÓXIMOS CAPÍTULOS E AS CONSIDERAÇÕES FINAIS



76

Esta tese surgiu a partir de uma inquietação da pesquisadora: entender as novas dinâmicas comunicacionais e de consumo de entretenimento, das quais sou adepta, incluindo a forma como assistimos e conversamos sobre as novelas. A partir desse contexto, definimos como tema o tripé "telenovela, TV Social e Twitter", o qual foi delimitado considerando-se o discurso nas interações entre usuários do Twitter, adeptos de TV Social, e a programação televisiva, com foco em telenovela.

A delimitação nos orientou na formulação da questão norteadora "o que os adeptos da TV Social que interagem no Twitter durante a transmissão de uma telenovela conversam e de que forma seus discursos são construídos". Para a realização do estudo, optamos por definir como corpus, que é do tipo amostra não-probabilística, os tweets que foram publicados durante a audiência da telenovela *A Força do Querer*, que foi exibida de 3 de abril a 21 de outubro de 2017. Optamos por este produto midiático por ser uma novela da Rede Globo, que é a emissora brasileira

---

<sup>76</sup> Twitter, BELA, R. *Imagens exclusivas do Twitter no último capítulo de A Força do Querer #AForçaDoQuerer #AForcaDoQuererFinal* 20 out. 2017. Twitter: @katytupiry. Disponível em: Disponível em: <[https://twitter.com/ranger\\_bela/status/921516187741315078](https://twitter.com/ranger_bela/status/921516187741315078)>. Acesso em: 23 nov. 2017.

de TV aberta de maior audiência e alcance em total de domicílios no Brasil, e que foi exibida no horário das 21h, faixa de programação conhecida como a da "novela das oito", cujo custo publicitário é o mais caro da TV brasileira. (GRUPO DE MÍDIA, 2017).

Delimitamos o corpus estabelecendo que seriam coletados apenas tweets que contivessem #AForçaDoQuerer (hashtag oficial da telenovela) os quais foram publicados entre 21h e meia-noite de quatro datas específicas - 3 e 8 de abril, que correspondem à estreia da novela e o sábado da primeira semana, e 16 e 20 de outubro, que são a segunda-feira e sexta-feira, último capítulo.

Estabelecemos como objetivo geral "analisar os discursos da audiência da telenovela adepta de TV Social publicados no Twitter em tempo real à exibição dos capítulos", o qual foi atendido ao final do estudo, quando aplicamos o dispositivo de análise elaborado pela pesquisadora a partir do referencial teórico apreendido durante toda a pesquisa.

A partir do objetivo geral, estabelecemos quatro objetivos específicos, cujas hipóteses também foram confirmadas, como demonstramos abaixo:

- a) definir e caracterizar telenovela, TV Social e Twitter, assim como compreender seus papéis na comunicação contemporânea: o cruzamento das informações obtidas nas fontes consultadas (livros, pesquisas acadêmicas, notícias e análises publicadas pela imprensa) indicou que a audiência de telenovela segue ativa e usa diferentes suportes para conversar sobre os produtos midiáticos;
- b) compreender a Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso e aproximar a metodologia dos estudos relacionados à TV Social e consumo, em tempo real, de narrativas ficcionais televisivas: a revisão bibliográfica permitiu o entendimento da metodologia e a elaboração de um quadro conceitual que foi usado para a análise do corpus;
- c) identificar os sujeitos comunicacionais envolvidos no ato de comunicação que ocorre no Twitter (e seus papéis nesse ato) e o contrato de comunicação que eles estabelecem com o produto midiático, o suporte comunicacional e entre pessoas: o cruzamento dos referenciais teóricos com o corpus permitiu a identificação dos sujeitos no ato de linguagem que ocorre no Twitter, e que é gerado por um ato anterior e que dá origem a essas publicações: a exibição da telenovela em tv aberta;

- d) analisar as visadas discursivas a partir dos posts publicados durante a transmissão da telenovela *A Força do Querer*: identificamos, tanto no produto midiático telenovela quanto nos tweets que são postados a partir da sua exibição, que há intencionalidades discursivas que remetem às quatro visadas (informativa, prescritiva, incitativa e *pathos*).

A análise apresentada nesta tese partiu do dispositivo metodológico elaborado pela pesquisadora, o qual une as categorias teóricas no entorno do corpus: Cultura (que é retomado ao longo da tese), Linguagem (os conceitos de gênero discursivo e narrativa foram abordados no capítulo 2, e a Análise Semiolinguística do Discurso foi descrita no capítulo 3) e Comunicação (o capítulo 2 fala sobre telenovela, TV Social e Twitter).

A aplicação do dispositivo e a análise do corpus culminaram na elaboração de um duplo ato de linguagem, desenvolvido pela pesquisadora com base em Charaudeau (2014), no qual fica clara a dependência do corpus em relação à telenovela: como os tweets da audiência se referem à novela, é preciso que ela exista e seja exibida para que os posts sejam publicados. Além disso, há uma relação discursiva de ação e reação simultânea, pois, além de depender da telenovela para serem escritos, os tweets são publicados ao mesmo tempo em que ela é exibida,

Assim, temos a exibição do capítulo da novela na TV, que se configura no primeiro ato de linguagem; em consequência desse ato, e simultaneamente, parte da audiência (TUi) assume uma posição ativa, demonstra a intencionalidade de se pronunciar sobre o enunciado que recebeu e, assim, se coloca na posição de enunciador, iniciando o segundo ato de linguagem, que se configura na postagem feita no Twitter sobre a telenovela e sinalizada com sua hashtag oficial.

A análise do corpus de pesquisa, feita pela aplicação da Teoria Semiolinguística (CHARAUDEAU, 2005, 2012, 2013, 2014), permitiu observar como ocorre a semiotização do mundo nas publicações feitas no Twitter sobre uma telenovela, em tempo real à sua exibição. Percebemos que o "mundo a transformar" reúne o repertório do sujeito comunicante que, para fazer seu post, organiza suas ideias, visões de mundo e ideologias sobre os enunciados que são exibidos na tv e as transforma em um "mundo significado".

Percebemos a constituição de todos os sujeitos participantes dos atos de linguagem, estejam eles em posição de comunicante ou de interpretante. Os sujeitos comunicantes dos dois atos elaboram estratégias discursivas e aplicam as visadas

discursivas com o objetivo de fazer os sujeitos interpretantes aderirem aos seus enunciados.

A análise permitiu compreender que a adesão da audiência de uma novela ao movimento de TV Social confirma dois hábitos reconhecidamente como culturais no Brasil: o de assistir às novelas e o de, simultaneamente, conversar sobre ela. Ao aderir à TV Social mediada por um site de rede social como o Twitter, a audiência potencializa o alcance de seus enunciados, que podem ser acessados e lidos em qualquer lugar. Essa relação de consumo remete e valida parte do título dessa tese: "quando o mundo senta no sofá de casa e cabe na palma da mão".

É importante reforçar que não foram os sites de redes sociais que criaram o hábito de "conversar sobre novela"; entretanto, o que chamamos aqui de TV Social amplia exponencialmente as possibilidades de conversas sobre os produtos televisivos, as quais não terminam junto com o fim do programa.

Ao final confirmamos a tese de que "o crescimento da audiência dos Sites de Redes Sociais (SRSs), como o Twitter, e do uso de outras plataformas de consumo de vídeo, não diminuiu a penetração e a relevância dos programas de TV com foco em entretenimento, como as novelas. Em um novo contexto comunicacional, mídia tradicional e novas mídias se retroalimentam e dialogam em um duplo ato de linguagem que surge pela TV Social e revela, discursivamente, uma audiência que fala nos SRSs sobre a teledramaturgia a que assiste e que se engaja enquanto coletividade".

A tese também valida a um anseio pessoal da pesquisadora, que passa pela comprovação de que a chegada de outras formas de entretenimento hospedadas em uma nova plataforma de mídia não "matará" as plataformas e os produtos midiáticos que já existem. Pelo contrário, elas ampliam as possibilidades de posicionamento, as quais podem não apenas ser analisadas pela Academia, mas também – e principalmente – podem ser estudadas e aplicadas por profissionais do marketing e da comunicação.

Dessa forma, entendemos que esta pesquisa contribui com a sociedade na medida em que permite observar como os indivíduos, enquanto seres sociais produtores e consumidores de conteúdo, se posicionam perante as mudanças das formas de comunicação e a inserção de novas tecnologias, mantendo hábitos já reconhecidos e que podem ser modificados para absorver as novidades.

Durante a pesquisa, identificamos alguns limitadores. O primeiro tem relação com o IFTTT, que é o software de coleta do corpus, escolhido por ser gratuito e realizar uma coleta automatizada. Entretanto, ele busca apenas um termo por cadastro, o que pode ter limitado o volume de tweets coletados. Ao mesmo tempo, ele tem um limitador de posts por coleta: o software coleta 15 tweets toda vez que identifica um novo tweet com a palavra-chave selecionada.

O segundo limitador teve relação com a definição de uma metodologia para a organização do corpus. Para a qualificação, optamos por categorizar os tweets coletados usando a Análise de Conteúdo, desenvolvida por Laurence Bardin; entretanto, essa escolha foi descartada na continuidade do estudo, pois optamos por fazer toda a análise a partir da Teoria Semiológica da Análise do Discurso, de Patrick Charaudeau, a qual norteia o dispositivo metodológico desenvolvido pela pesquisadora.

Finalizamos o estudo sem colocar nele um ponto final. A partir do que constatamos, podemos indicar como possibilidades de estudos futuros a análise discursiva da ação dos *fandons*, com foco na cultura de fãs, usando a Netnografia para aproximar questões de Linguagem, Comunicação e Antropologia. Também é possível, a partir desta pesquisa, aprofundar a análise do discurso da emissora com o objetivo de verificar de que forma as estratégias e visadas discursivas estabelecidas pelo corpo autoral são alcançadas (ou não).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana. Autoetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da web. **Revista Fronteiras**, v. 11, n. 1, 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2FaiPg9>>. Acesso em: 26 out. 2018.

\_\_\_\_\_. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. **Revista ECO-Pós**, v. 17, n. 3, 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2C73726>>. Acesso em: 16 out. 2017.

BAKHTIN, M.M. **Questões de Literatura e Estética**: a teoria do romance. São Paulo: Hucitec, 1993.

\_\_\_\_\_. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2010.

\_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

BENVENISTE, Émile. O aparelho formal da enunciação. In: \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral II**. Campinas: Pontes, 1989. p. 81-90.

BECKER, Beatriz. O sucesso da telenovela “Pantanal” e as novas formas de ficção televisiva. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil** – do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p. 239-257.

BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org). **História da televisão no Brasil** - do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p.59-83.

BOAVENTURA, Luis Henrique. **Encenação e ubiquidade em discursos no Twitter**. 2017. 135 f. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo, RS, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2FfrGgP>>. Acesso em: 23 set. 2018.

BRANDÃO, Cristina. As primeiras produções teleficcionais. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org). **História da Televisão no Brasil** - do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p.37-55.

BRANDÃO, Helena Nagamine. Enunciação e construção do sentido. In: FIGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 19-43.

BRAVO, Zean. Rodrigo Lombardi conta como foi substituir Montagner em série. **Jornal O Globo**, Cultura, 26 maio 2017. Disponível em: <<https://glo.bo/2C2Mu7X>>. Acesso em: 26 maio 2017.

BRESSAN JR, Mario Abel. **A memória afetiva e os telespectadores**: um estudo do Canal Viva. 2017. 179 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em

Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, RS, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2AvOc1o>>. Acesso em: 26 dez. 2018.

BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org). **História da Televisão no Brasil** - do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p. 219-237

CALZA, Rose. **O que é telenovela**. SP: Brasiliense, 1996.

CAMPOS-TOSCANO, Ana. **O percurso dos gêneros do discurso publicitário: uma análise das propagandas da Coca-Cola**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

CANATTA, Fabio. **TV e segunda tela: uma análise do horário nobre no Twitter**. 2014. 126 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, RS, 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2Awrerf>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

CARVALHO, Wallace. **'A Força do Querer'**: conheça os personagens da nova novela das 9. GShow, 08 fev.2017. Disponível em: <<https://glo.bo/2Avpqys>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

CAVALCANTI, Gêsa Karla Maia. **Televisão e redes sociais: configurações de TV Social em Malhação**. 2016. 186 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2SDVGqj>>. Acesso em: 26 dez. 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H; MACHADO, I.; MELLO, R. (org). **Análise do Discurso: fundamentos e práticas**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso FALE/UFMG, 2001. p. 23-37.

\_\_\_\_\_. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I.L.; MELLO, R. **Gêneros e reflexões em Análise do Discurso**. Belo Horizonte, Nad/Fale-UFMG, 2004. Disponível em: <<http://bit.ly/2Au328Q>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

\_\_\_\_\_. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M.; GAVAZZI, S. (Orgs.) **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005, p. 11-27. Disponível em: <<http://bit.ly/2sciqC5>>. Acesso em: 23 set. 2018.

\_\_\_\_\_. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In: PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) **O trabalho da tradução**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009, p. 309-326. Disponível em: <<http://bit.ly/2Fc3CLr>>. Acesso em: 23 set. 2018.

\_\_\_\_\_. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. **Revista Signos**, vol. 43, PUC, Valparaíso, 2010. p.77-90. Disponível em: <<http://bit.ly/2SBKBpN>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

\_\_\_\_\_. **Discurso das mídias**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

\_\_\_\_\_. **Linguagem e discurso**: modos de organização. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

\_\_\_\_\_. Da competência aos gêneros discursivos: uma definição situacional. 2015. **Curso ministrado por Patrick Charaudeau**. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, jun.2015.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

COCA, Adriana Pierre. As narrativas ficcionais da tv no ciberespaço. In: **Anais do 8o. Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero**, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/2skRgt7>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

COCA, Adriana Pierre; SANTINI, André Luis. Cheias de Charme: uma nova maneira de consumir a telenovela. **Administração de Empresas em Revista**, v. 11, n. 12, 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2SDp005>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

COSTA, Fernanda. Twitter completa 10 anos com prestígio de ferramenta social. **Jornal Zero Hora**, Vida e Estilo, 07 mar. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2Fbulrx>>. Acesso em: 23 maio 2017.

DEPEXE, Sandra. **Distinção em 140 caracteres: classe social, telenovela e Twitter**. 2015. 235 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFSM, Santa Maria, RS, 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2Avk2vA>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão**: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.

ELLISON, Nicole; BOYD, danah. Sociality through Social Network Sites. In: Dutton, W.H. (Org.). **The Oxford Handbook of Internet Studies**. Oxford: Oxford University Press, 2013. p. 151-172.

FECHINE, Yvana. TV Social: contribuição para a delimitação do conceito. **Contracampo**, v.36, n. 01, abr-jul 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2QmK892>>. Acesso em: 24 maio 2017.

FECHINE, Yvana; FIGUERÔA, Alexandre. Cinema e televisão no contexto da transmediação. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil** – do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p. 281-311.

FERNANDES, Ismael. **Memória da Televisão brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1997. 4.ed.

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social** - interface e linguagem jornalística no ambiente digital. São Paulo: Estação Cia das Letras, 2015. 2.ed.

FERREIRA, Jairo. A significação em listas de discussão: uma análise do discurso. In: **Colabor@** - Revista Digital da CVA – Ricesu, vol. 1, n. 2, nov. 2001. p.57-71. Disponível em: <<http://bit.ly/2VxbpcL>>. Acesso em: 23 set. 2018.

FREITAS, Ernani Cesar de; BOAVENTURA, Luis Henrique. Assimetria na comunicação ubíqua: a encenação de um ato de linguagem no Twitter. **Revista Prolíngua**, vol. 12, n. 2, p. 110-125, out-dez. 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2QpKhsr>>. Acesso em: 31.jul.2018.

G1 (2010). Brasil tem 67,5 milhões de pessoas com acesso à internet, segundo Ibope. **G1**, Tecnologia – Internet, 31 mar. 2010. Disponível em: <<https://glo.bo/2TulGnU>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

G1 (2015). Globoplay é lançado: conheça nova plataforma digital de vídeos da Globo. **G1**, Tecnologia e Games, 26 out. 2015. Disponível em: <<https://glo.bo/2GVS69z>>. Acesso em: 26 maio 2017.

G1 (2016). Globoplay completa 1º ano com 9,5 milhões de downloads do aplicativo. **G1**, Tecnologia e Games, 09 nov. 2016. Disponível em: <<https://glo.bo/2LT5xG5>>. Acesso em: 26 maio 2017.

G1 (2017). Twitter aumenta limite para 280 caracteres. **G1**, Tecnologia e Games, 07 nov. 2017. Disponível em: <<https://glo.bo/2Cd2bcT>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

GARCÍA, M.; DALY, A. J.; SUPOVITZ, J.. Desvelando climas de opinión por medio del Social Media Mining y Análisis de Redes Sociales en Twitter. El caso de los Common Core State Standards. In: **Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales**. Vol.26, #1, Junio 2015. p. 53-75. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5565/rev/redes.531>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

GARRAN, Pablo T.. **Os modos de contar: estudos da telenovela brasileira**. 2015. 62 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, PUCSP, São Paulo, SP, 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2CSDSIT>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

GLOBO Universidade. **Veja tudo sobre o V Obitel Brasil**. 6 jan. 2016. Disponível em: <<https://glo.bo/2F8vZep>>. Acesso em: 23 maio 2017.

GOES, Tony. Estreia de 'A Força do Querer' pareceu colagem de novelas diferentes. **Folha de São Paulo**, F5, 04 abr. 2017a. Disponível em: <<http://bit.ly/2Vy9tQY>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

GOES, Tony. Tensa e envolvente, 'Sob Pressão' é uma das boas séries do ano. **Folha de São Paulo**, F5, 26 jul. 2017b. Disponível em: <<http://bit.ly/2CQQn1n>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

GREGOLIN, Maíra Valencise. **Mobilidade e cultura participativa**: transformações da ação social contemporânea. 2012. 219 f. Tese (Doutorado) Unicamp, Campinas, SP, 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2AvE9K3>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

GRUPO DE MÍDIA SP. **Mídia Dados Brasil 2017**. Disponível em: <<https://dados.media/#!/mosaic>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

GSHOW (2017a). **Índio sela os destinos de Ruy e Zeca**. A Força Do Querer, 03 abr. 2017. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer/capitulo/2017/04/03/indio-sela-os-destinos-de-ruy-e-zeca.html>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

GSHOW (2017b). **Zeca vê Ritinha de sereia em aquário**. A Força do Querer, 08 abr. 2017. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer/capitulo/2017/04/08/zeca-ve-ritinha-de-sereia-em-aquario.html>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

GSHOW (2017c). **Capítulo de A Força do Querer do dia 16/10**. A Força do Querer, 16 out. 2017. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer/capitulo/2017/10/16/capitulo-de-forca-do-querer-do-dia-1610.html>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

GSHOW (2017d). **Último capítulo de A Força do Querer**. A Força do Querer, 20 out. 2017. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer/capitulo/2017/10/20/ultimo-capitulo-de-forca-do-querer.html>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

GSHOW (2017e). **GSHOW** - Portal de Entretenimento da Rede Globo. Disponível em: <[www.gshow.com](http://www.gshow.com)>. Acesso em: 16 ago. 2017.

HALL, S. The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time. In.: THOMPSON, Kenneth (org). **Media and cultural regulation**. London, Thousand Oaks, New Delhi: The Open University; SAGE Publications, 1997. Disponível em: <<http://bit.ly/2LT3xhc>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

IBOPE (2013). **Especialista analisa fenômeno do Social TV**. Disponível em: <<http://bit.ly/2TALMWL>>. Acesso em: 27 set. 2017.

IMPRENSA (2010). **TV, 60 anos no Brasil**. Revista Imprensa, nº 260, ano 24, set-2010, p. 73-79.

JACKS, Nilda et al. Telenovela em múltiplas telas: da circulação ao consumo. In: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. (Org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil**: plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011, v. 2, pp. 297-337.

JACKS, Nilda; PIENIZ, Mônica (coord). Telenovelas em redes sociais: enfoque longitudinal na recepção de três narrativas. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo

de. **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015. p. 281-317.

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

\_\_\_\_\_. (2011) **Transmedia 202**: Further Reflections. Disponível em: <<http://bit.ly/2SEk9fc>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. **Invasores do texto**: fãs e cultura participativa. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2015.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media**. Creating value and meaning in networked culture. New York and London: New York University Press, 2013.

KANTAR Ibope Media (2016a). **Kantar IBOPE Media lança plataforma de acesso a dados de Social TV**. Artigos & Papers, 27 jul. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2COza8A>>. Acesso em: 27 set. 2017.

KANTAR Ibope Media (2016b). **Acessar redes sociais é uma das atividades preferidas dos internautas brasileiros**. Artigos & Papers, 23 ago. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2Qp2xSD>>. Acesso em: 27 set. 2017.

KANTAR Ibope Media. (2016c) **Transformações na TV Social**. Artigos & Papers, 26 out. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2CQ6MTR>>. Acesso em: 24 maio 2017.

KOGUT, Patrícia. Crítica: o casamento entre internet e televisão. **Jornal O Globo**, Cultura, 01 jan. 2012. Disponível em: <<https://glo.bo/2C4RUz0>>. Acesso em: 23 jan. 2017.

KOGUT, Patrícia. 'A força do querer' estreia movida por grandes temas. **Jornal O Globo**, Cultura, 05 abr. 2017. Disponível em: <<https://glo.bo/2GZkvvt>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

LEMOS, A.; LÉVY, P. As comunidades e redes sociais on-line. In: \_\_\_\_\_. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LIMA, Ana Carolina Espírito Santo. **Análise de sentimento e desambiguação no contexto da tv social**. 2012. 120 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Elétrica) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2sa1qN3>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

LIMA, Cecília Almeida Rodrigues; CALAZANS, Janaina de Holanda Costa. A gente se vê pela rede: cultura de fãs e participação online na minissérie #felizesparasempre. **Contemporânea**, v. 14, n. 2, 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2VxjXAf>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. A telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. In: **Revista Comunicação & Educação**. N. 26, jan/abr. 2003. p.17-34.

Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. (org).. Ficção televisiva e identidade cultural da nação. In: **Revista Alceu**, v. 10, n.20, p. 5-15, jan./jun. 2010.

\_\_\_\_\_. (org). **Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

\_\_\_\_\_. (org). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

\_\_\_\_\_. (org). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GRECO, Clarice. Brasil: a “TV transformada” na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **(Re)invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva**: Anuário Obitel 2016. Porto Alegre: Sulina, 2016. p.135-176.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GRECO, Clarice (org). Brasil: rumo à produção e recepção 360°. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **Uma década de ficção televisiva na Ibero-América: análise de dez anos do Obitel (2007-2016)**. Porto Alegre: Sulina, 2017. p.93-124.

\_\_\_\_\_. Brasil: dinâmicas da ficção televisiva na transição multicanal. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **Ficção televisiva Ibero-Americana em plataformas de video on demand**: Anuário Obitel 2018. Porto Alegre: Sulina, 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. BRASIL: Caminhos da ficção entre velhos e novos meios. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **Qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências**: Anuário Obitel 2011. São Paulo: Globo, 2011. p. 135-186.

\_\_\_\_\_. BRASIL: a “nova classe média” e as redes sociais potencializam a ficção televisiva. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos**: Anuário Obitel 2012. Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 129-186.

\_\_\_\_\_. BRASIL: a telenovela como fenômeno midiático In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **Memória social e ficção televisiva em países ibero-americanos**: Anuário Obitel 2013. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 129-168.

\_\_\_\_\_. BRASIL: trânsito de formas e conteúdos na ficção televisiva. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **Estratégias de produção transmídia na ficção televisiva**: Anuário Obitel 2014. Porto Alegre: Sulina, 2014. p.119-160.

\_\_\_\_\_. BRASIL: tempo de séries brasileiras? In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (org). **Relações de gênero na ficção televisiva**: Anuário Obitel 2015. Porto Alegre: Sulina, 2015. p.117-160.

LOPES, Poliana. **Sassá Mutema**: a construção de personagens protagonistas na teledramaturgia, a partir da hermenêutica de profundidade. 2011. 156 f. Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/2Fb06kD>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

LOPES, Poliana; ARAUJO, Denise Castilhos de. Compreendendo o papel dos sujeitos no ato de linguagem: estudo de caso das manifestações de 15 de março de 2015 no Twitter. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v.13, n.37, maio-ago. 2016. p.29-53. Disponível em: <<http://bit.ly/2s8m1Be>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

MACHADO, Ida Lúcia. Algumas reflexões sobre elementos de base e estratégias da Análise do Discurso. **Revista de Estudos da Linguagem**, v. 20, n. 1, p. 187-207, jun. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2TtGph>>. Acesso em: 01 ago. 2018.

MACHADO, Ida Lúcia; MENDES, Emília. A análise semiolinguística: seu percurso e sua efetiva tropicalização. **Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso**, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 7-20, jul. 2013. ISSN 2447-9543. Disponível em: <<http://bit.ly/2QpMgg1>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

MACHADO, Ida Lúcia; REIS, Alcione Roque Reis. Os possíveis sentidos entrevistados no preâmbulo de um livro de memórias. In: **Fólio – Revista de Letras**, v. 7, n. 1, p. 201-214, jan./jun. 2015. Disponível em: <<http://periodicos.uesb.br/index.php/folio/article/viewFile/5735/5518>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

MACHADO FILHO, F. Segunda tela: tendências, oportunidades e modelo de negócio concomitante à TV digital aberta no Brasil. In: **XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, de 4 a 7 set. 2013, Manaus. Anais. Manaus: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/2REPzFb>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

MALCHER, Maria Ataíde. **Teledramaturgia**: agente estratégico da TV aberta brasileira. São Paulo: Intercom, 2009.

MARTHE, Marcelo. O País recupera seu espelho. **Revista Veja**, São Paulo, ano 50, n. 46. p.91-99. 30 ago. 2017.

MATOS, Júnia Cristina Ortiz. **Configurações da experiência televisiva**: o consumo social na Internet. 2013. 173 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/2SDXMXd>>. Acesso em: 26 dez. 2018.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. RJ: Vozes, 2002.

MELO NETO, José Marques de. **As telenovelas da Globo**: produção e exportação. São Paulo: Summus, 1988.

MEMÓRIA Globo (s/a). **Babilônia**. Ficha técnica. Disponível em: <<https://glo.bo/2C4Balx>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

MEMÓRIA Globo. (s/a) **Passione**. Curiosidades. Disponível em: <<http://bit.ly/2LQC1kk>>. Acesso em: 08 ago. 2017.

MERRIAM Webster (s/a). **GIF**. Conceito. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/GIF>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

MESQUITA, Ligia. Tuitadas podem aumentar em até 13% a audiência. **Folha de São Paulo**, Outro Canal, 3 mar. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2VzTNwy>>. Acesso em: 23 maio 2017.

MESQUITA, Ligia. Novelão de Gloria Perez terá oito tramas que se cruzam; Juliana Paes será 'baronesa do pó'. **Folha de São Paulo**, Outro Canal, 21 dez. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2RAnSNu>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

NEUMANN, Anna Laura. **Master Twitter Brasil**. Disponível em: <[www.midiatismo.com.br/master-twitter-brasil](http://www.midiatismo.com.br/master-twitter-brasil)>. Acesso em: 27 set. 2017.

ODORICO, Nayara F. **TV aberta e mídias sociais**: o engajamento da audiência interativa na construção de conteúdos televisivos. 2016. 90 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, PUCSP, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2AzpWeS>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

OIKAWA, Erika; JOHN, Valquíria; AVANCINI, Denise. De @berilopassione a #MeserveVadia: Passione e Avenida Brasil no contexto de convergência midiática. **Ciberlegenda**. n. 27, 2012. p.106-118. Disponível em: <<http://bit.ly/2BYWQpg>>. Acesso em: 3 mai. 2016.

OLIVEIRA, Rodolfo (org). **Caminhos Transmídia** - Novas formas de comunicação e engajamento. São Paulo: Corazonada, 2014.

PECOLLI, Vitor. Final de "A Força do Querer" bate recorde de audiência desde "Avenida Brasil"; confira os consolidados da sexta-feira (20/10/17). **TV Foco**, 23 out. 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2LUgkQg>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

PINTO, Milton J. Introdução - A mensagem narrativa. In: BARTHES, R. et al. **Análise estrutural da narrativa**. 7.ed. Petropolis: Vozes, 2011. p.7-18.

PIRES, V.L.; KNOLL, G.F.; CABRAL, É. Dialogismo e polifonia: dos conceitos à análise de um artigo de opinião. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 51, n. 1, p. 119-126, jan-mar. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2Qn3dYN>>. Acesso em: 19 jul. 2018.

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. Reflexões sobre as pesquisas em TV no Brasil - propostas metodológicas e formas de análise dos telejornais. **Intexto**, Porto

Alegre, UFRGS, n. 34, p. 146-162, set-dez. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2TphpCi>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

PRODANOV, Cleber; FREITAS, Ernani. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV** – How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile, New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2012.

PUHL, Paula; LOPES, Poliana. Cordel Encantado: a telenovela encantada com a literatura popular. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, ano 8, vol. 8, n. 22. jul. 2011. p.35-63. Disponível em: <<http://bit.ly/2R8TOJr>>. Acesso em: 01. maio 2018.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e pelas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

REDONDO, Léo Vitor; MÉDOLA, Ana Silvia. A ficção televisiva no mercado digital. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org). **História da televisão no Brasil** - do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p. 313-332.

RESENDE, Vitor. **A TV em convergência: Social TV e transmidiação nas novelas Geração Brasil e Império**. 2016. 149 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2FfLuRd>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

REUTER, Yves. **A análise da narrativa**. Rio de Janeiro: Difel, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. Anos 1970: a televisão em tempos de modernização. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil** – do início aos dias de hoje. SP: Contexto, 2010. p. 107-156.

RODRIGUES, Daniele Cristine. **A produção de sentido na convergência entre televisão e segunda tela**. 2014. 155 f. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2TvChla>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

SAMPAIO, Mário Ferraz. **História do Rádio e da Telenovela no Brasil e no Mundo** (memórias de um pioneiro). Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. Inflow vs. Outflow: Twitter e microdesign de ideias. In: \_\_\_\_\_; **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Summus, 2010.

SBARAI, Rafael. "Hashtag é a fogueira da era digital", diz executivo do Twitter. **Revista Veja**, Tecnologia, 10 mar. 2013. Disponível em: <<https://abr.ai/2C783nE>>. Acesso em: 23 maio 2017.

SCALEI, Vanessa. Estreia da novela "A Força do Querer" é uma das melhores dos últimos anos na Globo. **Jornal Zero Hora**, ZH Teletudo, 04 abr. 2017a. Disponível em: <<http://bit.ly/2GSeSz8>>. Acesso em: 15. ago. 2017.

SCALEI, Vanessa. Gloria Perez: "A patrulha é insuportável. Se ficar prestando atenção, não escrevo mais nada". **GaúchaZH**, 13 out. 2017b. Disponível em: <<http://bit.ly/2RwLXoh>>. Acesso em: 16 out. 2017.

SECCO, Duh. **A Força do Querer acolheu Brasil órfão de boas novelas**. TV História, 21 out. 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2Fb08Jc>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

SETTI, Rennan. Ibope vai medir a audiência da TV também no Twitter. **Jornal O Globo**, Tecnologia, 8 jun. 2014. Disponível em: <<https://glo.bo/2R8iNg2>>. Acesso em 24 mai. 2017.

SIGILIANO, Daiana Maria Veiga. **Social TV: o laço social no backchannel de The X-Files**. 2017. 217 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Comunicação) - PPG em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2RsX6GU>>. Acesso em: 26 dez. 2018.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Rio de Janeiro: Vozes, 1981.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo, Summus, 2015.

STYCER, Mauricio. **Adeus, controle remoto** - uma crônica do fim da tv como a conhecemos. Porto Alegre: Arquipélago, 2016.

\_\_\_\_\_. Novela sobre mulheres fortes, A Força do Querer tem melhor início desde 2013. **Blog do Maurício Stycer**, 05 maio 2017a. Disponível em: <<http://bit.ly/2R8NZvA>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. Oito problemas, lacunas e absurdos no capítulo final de "A Força do Querer". **Blog do Maurício Stycer**, 21 out. 2017b. Disponível em: <<http://bit.ly/2VxpmHy>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

Twitter, ALMEIDA, T. **Eu tô gostando do capítulo! #AForçadoQuerer** 3 abr. 2017. Twitter: @ThallysBAIm. Disponível em:

Twitter, ANAÍIS. **primeiro capítulo de novela é tipo começo de namoro: tudo é lindo, emocionante e você tem esperança que continue assim por meses**. 31 ago. 2015. Twitter: @roqklotz. Disponível em: <<https://twitter.com/roqklotz/status/638522941714624512>>. Acesso em: 26 set. 2017.

Twitter, ANNA. **Eu já estava acostumada todo capítulo ter beijinho de Silvana e Eurico – Silvico Por favor, continua Gloria Perez. #AForçaDoQuerer.** 8 abr. 2017. Twitter: @lcbanna. Disponível em: <https://twitter.com/lcbanna/status/850878171394301952>. Acesso em: 15 dez. 2018.

Twitter, AUGUSTO. **Como estamos com o fim da novela. #AForçaDoQuerer** 20 out. 2017. Twitter: @CsarAugusto21. Disponível em: <<https://twitter.com/CsarAugusto21/status/921514865772105728>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

Twitter, BELA, R. **Imagens exclusivas do Twitter no último capítulo de A Força do Querer #AForçaDoQuerer #AForcaDoQuererFinal** 20 out. 2017. Twitter: @katytupiry. Disponível em: Disponível em: <[https://twitter.com/ranger\\_bela/status/921516187741315078](https://twitter.com/ranger_bela/status/921516187741315078)>. Acesso em: 23 nov. 2017.

Twitter, BRUNO, T. **Como é bom ver a Maria Fernanda de volta às novelas depois de tanto tempo só nas séries. #AForçadoQuerer.** 3 abr. 2017. Twitter: @ThallysBAIm. Disponível em: <<http://twitter.com/ThallysBAIm/status/849055209351507970>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

Twitter, CARDACHA, N. **agr só falta Rubin virar marmita de presidiário e ta td tranks #AForçaDoQuerer** 16 out. 2017. Twitter: @Retardsmesmu. Disponível em: <<https://twitter.com/Retardsmesmu/status/920080134757081088>>. Acesso em: 12 dez. 2018.

Twitter, CHRIS. **O PAU TE ACHA! #AForçadoQuerer.** 16 out. 2017. Twitter: @ChrisTVBR. Disponível em: <<https://twitter.com/ChrisTVBR/status/920068177543028737>>. Acesso em: 12 dez. 2018.

Twitter, COSTA. **Né? RT @TaniaChristina8 Dedé certamente o + prejudicado de td. Mãe presa. Pai morto. Que carga emocional dessa criança... #AForçaDoQuerer** 20 out. 2017. Twitter: @eusouevacosta. Disponível em: <<https://twitter.com/eusouevacosta/status/921536290138611712>>. Acesso em: 14 dez. 2018.

Twitter, DANI **Agora eles vao ver o poder de um fandom!!!! FIUK É RUY #AForçaDoQuerer.** 3 abr. 2017. Twitter: @ourlovehori. Disponível em: <<https://twitter.com/ourlovehori/status/849051634420387845>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Twitter, DRÉ. **O elenco dessa novela tá pesadíssimo né?! Vomo botar fé! #AForçaDoQuerer** 3 abr. 2017. Twitter: @DreMata7. Disponível em: <[https://twitter.com/Dre\\_Richmond/status/849052883731570688](https://twitter.com/Dre_Richmond/status/849052883731570688)>. Acesso em: 19 nov. 2017.

Twitter, FELIPE. **um LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer.** RT @CentralLuaBlanco Cite esse tweet contando de um até dez (por extenso) com as tags LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer. 3 abr. 2017. Twitter: @FUCKERSZSOPH. Disponível em: <<https://twitter.com/FUCKERSZSOPH/status/849051296996970496>>. Acesso em: 05 jan. 2019.

Twitter, EBRODARE. **A personagem da Maria Fernanda Candido é a Gretchen querendo que a Thammy seja igual ela. #AForçadoQuerer** 3 abr. 2017. Twitter: @Ebrodare. Disponível em: <<https://twitter.com/Ebrodare/status/849055218432135169>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

Twitter, ER (2017). **Mais sequência de tirar o fôlego, de mostrar a realidade com maestria e comprovar que a Polícia é do BEM! #AForçaDoQuerer** 20 out. 2017. Twitter: @Carlao\_ER. Disponível em: <[https://twitter.com/Carlao\\_ER/status/921531227261362176](https://twitter.com/Carlao_ER/status/921531227261362176)>. Acesso em: 15 dez. 2018.

Twitter, ERIKKALUX. **Tadinho do Zeca vai ser abandonado depois do casamento ainda bem que tem a jeiza pra cuidar dele 🙄😁 #AForçaDoQuerer** 8 abr. 2017. Twitter: @ErikalucianaSo1. Disponível em: <<https://twitter.com/ErikalucianaSo1/status/850889560137633792>>. Acesso em: 14 dez. 2018.

Twitter, GUIMARÃES, S. **“se vc acha q o Twitter morreu, pode levantar e sair da sala.” @interney #YOUPIXCON.** 25 set. 2017. Twitter: @samuelguimaraes. Disponível em: <[www.twitter.com/samuelguimaraes/status/912393688776630272](http://www.twitter.com/samuelguimaraes/status/912393688776630272)>. Acesso em: 26 set. 2017.

Twitter, JOLIE. **Bibi chegou chegando. #AForçaDoQuerer** 3 abr. 2017. Twitter: @Jolie197241. Disponível em: <<http://twitter.com/Jolie197241/status/849062985549176832>> Acesso em: 18 nov. 2017.

Twitter, LAVIGNE, R. **Quando vc tá gostando do capítulo mas aí lembra que o protagonista é o Fiuk #AForçadoQuerer** 3 abr. 2017. Twitter: @dilmalife. Disponível em: <[twitter.com/dilmalife/status/849062976632041474](https://twitter.com/dilmalife/status/849062976632041474)>. Acesso em: 19 nov. 2017.

Twitter, LOVEDIECKMAN. **Ivana será a personagem mais forte da novela. #AForçaDoQuerer** 3 abr. 2017. Twitter: @beijurodrigues. Disponível em: <<http://twitter.com/beijurodrigues/status/849069271670026242>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Twitter, LUZY. **Tirar de Bibi perigosa para ficar no Fiuk é sacanagem #AForçadoQuerer** 16 out. 2017. Twitter: @ulisses\_. Disponível em: <[http://twitter.com/ulisses\\_/status/920102217247576064](http://twitter.com/ulisses_/status/920102217247576064)>. Acesso em: 08 dez. 2018.

Twitter, MARIA, Ádria. **"Quando a gente é movido pela força do querer é capaz de fazer o impossível se tornar possível." #AForçaDoQuerer tu es FODAAA @gloriafperez.** 22 out. 2017. Twitter: @adriamariasouza. Disponível em: <https://twitter.com/adriamariasouza/status/922248381099053056>. Acesso em: 28 nov. 2018.

Twitter, MARINA, M. **#AForçaDoQuerer. Geste ces tão sentindo o cheiro do couro nessa filha da fernanda candido ou é só eu?** 3 abr. 2017. @melmarina2.

Disponível em: <<https://twitter.com/melmarina2/status/849070566715916288>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

Twitter, MARQUES, Pâmela. **O final não deixou a desejar, só poderia ter mostrado o desfecho da Silvana c mais clareza, o Sabiá, e a Carine c o Kikito #AForçadoQuerer.** 20 out. 2017. Twitter: @panziinha\_m. Disponível em: <[http://twitter.com/panziinha\\_m/status/921555154377281538](http://twitter.com/panziinha_m/status/921555154377281538)>. Acesso em: 08 dez. 2018.

Twitter, NASCIMENTO, Ruthléa. **Assistir novela boa e comentar no Twitter é tão bom! #AForçadoQuerer** 12 out. 2017. Twitter: @Ruthleanai. Disponível em: <<https://twitter.com/Ruthleanai/status/918665422072958977>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

Twitter, PEREZ, Gloria. **Chegando pra esperar #AForçadoQuerer.** 15 ago. 2017. Twitter: @gloriafperez. Disponível em: <<https://twitter.com/gloriafperez/status/897608646431055872>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

Twitter, PEREZ, Gloria. **É o q as novelas fazem: o registro do cotidiano #AForçadoQuerer:** RT @gloriafperez Tem que mostrar a realidade em que vivemos mesmo, você só está mostrando pra todos o que acontece todos os dias em nossa volta. 15 ago. 2017. Twitter: @gloriafperez. Disponível em: <<https://twitter.com/gloriafperez/status/897636753854562305>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

Twitter, ROMERO, J.. **:(((( #aforçadoquerer** 20 out. 2017. Twitter: @juangbromero. Disponível em: <<https://twitter.com/juangbromero/status/921518764591665152>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

Twitter, SÁ, Xico. **o twitter é a melhor forma de ver televisão que já inventaram desde a criação do sofá.** 16 set. 2015. Twitter: @xicosa. Disponível em: <<https://twitter.com/xicosa/status/643997993675395072>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

Twitter, SANTANA, A. **Neta de peixe, peixinho é. #SegundoSol.** 10 nov. 2018. Twitter: ade\_Sccp12. Disponível em: <[https://twitter.com/ade\\_Sccp12/status/1061053936839335936](https://twitter.com/ade_Sccp12/status/1061053936839335936)>. Acesso em: 14 nov. 2018.

Twitter, SANTOS. **"Sabe como eu me sinto quando olho pra Ivana? Um fracasso." (Joyce) Melhor trama da novela. #AForçadoQuerer** 8 abr. 2017. Twitter: @ZAMENZA. Disponível em: <<http://twitter.com/ZAMENZA/status/850873162174791682>>. Acesso em: 14 dez. 2018.

Twitter, SHAY. **SEGURA O CHORO QUE TÁ QUASE SAINDO FIUK É RUY #AForçadoQuerer** 3 abr. 2017. Twitter: @bahfiuk\_. Disponível em: <[http://twitter.com/bahfiuk\\_/status/849051653638672384](http://twitter.com/bahfiuk_/status/849051653638672384)>. Acesso em: 18 nov. 2017.

Twitter, SÓ ACHO QUE. **Como que os atores conseguem contracenar com o #Fiuk sem ter crise de riso? #AForçadoQuerer** 16 out. 2017. Twitter: @danttttas.

Disponível em: <<http://twitter.com/danttttas/status/920080141589667840>>. Acesso em: 08 dez. 2018.

Twitter, VIOLLA, Elizabeth. **Vou estar tweetando e assistindo ao mesmo tempo! Rsr #AForcadoQuerer**. 03 abr. 2017. Twitter: @ElizabethViolla. Disponível em: <<https://twitter.com/ElizabethViolla/status/849051613591465984>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

VIEIRA, Eloy; SILVA, Tarcízio. Fãs, consumo cultural e segunda tela: proposições metodológicas acerca das audiências no Twitter. In: **I Congresso TeleVisões**, Niterói, RJ, 27 de outubro de 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2C2P91b>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

VITORIO, Gabrielle S. **Teledramaturgia transmidiática**: as variações morfológicas na narrativa das telenovelas. 2015. 186 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF, 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2scxos4>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

WOLTON, Dominic. **Elogio do Grande Público** - Uma Teoria Crítica da TV. São Paulo: Ática, 1996.

XAVIER, Nilson. "A Força do Querer" avança para se tornar o maior sucesso da TV desde "Avenida Brasil". **Teledramaturgia**, 26 jul. 2017a. Disponível em: <<http://bit.ly/2sbgsC1>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

XAVIER, Nilson. "A Força do Querer" mobilizou audiência, mas não foi unanimidade. **Teledramaturgia**, 20 nov. 2017b. Disponível em: <<http://bit.ly/2SFbw4a>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

ZAGO, Gabriela da Silva. Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características. In: **Anais do VI Congresso Nacional de História da Mídia**, de 13 e 16 de maio de 2008, Niterói, 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/2RzWboa>>. Acesso em: 27 set. 2017.

## APÊNDICE

**APÊNDICE A - ESTUDOS ALINHADOS À TEMÁTICA DA TESE IDENTIFICADOS NO CATÁLOGO DE TESES E DISSERTAÇÕES DA CAPES, BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES, GOOGLE SCHOLAR E OBITEL BRASIL**

<b>Tipo e ano da pesquisa</b>	<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Detalhamento</b>
Anuário Obitel 2018	<i>Brasil: dinâmicas da ficção televisiva na transição multicanal</i>	Maria Immacolata V. de Lopes e Clarice Greco (org)	Analisa a produção teledramatúrgica de 2017 e faz uma análise completa da repercussão de <i>A Força do Querer</i> , incluindo seu desempenho nos sites de redes sociais.
<i>Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa</i>  2017	Coletânea de artigos sobre o consumo de ficção televisiva a partir das estratégias do receptor enquanto sujeito ativo no processo e, também, produtor de conteúdo	Maria Immacolata Vassallo de Lopes (org)	1. focada em "fãs e práticas criativas", investiga a repercussão de hashtag de telenovela no Facebook, a prática de <i>shipping</i> de casais e produção de fanfics e a criação de perfis de fãs no Twitter 2. aborda a temática "fãs, recepção e consumo" falando sobre como se desenvolvem as conexões e práticas da cultura participativa entre os fãs de ficção televisiva brasileira, o consumo cultural de receptores online de telenovela pelo viés do conteúdo gerado pelo usuário, a recepção da audiência da novela visando identificar as características do fã brasileiro e a prática de <i>binge-watching</i> em plataforma de <i>streaming</i> . 3. parte do tema "fãs e modos de produção" para abordar a percepção de aspectos autorais resultantes da relação colaborativa entre os fãs e as produções audiovisuais, a TV social como estratégia de produção na ficção seriada da Globo e os comportamentos e práticas dos aca-fãs – acadêmicos que também são fãs de seu objeto de estudo.
Anuário Obitel 2017 (Uma década de ficção televisiva na Íbero-América: análise dos dez anos do Obitel (2007-2016))	<i>Brasil: rumo à produção e recepção 360°</i>	Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Clarice Greco (org)	aborda a produção e recepção 360°, destacando que a TV aberta brasileira explorou gêneros e formatos, produzindo, distribuindo e aumentando o consumo de ficção transmídia e de conteúdos <i>on demand</i> , além de ofertar aplicativos móveis. Aponta que, no segundo semestre de 2016, as crises política e econômica fizeram a audiência do jornalismo superar a das novelas mas que o consumo de teleficções seguiu em alta, informação validada pela menção ao Twitter e a adesão da audiência usuária do SRS ao hábito de segunda tela.
Tese 2017	<i>A memória afetiva e os telespectadores: um estudo do Canal Viva</i>	Mario Abel Bressan Junior	analisar como é constituída a memória afetiva da audiência do Canal Viva no Brasil

Dissertação 2017	<i>Social TV: o laço social no backchannel de The X-Files</i>	Daiana Maria Veiga Sigiliano	discutir de que forma a TV Social reforça o conceito de laço social (WOLTON, 1996) analisando as ações adotadas pelo canal Fox para engajar a audiência da série The X-Files
Dissertação 2016	<i>Televisão e redes sociais: configurações de TV Social em Malhação</i>	Gêsa Karla Maia Cavalcanti	busca evidenciar os experimentos de TV Social na produção televisiva ficcional brasileira a partir da análise das estratégias da Rede Globo em três temporadas da telenovela Malhação
Dissertação 2016	<i>TV aberta e mídias sociais: o engajamento da audiência interativa na construção de conteúdos televisivos</i>	Nayara Franklin Odorico	busca identificar qual público responde aos convites de participação realizados pelas emissoras de TV aberta e o modo como elas utilizam esse feedback para gerar conteúdo.
<i>Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira</i> 2015	Coletânea de artigos sobre o consumo de ficção televisiva a partir das estratégias do produtor de conteúdo e o viés do receptor	Maria Immacolata Vassallo de Lopes (org)	1. aborda os elementos para uma teoria de fãs no Brasil, performances e estratégias de fãs de telenovela na internet e a produção de <i>fanfictions</i> entre 2010 e 2013. 2. fala sobre cultura de fãs e ficção televisiva em discussões sobre redes discursivas de fãs; ativismo e disputa de sentido de gênero; sobre memes, transmídia e os vilões das telenovelas. 3. trata a cultura participativa e ficção televisiva destacando as estratégias desenvolvidas pela Rede Globo.
Livro 2015	<i>Caminhos Transmídia</i>	Rodolfo Oliveira (org)	Contém capítulo sobre o uso de estratégias de narrativa pela Rede Globo em suas telenovelas e outro sobre as possibilidades de negócios dentro da relação entre mídia de massa, TV e segunda tela.
Tese 2015	<i>Distinção em 140 caracteres: classe social, telenovela e Twitter</i>	Sandra Dalcul Depexe	usa a Análise de Redes Sociais (ARS) para observar questões de gênero e classe social na telenovela <i>Salve Jorge</i> (Rede Globo, 2012/2013) a partir da análise de discurso proposta por Pêcheux e a sociologia de Bourdieu.
Dissertação 2015	<i>A TV em convergência: Social TV e transmidiação nas novelas Geração Brasil e Império</i>	Vitor Lopes Resende	analisa como a TV Social e a transmídiação se comportam no cenário brasileiro e entender as motivações que geram o engajamento online do público às telenovelas analisadas
Dissertação 2015	<i>Os modos de contar: estudos da telenovela brasileira</i>	Pablo Turbuk Garrán	analisa como as telenovelas operacionalizam e interferem na constituição do repertório cultural da sociedade, sem fazer relação ao Twitter ou a TV Social.
Dissertação 2015	<i>Teledramaturgia transmidiática: as variações morfológicas na narrativa das telenovelas</i>	Gabrielle Santelli Vitória	identificar as variações que as experiências transmídias e interativas provocaram na morfologia narrativa das telenovelas <i>Flor do Caribe</i> , <i>Sangue Bom e Amor à Vida</i> (Rede Globo, 2013/2014).
Artigo 2015	<i>A gente se vê pela rede: cultura de fãs</i>	Cecília Almeida Rodrigues Lima	Análise da repercussão da minissérie <i>Felizes para Sempre?</i> (Rede Globo, 2015)

	<i>e participação online na minissérie #felizesparasempre</i>	e Janaína de Holanda Costa Calazans	na internet para identificar as redes de narradores mais relevantes no Twitter, suas conexões, seu alcance e os principais conteúdos associados à narrativa.
Dissertação 2014	<i>TV e segunda tela: uma análise do horário nobre no Twitter</i>	Fábio Canatta	Busca identificar as relações entre a programação do horário nobre da tv e os assuntos mais comentados no Twitter
Dissertação 2014	<i>A produção de sentido na convergência entre televisão e segunda tela</i>	Daniele Cristine Rodrigues	Analisa como como as emissoras se apropriam do movimento de TV Social a partir da análise de publicações sobre o Carnaval 2013 (RJ), a Copa das Confederações 2013 e a cobertura jornalística da votação do Marco Civil 2014.
<i>Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira</i> 2013	Coletânea de artigos sobre a adesão de práticas transmídia pelas empresas produtoras de conteúdo e a recepção desse conteúdo	Maria Immacolata Vassallo de Lopes (org)	1. conceituações e operações de transmídia; possibilidades de estudo do conteúdo transmídia e análises das estratégias transmídia usadas pela Rede Globo. 2. trata a produção, circulação e recepção da ficção televisiva no contexto da transmídia; analisa a produção transmídia pelo viés da Rede Globo. 3. analisa a produção e circulação da ficção de TV pelo viés da emissora.
<i>Anuário Obitel 2013</i>	<i>Brasil: a telenovela como fenômeno midiático</i>	Immacolata Vassallo de Lopes e Maria Cristina Palma Munglioli (org)	analisa a produção de narrativas ficcionais seriadas pelo viés da telenovela como fenômeno midiático; destaca o crescimento da produção televisiva nacional para a TV por assinatura e a telenovela <i>Avenida Brasil</i> , definida como um marco de teledramaturgia e uma narrativa da nação por ter se destacado no que se refere ao engajamento da audiência com a trama ficcional, percebido pelo volume de conteúdos gerados e propagados nas redes sociais.
Dissertação 2013	<i>Configurações da experiência televisiva: o consumo social na Internet</i>	Junia Cristina Ortiz Matos	compreender a reconfiguração da experiência de consumo televisivo a partir das relações entre recepção e produtos televisivos, materializadas via SRSs, a partir do mapa das mediações de Martín-Barbero)
Artigo 2013	<i>As narrativas ficcionais da tv no ciberespaço</i>	Adriana Pierre Coca	investiga o diálogo entre a televisão e a internet a partir da análise das produções da TV Globo <i>Capitu</i> (2008) e <i>Afinal, o que querem as mulheres?</i> (2010) para entender como a linguagem televisiva vem se transpondo para outras plataformas.
<i>Anuário Obitel 2012</i>	<i>A 'nova classe média' e as redes sociais potencializam a ficção televisiva</i>	Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Maria Cristina Palma Munglioli (org)	Analisa as produções ficcionais televisivas brasileiras de 2011 pela ótica da necessidade que a "nova Classe C" tem de "se ver retratada, pelo menos nas três telas" (TV, celular e computador) (LOPES, GÓMEZ, 2012), o que se torna um desafio às produtoras de ficção para manter em seus produtos a condição de narrativa da nação (LOPES, 2003) em um ambiente

			transmidiático. Destaca que 2011 pode ser considerado o "ano das redes sociais", visto a ampliação de seu uso entre a população brasileira, que as usa também para conversar direta e indiretamente sobre as novelas, expandindo o repertório compartilhado.
Tese 2012	<i>Mobilidade e cultura participativa: transformações da ação social contemporânea</i>	Máira Valencise Gregolin	analisa as mudanças no modo de fazer novela, com a instauração de uma narrativa que se desenvolve entre a televisão e o meio digital
Dissertação 2012	<i>Análise de sentimento e desambiguação no contexto da TV Social</i>	Ana Carolina Espírito Santo Lima	Analisa como as emissoras podem usar os posts no Twitter sobre seus produtos midiáticos, a partir da análise de sentimento e a desambiguação de sentido de forma automatizada (software), para qualificar o produto.
Artigo 2012	<i>Cheias de Charme: uma nova maneira de consumir telenovela</i>	Adriana Pierre Coca e André Santini	analisa a novela <i>Cheias de Charme</i> (Rede Globo, 2012), como uma representação emblemática de como a teledramaturgia busca na convergência uma nova forma de interação com o público.

Fonte: elaborado pela pesquisadora a partir de pesquisa nas bases de dados

## ANEXOS

**ANEXO A - TWEETS COLETADOS EM 3 E 8 DE ABRIL DE 2017 COM A  
#AFORÇADOQUERER**

CAPITULO DE 3 DE ABRIL DE 2017			
@josianedias	#AForcadoQuerer podia ser boa do começo ao fim sem enganar os telespectadores como as últimas novelas do horário	<a href="http://twitter.com/josianedias/status/849051607115464704">http://twitter.com/josianedias/status/849051607115464704</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@ourlovehori	Agora eles vao ver o poder de um fandom!!!! FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ourlovehori/status/849051634420387845">http://twitter.com/ourlovehori/status/849051634420387845</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@fiukmeudante	Chocada que já está nos trends FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/fiukmeudante/status/849051602870784000">http://twitter.com/fiukmeudante/status/849051602870784000</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@babygixrl	Claro que eu não vou perder, meu amor, tô há dois anos sem você na minha tv. A saudade tá grande e a ansiedade tamb... <a href="https://t.co/fXsFLAJt6R">https://t.co/fXsFLAJt6R</a>	<a href="http://twitter.com/babygixrl/status/849051608923205633">http://twitter.com/babygixrl/status/849051608923205633</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@cornerforluab	Deez LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/MoF59dwY8O">https://t.co/MoF59dwY8O</a>	<a href="http://twitter.com/cornerforluab/status/849051602338144256">http://twitter.com/cornerforluab/status/849051602338144256</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@scksluphia	dez LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/XD2yJx0xW">https://t.co/XD2yJx0xW</a>	<a href="http://twitter.com/scksluphia/status/849051609158094850">http://twitter.com/scksluphia/status/849051609158094850</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@youblxnco	esqueci da tag LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/youblxnco/status/849051603072167940">http://twitter.com/youblxnco/status/849051603072167940</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@AForca_Resumo	Já, já estreia #AForçadoQuerer!!!	<a href="http://twitter.com/AForca_Resumo/status/849051633891848193">http://twitter.com/AForca_Resumo/status/849051633891848193</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@everydaylua	Que emoção cheguei em casa LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/everydaylua/status/849051633677996032">http://twitter.com/everydaylua/status/849051633677996032</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@SamanthaDiivaa	SEDENTA PRA ASSISTIR O NOVELÃO #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/SamanthaDiivaa/status/849051638786662401">http://twitter.com/SamanthaDiivaa/status/849051638786662401</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@mylovemoonlight	sim, sonho nosso que enfim, está se tornado real. LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/8NO9O2yZ4z">https://t.co/8NO9O2yZ4z</a>	<a href="http://twitter.com/mylovemoonlight/status/849051609673977857">http://twitter.com/mylovemoonlight/status/849051609673977857</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@gossnation	Vou estar tweetando e assistindo ao mesmo tempo! Rsr #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/gossnation/status/849051613591465984">http://twitter.com/gossnation/status/849051613591465984</a>	April 03, 2017 at 09:10PM
@_juferrer	Ai as fotos marcadas estavam tão bonitinhas, mas começaram a postar sem a montagem, tá tudo zoado agora. FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/_juferrer/status/849051647821086720">http://twitter.com/_juferrer/status/849051647821086720</a>	April 03, 2017 at 09:11PM
@OlocoFilipe	já subi, caramba! FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/OlocoFilipe/status/849051652812402690">http://twitter.com/OlocoFilipe/status/849051652812402690</a>	April 03, 2017 at 09:11PM
@bahfiuk_	SEGURA O CHORO QUE TÁ QUASE SAINDO FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/bahfiuk_/status/849051653638672384">http://twitter.com/bahfiuk_/status/849051653638672384</a>	April 03, 2017 at 09:11PM
@musicblanco	Um LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/T3nUf0vY67">https://t.co/T3nUf0vY67</a>	<a href="http://twitter.com/musicblanco/status/849051653236019201">http://twitter.com/musicblanco/status/849051653236019201</a>	April 03, 2017 at 09:11PM
@AldairLuiz	#AForçaDoQuerer Já quero a Morena arrumando barraco e correndo do tiroteio!!! ♡♡♡	<a href="http://twitter.com/AldairLuiz/status/849052891486793730">http://twitter.com/AldairLuiz/status/849052891486793730</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@25Brunolakers	#AForçaDoQuerer Rodrigo e dan raquete 🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸🏸	<a href="http://twitter.com/25Brunolakers/status/849052890723438592">http://twitter.com/25Brunolakers/status/849052890723438592</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@andreialandim	Belém é linda e vale a pena conhecer. #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/andreialandim/status/849052882313916417">http://twitter.com/andreialandim/status/849052882313916417</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@luanmariani	Com esse monte de açaí e esse elenco maravilhoso essa novela tem que ser boa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/luanmariani/status/849052890132078592">http://twitter.com/luanmariani/status/849052890132078592</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@bonasso_iven	Começou !! 🏸🏸 #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/bonasso_iven/status/849052885711294464">http://twitter.com/bonasso_iven/status/849052885711294464</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@AForca_Resumo	Começou #AForçadoQuerer! 🏸	<a href="http://twitter.com/AForca_Resumo/status/849052894003425281">http://twitter.com/AForca_Resumo/status/849052894003425281</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@NovelaFW	Começou! #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/NovelaFW/status/849052883383443457">http://twitter.com/NovelaFW/status/849052883383443457</a>	April 03, 2017 at 09:15PM

@renataqrossi	E depois de tanto tempo sem acompanhar uma novela desde o início, aqui estou eu na frente da tv por causa da @Lua_Blanco em #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/renataqrossi/status/849052889175793664">http://twitter.com/renataqrossi/status/849052889175793664</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@fiukdobrev	já quero meu neném FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/fiukdobrev/status/849052882284498944">http://twitter.com/fiukdobrev/status/849052882284498944</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@FASNATHALIADILL	Lombardi o mesmo de sempre #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/FASNATHALIADILL/status/849052882066452482">http://twitter.com/FASNATHALIADILL/status/849052882066452482</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@sarawmirez	mentira que eurico e caio são primos aaaaaaaa VemSilvana #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/sarawmirez/status/849052881797992449">http://twitter.com/sarawmirez/status/849052881797992449</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@Dre_Richmond	O elenco dessa novela tá pesadíssimo né?! Vomo botar fé! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Dre_Richmond/status/849052883731570688">http://twitter.com/Dre_Richmond/status/849052883731570688</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@marthinetto	o Raj se separou da morena? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/marthinetto/status/84905288898973697">http://twitter.com/marthinetto/status/84905288898973697</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@AnaPaulaOAnjos	Olha o açai verdadeiro e não aquele congelado #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/AnaPaulaOAnjos/status/849052883693842432">http://twitter.com/AnaPaulaOAnjos/status/849052883693842432</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@howfiuk	SOCORROOOOOO SJSJAKANZJKZKANSJSNDKDK FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/howfiuk/status/849052887288356864">http://twitter.com/howfiuk/status/849052887288356864</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@ThayDoFiuk	Tu vai passar hj na novela né? @Fiuk FIUK É RUY #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThayDoFiuk/status/849052886759874560">http://twitter.com/ThayDoFiuk/status/849052886759874560</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@yoursmilelua	Um novelão desses tô triste que não vou poder assistir todo dia LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/yoursmilelua/status/849052888404029444">http://twitter.com/yoursmilelua/status/849052888404029444</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@nathaliangomes_	Vamos ver qual é... #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/nathaliangomes_/status/849052883588968450">http://twitter.com/nathaliangomes_/status/849052883588968450</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@brunoleoncio	vamu vê, né #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/brunoleoncio/status/849052886067810305">http://twitter.com/brunoleoncio/status/849052886067810305</a>	April 03, 2017 at 09:15PM
@luannactaa	#AForçaDoQuerer pensei q começava 20:20 atrasei 5 min akskkakak	<a href="http://twitter.com/luannactaa/status/849055214221103104">http://twitter.com/luannactaa/status/849055214221103104</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@SolangeDuprat1	A menininha esbanjando alegria hahaha #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/SolangeDuprat1/status/849055209284403202">http://twitter.com/SolangeDuprat1/status/849055209284403202</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@comentsbia	a menininha vestida igual socorro que amor #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/comentsbia/status/849055210987237376">http://twitter.com/comentsbia/status/849055210987237376</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@Ebrodare	A personagem da Maria Fernanda Candido é a Gretchen querendo que a Thammy seja igual ela. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Ebrodare/status/849055218432135169">http://twitter.com/Ebrodare/status/849055218432135169</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@bushaskell	Ah caralho, já começa com tragédia #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/bushaskell/status/849055214783082496">http://twitter.com/bushaskell/status/849055214783082496</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@roarcl	como assim #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/roarcl/status/849055214879596544">http://twitter.com/roarcl/status/849055214879596544</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@ThallysBAlm	Como é bom ver a Maria Fernanda de volta às novelas depois de tanto tempo só nas séries. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThallysBAlm/status/849055209351507970">http://twitter.com/ThallysBAlm/status/849055209351507970</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@exaustu	Eu já adoro essa menininha &lt;3 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/exaustu/status/849055210601418752">http://twitter.com/exaustu/status/849055210601418752</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@felipemooraes	gente que celular é esses? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/felipemooraes/status/849055212002267137">http://twitter.com/felipemooraes/status/849055212002267137</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@alinewanzeler	Glória já pecou escrevendo " estou em um lugar que só chega de barco" ☺ ATT #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/alineWanzeler/status/849055210072936448">http://twitter.com/alineWanzeler/status/849055210072936448</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@trustskins	ivana é um amorzinho, com certeza ela já é minha personagem favorita desde pequena. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/trustskins/status/849055210047758337">http://twitter.com/trustskins/status/849055210047758337</a>	April 03, 2017 at 09:25PM

@StephanySoares	Já amei essa novela, sério!!!! #AForçaDoQuerer LuaBlancoÉAnita	<a href="http://twitter.com/StephanySoares/status/849055215806554112">http://twitter.com/StephanySoares/status/849055215806554112</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@Larisq13	Maria Fernanda Cândido a esposa da Danny Bond #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Larisq13/status/849055216175656963">http://twitter.com/Larisq13/status/849055216175656963</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@extrovertimido	Maria Fernanda Cândido é a Rubi brasileira. Linda demais! 😊 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/extrovertimido/status/849055210731438084">http://twitter.com/extrovertimido/status/849055210731438084</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@alissonvalerio	Maria Fernanda Cândido. Que mulher. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/alissonvalerio/status/849055209175347200">http://twitter.com/alissonvalerio/status/849055209175347200</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@SuziTaussig	Maria Fernanda, linda! Elegante! #AForçaDoQuerer.	<a href="http://twitter.com/SuziTaussig/status/849055212253982720">http://twitter.com/SuziTaussig/status/849055212253982720</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@exmarcusx	Que mulherao da porra #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/exmarcusx/status/849055216683143168">http://twitter.com/exmarcusx/status/849055216683143168</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@juniorprofilo	Saudade desses celular abre e fecha. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/juniorprofilo/status/849055211691937792">http://twitter.com/juniorprofilo/status/849055211691937792</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@n_junior	Se achar uma onça nesse matagalzão ja sabe que é Juma Marruá #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/n_junior/status/849055215873658880">http://twitter.com/n_junior/status/849055215873658880</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@Gabyalves7001	Se não for pra sair com a roupa igual da minha mãe nem saio #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Gabyalves7001/status/849055210211332098">http://twitter.com/Gabyalves7001/status/849055210211332098</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@elderlovski	Super legal campanha social em novela, desde que não seja em detrimento do folhetim #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/elderlovski/status/849055215903002626">http://twitter.com/elderlovski/status/849055215903002626</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@RevistaTeveTV	Zezé Polessa e Tonico Pereira nos bastidores de "A Força do Querer". 📺 #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/yD4qIMJspZ">https://t.co/yD4qIMJspZ</a>	<a href="http://twitter.com/RevistaTeveTV/status/849055217094201344">http://twitter.com/RevistaTeveTV/status/849055217094201344</a>	April 03, 2017 at 09:25PM
@iEuGuii	#aforçadoquerer caramba nós fica como depois de ver uma cena dessas <a href="https://t.co/vcpCrVobem">https://t.co/vcpCrVobem</a>	<a href="http://twitter.com/iEuGuii/status/849056702251061248">http://twitter.com/iEuGuii/status/849056702251061248</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@brookedefense	a novela nem começou e já to desesperada querendo saber se o pai vai achar o menino #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/brookedefense/status/849056705208045568">http://twitter.com/brookedefense/status/849056705208045568</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@maari_tavare	Aaaa bibi e caio meu otp #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/maari_tavare/status/849056700548173824">http://twitter.com/maari_tavare/status/849056700548173824</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@fabibih	Agora pronto, apareceu um jacaré e um índio nessa novela. Vão falar que em Belém tem jacaré e índio pra sempre 😊😊😊 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/fabibih/status/849056703035449345">http://twitter.com/fabibih/status/849056703035449345</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@lua_rbrasil	Bem isso LuaBlancoÉAnita #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/DKGiJacIB5">https://t.co/DKGiJacIB5</a>	<a href="http://twitter.com/lua_rbrasil/status/849056704335687681">http://twitter.com/lua_rbrasil/status/849056704335687681</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@paollando	BIBI SOCORRO JULIANA PAES QUE MULHER #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/paollando/status/849056706290216960">http://twitter.com/paollando/status/849056706290216960</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@estiloconfuso	Corta logo pra sereia porra #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/estiloconfuso/status/849056701760360449">http://twitter.com/estiloconfuso/status/849056701760360449</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@fabio_menDS	Crianças se perdendo no rio e povo pensando que elas morreram afogadas na novela das 9. Muito cedo pra isso, né Globo? #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/fabio_menDS/status/849056699675807745">http://twitter.com/fabio_menDS/status/849056699675807745</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@vinidaminaj	Gente, eu mesmo pularia no rio pra salvar meu filho. mesmo se eu morresse, é meu filho... #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/vinidaminaj/status/849056703387770884">http://twitter.com/vinidaminaj/status/849056703387770884</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@nizckjonas	JULIANA PAES DONA DA GLOBO #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/nizckjonas/status/849056704226615296">http://twitter.com/nizckjonas/status/849056704226615296</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@delavelino	Juliana Paes espetacular. E que atriz!! #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/delavelino/status/849056700715945984">http://twitter.com/delavelino/status/849056700715945984</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@Lucas_Cardoso	Juliana Paes Silêncio #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Lucas_Cardoso/status/849056698086162433">http://twitter.com/Lucas_Cardoso/status/849056698086162433</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@maryataynara	LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer @Lua_Blanco @gloriafperez <a href="https://t.co/EmKIPuszy">https://t.co/EmKIPuszy</a>	<a href="http://twitter.com/maryataynara/status/849056706722234368">http://twitter.com/maryataynara/status/849056706722234368</a>	April 03, 2017 at 09:31PM

@Oliver_Joh	Mds juliana tá muito maravilhosa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Oliver_Joh/status/849056706386591746">http://twitter.com/Oliver_Joh/status/849056706386591746</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@fabricioapis	meu deus como a juliana paes esta diva nessa novela #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/fabricioapis/status/849056701345083392">http://twitter.com/fabricioapis/status/849056701345083392</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@BBB1_7	Ruy fica impressionado em viagem pelo rio <a href="https://t.co/OIVJUKz8A">https://t.co/OIVJUKz8A</a> #AForçaDoQuerer   O #BBB17 é já já. <a href="https://t.co/hprhmxGePm">https://t.co/hprhmxGePm</a>	<a href="http://twitter.com/BBB1_7/status/849056706080325632">http://twitter.com/BBB1_7/status/849056706080325632</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@sah_rbr	Tag virou spam gente? LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/sah_rbr/status/849056702058168320">http://twitter.com/sah_rbr/status/849056702058168320</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@nubia10GTA	Vem Bibi #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/nubia10GTA/status/849056701634555904">http://twitter.com/nubia10GTA/status/849056701634555904</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@nebulosonews	Vou convocar os meninos do #StrangerThings para achar o Zeca e o Ruy! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/nebulosonews/status/849056704021004288">http://twitter.com/nebulosonews/status/849056704021004288</a>	April 03, 2017 at 09:31PM
@AlvaroPenerotti	A griselda começou a novela riquíssima e mora numa cobertura babado #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/AlvaroPenerotti/status/849057921866575872">http://twitter.com/AlvaroPenerotti/status/849057921866575872</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@rd1oficial	Alguém acreditou na Silvana? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rd1oficial/status/849057924668379136">http://twitter.com/rd1oficial/status/849057924668379136</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@Queirogaaaaa	Are baba 🙄 rrsrsrs #AForçaDoQuerer 🙄🙄 <a href="https://t.co/BXCep0uLAM">https://t.co/BXCep0uLAM</a>	<a href="http://twitter.com/Queirogaaaaa/status/849057929458266113">http://twitter.com/Queirogaaaaa/status/849057929458266113</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@ThallysBAlm	Eu tô gostando do capítulo! #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThallysBAlm/status/849057920750940161">http://twitter.com/ThallysBAlm/status/849057920750940161</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@wondervitti	O tamanho da minha expectativa pra essa novela Pfvr não me tombem #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/iRFvR23jSh">https://t.co/iRFvR23jSh</a>	<a href="http://twitter.com/wondervitti/status/849057922894135296">http://twitter.com/wondervitti/status/849057922894135296</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@alandeeandrade	Que começo monótono de #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/alandeeandrade/status/849057919542980610">http://twitter.com/alandeeandrade/status/849057919542980610</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@detailslua	que LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/M8e0L1CAH3">https://t.co/M8e0L1CAH3</a>	<a href="http://twitter.com/detailslua/status/849057927788990466">http://twitter.com/detailslua/status/849057927788990466</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@gioantomyqueen	São tantas tag que eu nem sei qual uso JULIANA PAES É BIBI #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/gioantomyqueen/status/849057919714836480">http://twitter.com/gioantomyqueen/status/849057919714836480</a>	April 03, 2017 at 09:35PM
@ZAMENZA	"Nem gosto tanto de jogo assim." CLARO HAHAAHAHAHAHA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ZAMENZA/status/849057930762739712">http://twitter.com/ZAMENZA/status/849057930762739712</a>	April 03, 2017 at 09:36PM
@Ebrodare	@chicobarney Como voce está se sentindo nao vendo mais o Tião e Magnólia? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Ebrodare/status/849059136209907714">http://twitter.com/Ebrodare/status/849059136209907714</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@RealitySocial	#AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/2WugNRq4Cf">https://t.co/2WugNRq4Cf</a>	<a href="http://twitter.com/RealitySocial/status/849059138500005888">http://twitter.com/RealitySocial/status/849059138500005888</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@naluarc_	A lua tá linda #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/naluarc_/status/849059134108467200">http://twitter.com/naluarc_/status/849059134108467200</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@dona_valentina	Bibi não é nada fácil... S2 #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/dona_valentina/status/849059138504097797">http://twitter.com/dona_valentina/status/849059138504097797</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@balieirooficial	Bibi se ama sai fora, esse Caio é um grosso! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/balieirooficial/status/849059139049467904">http://twitter.com/balieirooficial/status/849059139049467904</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@worldofpri	Como estamos?!? Já começamos amando ou nem?!?! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/worldofpri/status/849059140211277824">http://twitter.com/worldofpri/status/849059140211277824</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@Isa_Justino	deixando claro que faz séculos q o Pará é meu Estado crush supremo sem eu nunca ter ido lá, ã sou modinha #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Isa_Justino/status/849059136579014656">http://twitter.com/Isa_Justino/status/849059136579014656</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@NeiCohen1	DR já de Bibi e Caio #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/NeiCohen1/status/849059135849209857">http://twitter.com/NeiCohen1/status/849059135849209857</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@FCOGLBORIO	Ela Ta sendo egoísta com Ele #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/FCOGLBORIO/status/849059137988296704">http://twitter.com/FCOGLBORIO/status/849059137988296704</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@Rita01Leal	Elenco, @gloriafperez e direção de #AForçaDoQuerer se reúnem para a estreia da... <a href="https://t.co/hlYem8NO1Y">https://t.co/hlYem8NO1Y</a> by #gshow... <a href="https://t.co/cQoeBHX2On">https://t.co/cQoeBHX2On</a>	<a href="http://twitter.com/Rita01Leal/status/849059136151195648">http://twitter.com/Rita01Leal/status/849059136151195648</a>	April 03, 2017 at 09:40PM

@kinhapaulista	O que falar de uma novela, q começa pisando em todas q já passaram nesse horário? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/kinhapaulista/status/849059136860016640">http://twitter.com/kinhapaulista/status/849059136860016640</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@ProjetoLua	Olha a atuação da Juliana Paes!! Que atriz é essa? Uma explosão. LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ProjetoLua/status/849059135027064833">http://twitter.com/ProjetoLua/status/849059135027064833</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@Dioh_Medeiros	Que horas Caio vai virar Alex e pegar as novinhas esperando des de já #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Dioh_Medeiros/status/849059133756235776">http://twitter.com/Dioh_Medeiros/status/849059133756235776</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@blogjuniorcesar	Terá viagens pra outros países ??? Já quero ver o povo falando português kkkkkkkkkkkk... #AForçaDoQuerer #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/blogjuniorcesar/status/849059133156405248">http://twitter.com/blogjuniorcesar/status/849059133156405248</a>	April 03, 2017 at 09:40PM
@luannactaa	#AForçaDoQuerer Paolla, JULIANA PAIVA, Lua Blanco, Isis minhas namoradas kaks k	<a href="http://twitter.com/luannactaa/status/849060458430689280">http://twitter.com/luannactaa/status/849060458430689280</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@junior_devonne	#AForçaDoQuerer RODRIGO LOMBARDI E JULIANA PAES JUNTOS É A MINHA RELIGIÃO	<a href="http://twitter.com/junior_devonne/status/849060458686554112">http://twitter.com/junior_devonne/status/849060458686554112</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@DraOhana	A Maya traíndo o Haj de novo! #rip #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/DraOhana/status/849060459647033345">http://twitter.com/DraOhana/status/849060459647033345</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@sometimesweetey	A pessoa mais feia dessa novela é ainda mais bonito que nois tudo aqui do twitter #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/sometimesweetey/status/84906045772089345">http://twitter.com/sometimesweetey/status/84906045772089345</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@oppsmili	Ahh meu deus essa novela e boa,queria poder acompanhar #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/oppsmili/status/849060459277934592">http://twitter.com/oppsmili/status/849060459277934592</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@Samuzinho4	alex pagando pelo demônio que foi em verdades secretas #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/Samuzinho4/status/849060459143737344">http://twitter.com/Samuzinho4/status/849060459143737344</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@glenda25farias	Chore não Caio vem aqui #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/glenda25farias/status/849060456362897408">http://twitter.com/glenda25farias/status/849060456362897408</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@AnaFalquetto	Juliana Paes e Paolla Oliveira sao as mulheres mais lindas desse mundo, sem mais #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/dBc8uicG59">https://t.co/dBc8uicG59</a>	<a href="http://twitter.com/AnaFalquetto/status/849060458183225344">http://twitter.com/AnaFalquetto/status/849060458183225344</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@sixangelss	Não sejam o tipo de pessoa que termina o namoro e fica achando que a vida acabou. PF #AForçaDoQuerer LuaBlancoÉAnitta	<a href="http://twitter.com/sixangelss/status/849060466043363328">http://twitter.com/sixangelss/status/849060466043363328</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@omauciojunior	Quería sofrer pelo crush e ter dinheiro pra ir pra fora do Brasil também #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/omauciojunior/status/849060462650163205">http://twitter.com/omauciojunior/status/849060462650163205</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@itsgleizer	RIO: 21h35 - #AForçaDoQuerer 37.5, Record 13.5, SBT 6.9. @gloriafperez tá começando bem! :)	<a href="http://twitter.com/itsgleizer/status/849060458841739265">http://twitter.com/itsgleizer/status/849060458841739265</a>	April 03, 2017 at 09:46PM
@YgorFremo	Alguém precisa urgentemente perguntar o que tá acontecendo na vida da Juliana Paes #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/kfmxYV8Frm">https://t.co/kfmxYV8Frm</a>	<a href="http://twitter.com/YgorFremo/status/849061655115964417">http://twitter.com/YgorFremo/status/849061655115964417</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@lcf15	Essa cena tá me lembrando de Supermax #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lcf15/status/849061658479734784">http://twitter.com/lcf15/status/849061658479734784</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@migmig95	Esse índio é descendente de incas e pertence a única tribo vestida do Brasil #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/migmig95/status/849061652792258562">http://twitter.com/migmig95/status/849061652792258562</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@17gabG	Gente o poder desse cenário #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/17gabG/status/849061651374645249">http://twitter.com/17gabG/status/849061651374645249</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@Juubs_santos	Já quero a cena da Isis de sereia pfvr #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Juubs_santos/status/849061654289686528">http://twitter.com/Juubs_santos/status/849061654289686528</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@binhuhsantana	Não estou entendendo muito direito #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/binhuhsantana/status/849061656462340097">http://twitter.com/binhuhsantana/status/849061656462340097</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@UmMarEmNina	Os povos indígenas estão em alta mesmo nas novelas! Arrasou! Gosto assim! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/UmMarEmNina/status/849061655719927809">http://twitter.com/UmMarEmNina/status/849061655719927809</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@Telinhaquente	Ótima direção do Rogério Gomes (Papinha) #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Telinhaquente/status/849061652398047232">http://twitter.com/Telinhaquente/status/849061652398047232</a>	April 03, 2017 at 09:50PM

@esmejilinc	Pelo menos puseram um índio com cara de índio - diferente do que fizeram na novela das seis. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/esmejilinc/status/849061654201585664">http://twitter.com/esmejilinc/status/849061654201585664</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@ClaytonMarcinko	Se o Jon Snow voltou esse muleke também volta #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ClaytonMarcinko/status/849061658735648769">http://twitter.com/ClaytonMarcinko/status/849061658735648769</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@mpmorales	vai aparecer o chupa cu? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mpmorales/status/849061654750953473">http://twitter.com/mpmorales/status/849061654750953473</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@nerdubatv	vou acompanhar essa novela até o fim #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/nerdubatv/status/849061655321477126">http://twitter.com/nerdubatv/status/849061655321477126</a>	April 03, 2017 at 09:50PM
@AMBICIOSO	@julianapaes o chifre ta doendo até agora #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/AMBICIOSO/status/849062981694623745">http://twitter.com/AMBICIOSO/status/849062981694623745</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@jacksoliveira7	#AForçaDoQuerer 1obs; celulares não mordemos, acho que não tem a parceria com marcas de aparelhos 📱	<a href="http://twitter.com/jacksoliveira7/status/849062968016982016">http://twitter.com/jacksoliveira7/status/849062968016982016</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@fabianobiano_	#AForçadoQuerer comercial estilo "Natura" #ALeidoAmor comercial estilo "Tim" e assim segue o "extinto" padrão Globo de qualidade.	<a href="http://twitter.com/fabianobiano/status/849062967635267584">http://twitter.com/fabianobiano/status/849062967635267584</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@anaerobica	ate o índio ta trabalhando e nois com ingles e italiano desempregad #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/AccFbGtHd9">https://t.co/AccFbGtHd9</a>	<a href="http://twitter.com/anaerobica/status/849062982516604928">http://twitter.com/anaerobica/status/849062982516604928</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@Jolie197241	Bibi chegou chegando! #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/Jolie197241/status/849062985549176832">http://twitter.com/Jolie197241/status/849062985549176832</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@henr_alves	Desculpa, mas abertura horrivel #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/henr_alves/status/849062984240562176">http://twitter.com/henr_alves/status/849062984240562176</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@figueredo_jp	Maravilhoso! #aForçaDoQuerer <a href="https://t.co/RuOUpT0AOJ">https://t.co/RuOUpT0AOJ</a>	<a href="http://twitter.com/figueredo_jp/status/849062974178373633">http://twitter.com/figueredo_jp/status/849062974178373633</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@TirulipaDSophia	Nosso orgulho de todos os dias LuaBlancoÉAnita #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/Wuem7P5lYt">https://t.co/Wuem7P5lYt</a>	<a href="http://twitter.com/TirulipaDSophia/status/849062968113471488">http://twitter.com/TirulipaDSophia/status/849062968113471488</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@jenmlana	o nome da lilia na frente não vou mentir que amei #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/jenmlana/status/849062976388726785">http://twitter.com/jenmlana/status/849062976388726785</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@avadakedavral	O Raj traiu a Maya com a Angel, a Maya descobriu e terminou tudo com o Raj, mas eles vão voltar pq na índia tem o Kamasutra #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/avadakedavral/status/849062976715980802">http://twitter.com/avadakedavral/status/849062976715980802</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@dilmalife	Quando vc tá gostando do capítulo mas aí lembra que o protagonista é o Fiuk #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/QBAMCWaQSR">https://t.co/QBAMCWaQSR</a>	<a href="http://twitter.com/dilmalife/status/849062976632041474">http://twitter.com/dilmalife/status/849062976632041474</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@indameirelles	Simmm! Que emoção! ♥ LUA BLANCO É ANITA #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/oS6TwECXyk">https://t.co/oS6TwECXyk</a>	<a href="http://twitter.com/indameirelles/status/849062976871124993">http://twitter.com/indameirelles/status/849062976871124993</a>	April 03, 2017 at 09:56PM
@daksecrets	" voar, voar, subir, subir ..." #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/daksecrets/status/849064185946406913">http://twitter.com/daksecrets/status/849064185946406913</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@welesonschnapp	#AForçaDoQuerer que cena	<a href="http://twitter.com/welesonschnapp/status/849064193986789376">http://twitter.com/welesonschnapp/status/849064193986789376</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@longmartin12	#AForçaDoQuerer Só esperando alguém ser afogado no rio e ser encontrado por Índio em Rock Story JULIANA PAES É BIBI Rodrigo Lombardi Maya	<a href="http://twitter.com/longmartin12/status/849064184138653698">http://twitter.com/longmartin12/status/849064184138653698</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@lanyramos	Esse negocio d afogamento no rio, ser salvo por índio ta me lembrando Velho Chico #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lanyramos/status/849064190715334657">http://twitter.com/lanyramos/status/849064190715334657</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@Cristianoobs	Eu me arrepiei todo com essa música do Caetano. Que abertura linda! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Cristianoobs/status/849064186546184199">http://twitter.com/Cristianoobs/status/849064186546184199</a>	April 03, 2017 at 10:00PM

@VilaoDaVidaReal	Fumaram o primeiro beck #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/5B5DJHTHdp">https://t.co/5B5DJHTHdp</a>	<a href="http://twitter.com/VilaoDaVidaReal/status/849064192275603456">http://twitter.com/VilaoDaVidaReal/status/849064192275603456</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@LizGodoi	Gosto do menino Alexandre Valois #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/LizGodoi/status/849064188899192832">http://twitter.com/LizGodoi/status/849064188899192832</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@rreislu_	Índio, rio, Caetano Veloso... 🙄 🙄 🙄 🙄 🙄 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rreislu_/status/849064187649286144">http://twitter.com/rreislu_/status/849064187649286144</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@ethiago0	Olha a viagem doidona dos meninos #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ethiago0/status/849064191285755905">http://twitter.com/ethiago0/status/849064191285755905</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@LIPPEALMEIDA	Os meninos com as roupas mega limpas kkk #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/LIPPEALMEIDA/status/849064191071834114">http://twitter.com/LIPPEALMEIDA/status/849064191071834114</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@NeisaFernandes	Quando eu morrer quero um índio pra me ressuscitar. Se virem para encontrar! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/NeisaFernandes/status/849064190471962630">http://twitter.com/NeisaFernandes/status/849064190471962630</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@felipemooraes	Shipppppei #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/felipemooraes/status/849064186273550336">http://twitter.com/felipemooraes/status/849064186273550336</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@capixaba_daLua	SUBIUUUUUU LUA BLANCO É ANITA #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/fNxrTbyJ0r">https://t.co/fNxrTbyJ0r</a>	<a href="http://twitter.com/capixaba_daLua/status/849064192162320384">http://twitter.com/capixaba_daLua/status/849064192162320384</a>	April 03, 2017 at 10:00PM
@umcearenses	@zjmstocks eu acho q eles ja fizeram isso pra gnt poder diferenciar LUA BLANCO É ANITA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/umcearenses/status/849065600135688192">http://twitter.com/umcearenses/status/849065600135688192</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@DaniloSEEMEHP	#AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/CZmFWuGVTh">https://t.co/CZmFWuGVTh</a>	<a href="http://twitter.com/DaniloSEEMEHP/status/849065596427874305">http://twitter.com/DaniloSEEMEHP/status/849065596427874305</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@rafaxpp	#AForçaDoQuerer QHHHHAHHAKAKWKSJSJ ELES JA ESTAO ADULTOS	<a href="http://twitter.com/rafaxpp/status/849065595639300097">http://twitter.com/rafaxpp/status/849065595639300097</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@perrygosa	a mae d'agua ai chega me arrepiei todinho #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/perrygosa/status/849065600110481408">http://twitter.com/perrygosa/status/849065600110481408</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@Rai_Rodrigue	Cresceram #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Rai_Rodrigue/status/849065595194748928">http://twitter.com/Rai_Rodrigue/status/849065595194748928</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@nivicius_	Cresceu o Otorrino Ruy #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/nivicius_/status/849065600819351556">http://twitter.com/nivicius_/status/849065600819351556</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@foryougusttav0	ELE CRESCEU AAAAAA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/foryougusttav0/status/849065597094821888">http://twitter.com/foryougusttav0/status/849065597094821888</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@leandroalsp	Esperando aparecer Ritinha #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/glcOIZWCjU">https://t.co/glcOIZWCjU</a>	<a href="http://twitter.com/leandroalsp/status/849065597883346944">http://twitter.com/leandroalsp/status/849065597883346944</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@aforcadeanita	Estamos explodindo de tanto orgulho! LUA BLANCO É ANITA #AFORCADOQUERER <a href="https://t.co/CyY0MWAMXK">https://t.co/CyY0MWAMXK</a>	<a href="http://twitter.com/aforcadeanita/status/849065601234591745">http://twitter.com/aforcadeanita/status/849065601234591745</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@mandi_amorim	Fiuk continua lindo aff #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mandi_amorim/status/849065597904322560">http://twitter.com/mandi_amorim/status/849065597904322560</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@rd1oficial	Já acabou a primeira fase! Prólogo de #ALeiDoAmor confuso e longo pisado... #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rd1oficial/status/849065597061169153">http://twitter.com/rd1oficial/status/849065597061169153</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@RafaelHamawy	Não entendo uma palavra que o Fiuk e a Bruna falam. Que casal kkkk #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/RafaelHamawy/status/849065598495715328">http://twitter.com/RafaelHamawy/status/849065598495715328</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@pedro_freitas16	OLHA AEEEEEEE #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/pedro_freitas16/status/849065601972789248">http://twitter.com/pedro_freitas16/status/849065601972789248</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@OVitorViu	Ótima passagem de tempo. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/OVitorViu/status/849065595761025025">http://twitter.com/OVitorViu/status/849065595761025025</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@j0ece	pita q pariu ja cresceu gosto assim #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/j0ece/status/849065598718029825">http://twitter.com/j0ece/status/849065598718029825</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@hannahmarina	Putamerda o menino cresceu e virou o fiuk #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/hannahmarina/status/849065602593509377">http://twitter.com/hannahmarina/status/849065602593509377</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@ValTheDoctor	QUE OLHO BRUNA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ValTheDoctor/status/849065599254892545">http://twitter.com/ValTheDoctor/status/849065599254892545</a>	April 03, 2017 at 10:06PM

@aninhaolive1	Toda vez que escuto essa música da vontade de chorar #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/aninhaolive1/status/849065595194802176">http://twitter.com/aninhaolive1/status/849065595194802176</a>	April 03, 2017 at 10:06PM
@_marcellonline	"Eu gosto do espelho e eles gostam de mim". Ouvi na novela e me dei. #aforçadoquerer MF	<a href="http://twitter.com/_marcellonline/status/849067092741697536">http://twitter.com/_marcellonline/status/849067092741697536</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@AnthonySamuk	#AForçaDoQuerer No Brasil não existe só Rio e São P. Autores, Produtores e Diretores, por favor. Até eu q sou do Rj enjoo.	<a href="http://twitter.com/AnthonySamuk/status/849067086609625088">http://twitter.com/AnthonySamuk/status/849067086609625088</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@TOPTV_audiencia	22h05-RJ #AForçaDoQuerer 37.5, Record 9.1, Sbt 6.6	<a href="http://twitter.com/TOPTV_audiencia/status/849067091479191553">http://twitter.com/TOPTV_audiencia/status/849067091479191553</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@Gabyasampaio	e a globo já vai brincar com o rio #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/hkrLWF7a5Q">https://t.co/hkrLWF7a5Q</a>	<a href="http://twitter.com/Gabyasampaio/status/849067094943690755">http://twitter.com/Gabyasampaio/status/849067094943690755</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@Greatfuckyou	Fiuk: Soh sabe ser ele mesmo nas novelas, ou as mesmas coisas... Malvino Salvador fazendo escola. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Greatfuckyou/status/849067089210068993">http://twitter.com/Greatfuckyou/status/849067089210068993</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@bravcla	Gosto demais de Dan Stulbach #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/bravcla/status/849067094134185986">http://twitter.com/bravcla/status/849067094134185986</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@ItsManDown	Marco Pigossi de sunga passando na sua TL #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/23hbj0l0xg">https://t.co/23hbj0l0xg</a>	<a href="http://twitter.com/ItsManDown/status/849067086890618880">http://twitter.com/ItsManDown/status/849067086890618880</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@tvabordo	Maria Fernanda Cândido cada dia mais linda #Aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/tvabordo/status/849067088929062913">http://twitter.com/tvabordo/status/849067088929062913</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@marcoswt	Na Globo ribeirinho é loiro de olho verde! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/marcoswt/status/849067090417942528">http://twitter.com/marcoswt/status/849067090417942528</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@thatha_vanessa	Na vida eu queria ser a Juliana Paes, acabou de largar um gostoso e vai ficar com outro melhor. #AForçaDoQuerer.	<a href="http://twitter.com/thatha_vanessa/status/849067094801035264">http://twitter.com/thatha_vanessa/status/849067094801035264</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@brubstuita	Pigossi #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/cox0ClagOX">https://t.co/cox0ClagOX</a>	<a href="http://twitter.com/brubstuita/status/849067085980463105">http://twitter.com/brubstuita/status/849067085980463105</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@SwanQueenAmanda	Q hrs é essa cena donas Maria Fernanda Candido e Paola Oliveira ? #Marise #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/ALfmnl7XBi">https://t.co/ALfmnl7XBi</a>	<a href="http://twitter.com/SwanQueenAmanda/status/849067089633710080">http://twitter.com/SwanQueenAmanda/status/849067089633710080</a>	April 03, 2017 at 10:12PM
@misiamilhomem	#AForçaDoQuerer Lilia Cabral e Maria Fernanda Cândido, maravilhosas! Rodrigo Lombardi, Humberto Martins e Edson Celulari, feras!!	<a href="http://twitter.com/misiamilhomem/status/849067977425158144">http://twitter.com/misiamilhomem/status/849067977425158144</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@ourprouduab	A menina não é uma boneca alguém avisa LUA BLANCO É ANITA #AFORCADOQUERER	<a href="http://twitter.com/ourprouduab/status/849067973943984129">http://twitter.com/ourprouduab/status/849067973943984129</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@mavisempre	Ju Paiva.. &lt;3 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mavisempre/status/849067981653016581">http://twitter.com/mavisempre/status/849067981653016581</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@LeonaDivaa	JULIANA PAIVA♡♡♡ #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/p7LOD7VL4g">https://t.co/p7LOD7VL4g</a>	<a href="http://twitter.com/LeonaDivaa/status/849067970919882752">http://twitter.com/LeonaDivaa/status/849067970919882752</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@surtadocarioca	Maria Fernanda Cândido pisa muito, o mulher linda e ótima atriz #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/surtadocarioca/status/849067976829677569">http://twitter.com/surtadocarioca/status/849067976829677569</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@junnia_nogueira	Menina, enfia a prr do vestido preto básico, chique, tudo!!! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/junnia_nogueira/status/849067976905162753">http://twitter.com/junnia_nogueira/status/849067976905162753</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@niehauws	MEU DEUS ESSA MENINA SOU EU #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/niehauws/status/849067980243824641">http://twitter.com/niehauws/status/849067980243824641</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@thatsmyolivia	PUTA MERDA, EU E MINHA MÃE AAAA (Isso pq ainda amo vestido e maquiagem) #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/thatsmyolivia/status/849067976125034496">http://twitter.com/thatsmyolivia/status/849067976125034496</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@julianefragoso	Que elenco maravilhosooo é esse????! #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/julianefragoso/status/849067983511191552">http://twitter.com/julianefragoso/status/849067983511191552</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@fiercedrugs	Que novela maravilhosa. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/fiercedrugs/status/849067976527687683">http://twitter.com/fiercedrugs/status/849067976527687683</a>	April 03, 2017 at 10:15PM
@Dara4Fs	"Posso botar uma rasteirinha?" Ivana me representa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Dara4Fs/status/849069280838725633">http://twitter.com/Dara4Fs/status/849069280838725633</a>	April 03, 2017 at 10:21PM
@floridawithlana	eu não acredito que eu perdi o começo #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/floridawithlana/status/849069272424960004">http://twitter.com/floridawithlana/status/849069272424960004</a>	April 03, 2017 at 10:21PM

@luvmorley	Fandom movimentado: &lt;3 LUA BLANCO É ANITA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/luvmorley/status/849069273398095878">http://twitter.com/luvmorley/status/849069273398095878</a>	April 03, 2017 at 10:21PM
@beijurodrigues	Ivana será a personagem mais forte da novela. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/beijurodrigues/status/849069271670026242">http://twitter.com/beijurodrigues/status/849069271670026242</a>	April 03, 2017 at 10:21PM
@CardosoFillipe	Os melhores núcleos são com certeza o da Lilia Cabral e o da Maria Fernanda Cândido #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/CardosoFillipe/status/849069282893983744">http://twitter.com/CardosoFillipe/status/849069282893983744</a>	April 03, 2017 at 10:21PM
@jaurwmoon	QUE NOVELAO DA PORRA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/jaurwmoon/status/849069282529075201">http://twitter.com/jaurwmoon/status/849069282529075201</a>	April 03, 2017 at 10:21PM
@melmarina2	#AForçaDoQuerer Gente ces tão sentindo o cheiro do couro nessa filha da fernanda candido ou é sou eu?	<a href="http://twitter.com/melmarina2/status/849070566715916288">http://twitter.com/melmarina2/status/849070566715916288</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@MarcosRafa311	#AForçaDoQuerer vai ter gafeira?	<a href="http://twitter.com/MarcosRafa311/status/849070570394316803">http://twitter.com/MarcosRafa311/status/849070570394316803</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@maolabelieve	#Paolla belíssima na festa de estreia de #AForçaDoQuerer. ☹️ #foidadoalargada #1capitulo... <a href="https://t.co/L8z9CSeuyx">https://t.co/L8z9CSeuyx</a>	<a href="http://twitter.com/maolabelieve/status/849070559430402048">http://twitter.com/maolabelieve/status/849070559430402048</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@Aguinaldinho	elisângela eterna djenane dupla do pop com nazaré tedesco. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Aguinaldinho/status/849070568116760576">http://twitter.com/Aguinaldinho/status/849070568116760576</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@RealOficialNahC	EU QUERO A PAOLA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/RealOficialNahC/status/849070567353450497">http://twitter.com/RealOficialNahC/status/849070567353450497</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@augusttovieira	eu to só a juliana paes achando que um dia vai formar #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/augusttovieira/status/849070564572622848">http://twitter.com/augusttovieira/status/849070564572622848</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@enevalverde	Nunca vi uma novela de Glória Perez sem um núcleo na Comunidade #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/enevalverde/status/849070570083844098">http://twitter.com/enevalverde/status/849070570083844098</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@LoreMnds	Reza para a química ser minimamente boa, porque a história é boa, mas a química do Pig com Isis, é um trem louco de... <a href="https://t.co/fKUwMANYr5">https://t.co/fKUwMANYr5</a>	<a href="http://twitter.com/LoreMnds/status/849070563121410053">http://twitter.com/LoreMnds/status/849070563121410053</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@lziel_	Rubinho é muito delicia. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lziel_/status/849070565323403264">http://twitter.com/lziel_/status/849070565323403264</a>	April 03, 2017 at 10:26PM
@elbritobr	#AForçadoQuerer <a href="https://t.co/o361imzr8M">https://t.co/o361imzr8M</a>	<a href="http://twitter.com/elbritobr/status/849071722217295875">http://twitter.com/elbritobr/status/849071722217295875</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@eduholst	#AForçaDoQuerer Que fofo a Globo fazendo apologia a soltar balão. Será que nunca perderemos a cultura de tratar bandido como herói?	<a href="http://twitter.com/eduholst/status/849071720891899904">http://twitter.com/eduholst/status/849071720891899904</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@EveFalou	#AForçaDoQuerer será que @julianapaes batr o recorde da Glória Pires em Babilônia, de pegação no primeiro capítulo?	<a href="http://twitter.com/EveFalou/status/849071716995391489">http://twitter.com/EveFalou/status/849071716995391489</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@rockvatowhy	CADÉ A ISIS, QUERO VER MINHA FAV #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rockvatowhy/status/849071718660485121">http://twitter.com/rockvatowhy/status/849071718660485121</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@Pri_Maria_	E tá subindo!!!! Continuem. LUA BLANCO É ANITA #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/06livobVvh">https://t.co/06livobVvh</a>	<a href="http://twitter.com/Pri_Maria_/status/849071715510611970">http://twitter.com/Pri_Maria_/status/849071715510611970</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@boydriguete	já sofrendo por Joyce e Eugênio #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/boydriguete/status/849071718333394944">http://twitter.com/boydriguete/status/849071718333394944</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@vikkypierce	Já vou avisando que aquele que atacar a Ivana será atacado #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/vikkypierce/status/849071722548654080">http://twitter.com/vikkypierce/status/849071722548654080</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@alquimista710	Na vida eu sou a Bibi 😊 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/alquimista710/status/849071716491984897">http://twitter.com/alquimista710/status/849071716491984897</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@EstianoDrummond	o Eugênio tem alguma doença? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/EstianoDrummond/status/849071719948197888">http://twitter.com/EstianoDrummond/status/849071719948197888</a>	April 03, 2017 at 10:30PM
@dandara_vick	VEM JEIZA, ARRASAR AQUI NA MINHA TELINHA! ♡ #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/wLVCxDusK9">https://t.co/wLVCxDusK9</a>	<a href="http://twitter.com/dandara_vick/status/849071716823334914">http://twitter.com/dandara_vick/status/849071716823334914</a>	April 03, 2017 at 10:30PM

@TelemaniacosTV	21h25 #AForçaDoQuerer (estreia) 30.0 #ORicoELázaro 9.5 #CarinhaDeAnjo 8.6 #JornalDaCultura 1.5 #ShowDaFé (Band) 0.9 #ShowDaFé (RedeTV!) 0.1	<a href="http://twitter.com/TelemaniacosTV/status/849074276712022016">http://twitter.com/TelemaniacosTV/status/849074276712022016</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@aninhaolive1	A Isis apareceu faltou a Paola #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/aninhaolive1/status/849074276615553024">http://twitter.com/aninhaolive1/status/849074276615553024</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@joaopedrocenna	Essa música de abertura do Caetano Velozo ficou sensacional. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/joaopedrocenna/status/849074280209973248">http://twitter.com/joaopedrocenna/status/849074280209973248</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@Franmac81	Gente, essa ultima cena da abertura de #AForçaDoQuerer é o comendador de Império no monte Roraima né? Globo reciclando? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Franmac81/status/849074277097885696">http://twitter.com/Franmac81/status/849074277097885696</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@portalopty	Gente! QUE CAPÍTULO! Que ESTREIA! Que PERSONAGENS! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/portalopty/status/849074282554675204">http://twitter.com/portalopty/status/849074282554675204</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@ohhhmay	JA AMEI ESSA NOVELA FOI OQ A GENTE PEDIU SIM #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ohhhmay/status/849074278934904832">http://twitter.com/ohhhmay/status/849074278934904832</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@ThayrisF	O ápice do primeiro capítulo: Marco Pigossi e Isis valverde. Já sabemos quem vai mandar na novela né mores #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThayrisF/status/849074273327214593">http://twitter.com/ThayrisF/status/849074273327214593</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@Glycerodrigues	Perdir o primeiro capítulo, aff. Mai ainda deu tempo de ver um tiquin do gostoso do Marcos Pigossi ♡ #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Glycerodrigues/status/849074268818296838">http://twitter.com/Glycerodrigues/status/849074268818296838</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@ourprouduab	Ritinha muito plena LUA BLANCO É ANITA #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ourprouduab/status/849074278972751875">http://twitter.com/ourprouduab/status/849074278972751875</a>	April 03, 2017 at 10:40PM
@ShaawF	#AForçaDoQuerer Que dia Sereia vai subir no trio elétrico? <a href="https://t.co/PaYrIb3J4O">https://t.co/PaYrIb3J4O</a>	<a href="http://twitter.com/ShawwF/status/849075471685996546">http://twitter.com/ShawwF/status/849075471685996546</a>	April 03, 2017 at 10:45PM
@minhazamiga	#Pocahontas ? Imagina! A @gloriafperez é original #AForçaDoQuerer #isisvalverde <a href="https://t.co/NH6UqTk0IK">https://t.co/NH6UqTk0IK</a>	<a href="http://twitter.com/minhazamiga/status/849075500194693122">http://twitter.com/minhazamiga/status/849075500194693122</a>	April 03, 2017 at 10:45PM
@wyllyam_8	Cabô a novela da p*rra toda e começou essa bosta de bbb, por mim deixava passar um primeiro cap. especial de 1 hora #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/wyllyam_8/status/849075478816325632">http://twitter.com/wyllyam_8/status/849075478816325632</a>	April 03, 2017 at 10:45PM
@davibadkid	Em anos não tínhamos um primeiro capítulo tão completo como este no horário das 9! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/davibadkid/status/849075484398899205">http://twitter.com/davibadkid/status/849075484398899205</a>	April 03, 2017 at 10:45PM
@RobJunioor	@Teledramaturgia , ansioso pra ler sua 1ª resenha #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/RobJunioor/status/849076799149617152">http://twitter.com/RobJunioor/status/849076799149617152</a>	April 03, 2017 at 10:50PM
@geraldopost	#aForçaDoQuerer estreia com prévia de 36,6 pontos no Rio @gloriafperez	<a href="http://twitter.com/geraldopost/status/849076788789731328">http://twitter.com/geraldopost/status/849076788789731328</a>	April 03, 2017 at 10:50PM
@balieirooficial	Senti falta de um bordão #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/balieirooficial/status/849076789200728065">http://twitter.com/balieirooficial/status/849076789200728065</a>	April 03, 2017 at 10:50PM
@strawberry090k	#RAWaftermania #AForçaDoQuerer #LHHATL #NationalChampionship #jacobontour Mustafa Ali LUA BLANCO É ANITA Mahershala... <a href="https://t.co/GwpjPmN3ea">https://t.co/GwpjPmN3ea</a>	<a href="http://twitter.com/strawberry090k/status/849076809949999104">http://twitter.com/strawberry090k/status/849076809949999104</a>	April 03, 2017 at 10:51PM
@ALLYSUPORTE	qualquer papel combina com a isis valverde, maravilhosa demais #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/ALLYSUPORTE/status/849076804912644096">http://twitter.com/ALLYSUPORTE/status/849076804912644096</a>	April 03, 2017 at 10:51PM
@euwellsilva	A personagem Ivana promete muito em #AForçaDoQuerer, vou QUERER acompanhar o desenvolvimento desse tema hahahahaha	<a href="http://twitter.com/euwellsilva/status/849078002063429637">http://twitter.com/euwellsilva/status/849078002063429637</a>	April 03, 2017 at 10:55PM

@GimmeAna	Amei, espero não me decepcionar #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/GimmeAna/status/849077934115758080">http://twitter.com/GimmeAna/status/849077934115758080</a>	April 03, 2017 at 10:55PM
@OGuiPessoa	Marcos totalmente descontrolado. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/OGuiPessoa/status/849077939421552643">http://twitter.com/OGuiPessoa/status/849077939421552643</a>	April 03, 2017 at 10:55PM
@mcmxcii_1935	Pq tá tendo forró em uma novela paraense caralho? Não tem q ter forró tem que ter technobrega #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mcmxcii_1935/status/849078011064438785">http://twitter.com/mcmxcii_1935/status/849078011064438785</a>	April 03, 2017 at 10:55PM
@JheffSB	#AForçaDoQuerer já gostei	<a href="http://twitter.com/JheffSB/status/849079210215960577">http://twitter.com/JheffSB/status/849079210215960577</a>	April 03, 2017 at 11:00PM
@jorgefortunato	#AForçaDoQuerer nota 10	<a href="http://twitter.com/jorgefortunato/status/849079259046055936">http://twitter.com/jorgefortunato/status/849079259046055936</a>	April 03, 2017 at 11:00PM
@srjessie	Filipe tá maravilhoso scr 😊 @Fiuk #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/srjessie/status/849079280042725376">http://twitter.com/srjessie/status/849079280042725376</a>	April 03, 2017 at 11:00PM
@gotoselfies	RajGrey is backkk #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/JqdAfh8eoo">https://t.co/JqdAfh8eoo</a>	<a href="http://twitter.com/gotoselfies/status/849079222584913920">http://twitter.com/gotoselfies/status/849079222584913920</a>	April 03, 2017 at 11:00PM
@MariaClaraSpine	Retweeted PaollaOliveiraChile (@PaollaChile): .@paolla só na quinta! Jeiza 🍷👩🏻👩🏻👩🏻 #aforçadoquerer... <a href="https://t.co/QYOUETDevk">https://t.co/QYOUETDevk</a>	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/849079276351705092">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/849079276351705092</a>	April 03, 2017 at 11:00PM
@paulasandrelly	#AForçaDoQuerer A dona de tudo chegou da lizenza <a href="https://t.co/JGWCvYucgb">https://t.co/JGWCvYucgb</a>	<a href="http://twitter.com/paulasandrelly/status/849080560974798848">http://twitter.com/paulasandrelly/status/849080560974798848</a>	April 03, 2017 at 11:05PM
@TrendsManaus	#aforçadoquerer é tendência em #Manaus <a href="https://t.co/VX8ASEvegV">https://t.co/VX8ASEvegV</a> <a href="https://t.co/dTPaqLwll">https://t.co/dTPaqLwll</a>	<a href="http://twitter.com/TrendsManaus/status/849080554939142145">http://twitter.com/TrendsManaus/status/849080554939142145</a>	April 03, 2017 at 11:05PM
@mariliarafael3	abertura é ruim em cena não gosto disso. #Aforçadoquerer ☹️	<a href="http://twitter.com/mariliarafael3/status/849081797623283712">http://twitter.com/mariliarafael3/status/849081797623283712</a>	April 03, 2017 at 11:10PM
@elaine_states	Kong: Skull Island stream on HD here <a href="https://t.co/z1d2Xf3L5b">https://t.co/z1d2Xf3L5b</a> #SouthernCharm #AForçaDoQuerer #HipHopSquares #UnlikelyPasswordReminders	<a href="http://twitter.com/elaine_states/status/849081763137802247">http://twitter.com/elaine_states/status/849081763137802247</a>	April 03, 2017 at 11:10PM
@MariaClaraSpine	Retweeted #TodoCambio (@lucasramosp84): SP 22h37 Globo #AForçaDoQuerer 33.1 SBT #ProgramaDoRatinho 5.7 Recordtv #DancingBrasil 4.6	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/849081732183863301">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/849081732183863301</a>	April 03, 2017 at 11:10PM
@lorelaigilwore	agora eles vão pegar açaí do Pará #chateacre #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/lorelaigilwore/status/849083044078264321">http://twitter.com/lorelaigilwore/status/849083044078264321</a>	April 03, 2017 at 11:15PM
@MayaraSFloures	Trocar um homem desse por Fiuk só sendo doida #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/oeGdOH1o23">https://t.co/oeGdOH1o23</a>	<a href="http://twitter.com/MayaraSFlores/status/849083049119805440">http://twitter.com/MayaraSFlores/status/849083049119805440</a>	April 03, 2017 at 11:15PM
@fcowelovepaolla	👍👍👍👍👍👍 #VemJeiza #AForçadoQuerer #PaollaOliveira @Oliveiraspaola @gloriafperez @EricaPaesMMA... <a href="https://t.co/ISCyhNtkn9">https://t.co/ISCyhNtkn9</a>	<a href="http://twitter.com/fcowelovepaolla/status/849084258106953728">http://twitter.com/fcowelovepaolla/status/849084258106953728</a>	April 03, 2017 at 11:20PM
@TelemaniacosTV	22h37 #AForçaDoQuerer (estreia) 33.1 #ProgramaDoRatinho 5.7 #DancingBrasil (estreia) 4.6 #Polícia24h 1.4 #RodaViva 1.1 #SuperPop 0.9	<a href="http://twitter.com/TelemaniacosTV/status/849084251463192577">http://twitter.com/TelemaniacosTV/status/849084251463192577</a>	April 03, 2017 at 11:20PM

@agenciaunbox	A internet falando de #13ReasonsWhy e aqui no Brasil a gente só precisa de uma! Ela, Maria Fernanda Cândido que vc respeita! #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/agenciaunbox/status/849084297713766404">http://twitter.com/agenciaunbox/status/849084297713766404</a>	April 03, 2017 at 11:20PM
@1Francieli	Abertura péssima. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/1Francieli/status/849084275794345986">http://twitter.com/1Francieli/status/849084275794345986</a>	April 03, 2017 at 11:20PM
@lipesalmac	Tudo que mostram do Pará metem índio no meio né? Porra, mostra lá os malacos da TF, as gays do Jurunas, Leona Vingativa etc #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/lipesalmac/status/849084269255426049">http://twitter.com/lipesalmac/status/849084269255426049</a>	April 03, 2017 at 11:20PM
@portaloptv	#AForçadoQuerer agrada no capítulo de estreia <a href="https://t.co/PzNjfSaF5k">https://t.co/PzNjfSaF5k</a>	<a href="http://twitter.com/portaloptv/status/849086717621665792">http://twitter.com/portaloptv/status/849086717621665792</a>	April 03, 2017 at 11:30PM
@_lamSarah_	af não assistir ao começo da novela agora vendo a galera comentar começo a me sentir excluída #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/_lamSarah_/status/849086777973510144">http://twitter.com/_lamSarah_/status/849086777973510144</a>	April 03, 2017 at 11:30PM
@tassii Franca	Esperei a novela toda pra ver a Isis Valverde e a menina aparece por 30s no final da novela 😊 #aforçadoquerer #isisvalverde	<a href="http://twitter.com/tassii Franca/status/849091879698300930">http://twitter.com/tassii Franca/status/849091879698300930</a>	April 03, 2017 at 11:50PM
@lucasnobre	Parabéns @gloriafperez ! #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/lucasnobre/status/849091842935332869">http://twitter.com/lucasnobre/status/849091842935332869</a>	April 03, 2017 at 11:50PM
@superramon86	@RedeGlobo Ele vai ser o grande vilão da novela, escrevi o que tô dizendo 🙌 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/superramon86/status/849094300218642433">http://twitter.com/superramon86/status/849094300218642433</a>	April 04, 2017 at 12:00AM
@AssisClovis	#AForçadoQuerer Anseio q a super @gloriafperez tenha êxito em apresentar não um folhetim comercial, mas uma verdade... <a href="https://t.co/OwzByxj7M5">https://t.co/OwzByxj7M5</a>	<a href="http://twitter.com/AssisClovis/status/849094301581758464">http://twitter.com/AssisClovis/status/849094301581758464</a>	April 04, 2017 at 12:00AM
@inovelasi	E das águas do rio de Parazinho minha própria Ritinha nasceu! ♡ #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/mU8zMG4k8D">https://t.co/mU8zMG4k8D</a>	<a href="http://twitter.com/inovelasi/status/849094265632428034">http://twitter.com/inovelasi/status/849094265632428034</a>	April 04, 2017 at 12:00AM
@jordanlifelok	Marco Pigossi é o único motivo pro Brasil suportar #AForçadoQuerer por mais de 6 meses, confere?	<a href="http://twitter.com/jordanlifelok/status/849094267381436416">http://twitter.com/jordanlifelok/status/849094267381436416</a>	April 04, 2017 at 12:00AM

CAPITULO DE 8 DE ABRIL DE 2017			
@jovaneevida	#aforçadoquerer já pode começar!	<a href="http://twitter.com/jovaneevida/status/850861545726849028">http://twitter.com/jovaneevida/status/850861545726849028</a>	April 08, 2017 at 09:02PM
@maollabelieve	Já já vai ter Porrada! 🙌🙌🙌🙌 #TeamJeiza #aforçadoquerer @paolla <a href="https://t.co/sKfY2UQ5Zk">https://t.co/sKfY2UQ5Zk</a>	<a href="http://twitter.com/maollabelieve/status/850861453674467328">http://twitter.com/maollabelieve/status/850861453674467328</a>	April 08, 2017 at 09:02PM
@FiukAiPapai	Daqui a pouquinho tem Ruy! #AForçadoQuerer 🙌🙌 <a href="https://t.co/4MYaliuEnp">https://t.co/4MYaliuEnp</a>	<a href="http://twitter.com/FiukAiPapai/status/850861752367669249">http://twitter.com/FiukAiPapai/status/850861752367669249</a>	April 08, 2017 at 09:03PM
@SonsaAbrao	Quando eu tô em São Paulo e vou numa pastelaria e os japoneses ficam falando na língua deles. #AforçadoQuerer <a href="https://t.co/ASugx2Os1N">https://t.co/ASugx2Os1N</a>	<a href="http://twitter.com/SonsaAbrao/status/850861714602172416">http://twitter.com/SonsaAbrao/status/850861714602172416</a>	April 08, 2017 at 09:03PM
@AcessoPaolla	A chamada de #AForçadoQuerer com Jeizeca tá tão ♡♡	<a href="http://twitter.com/AcessoPaolla/status/850861845451874304">http://twitter.com/AcessoPaolla/status/850861845451874304</a>	April 08, 2017 at 09:04PM
@screamfernanda	Silvico, Jeizeca, Joênio e Cabibi "congelados" em #AforçadoQuerer: <a href="https://t.co/dkgBHCTEfo">https://t.co/dkgBHCTEfo</a>	<a href="http://twitter.com/screamfernanda/status/850862080194469888">http://twitter.com/screamfernanda/status/850862080194469888</a>	April 08, 2017 at 09:05PM
@RosanaMuiños	Tô assistindo Moana - o filme, mas já já vou parar pra ver #AforçadoQuerer . Haha #Vicio #Jeizeca	<a href="http://twitter.com/RosanaMuiños/status/850862454938750976">http://twitter.com/RosanaMuiños/status/850862454938750976</a>	April 08, 2017 at 09:06PM
@EuRonaldMello	Já pode começar. #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/inSXQ1gyob">https://t.co/inSXQ1gyob</a>	<a href="http://twitter.com/EuRonaldMello/status/850862654918930432">http://twitter.com/EuRonaldMello/status/850862654918930432</a>	April 08, 2017 at 09:07PM
@breaktudo	A Força do Querer: Confira o resumo da próxima semana de 10 a 15 de abril <a href="https://t.co/peIXGwvByvia">https://t.co/peIXGwvByvia</a> @tudoinformatio #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/breaktudo/status/850862884804538368">http://twitter.com/breaktudo/status/850862884804538368</a>	April 08, 2017 at 09:08PM

@ourpridenable	A sereia mais linda que você respeita! #AForçaDoQuerer https://t.co/sJrseKmP58	<a href="http://twitter.com/ourpridenable/status/850862883676327936">http://twitter.com/ourpridenable/status/850862883676327936</a>	April 08, 2017 at 09:08PM
@Is2Novela	Chegando pra comentar o novelão #AForçadoQuerer https://t.co/7moBHDdN2F	<a href="http://twitter.com/Is2Novela/status/850862917251719168">http://twitter.com/Is2Novela/status/850862917251719168</a>	April 08, 2017 at 09:08PM
@ThallysBAlm	"Pode ser que passe uma hora." E é o que vai acontecer #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThallysBAlm/status/850865501635039234">http://twitter.com/ThallysBAlm/status/850865501635039234</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@lifeforthureuk	@fiukstyles ah, obrigada... mas ele nao estava né? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lifeforthureuk/status/850865522937929728">http://twitter.com/lifeforthureuk/status/850865522937929728</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@turbilhaotv	#AForçaDoQuerer 1 semana: Gostosa, simpática de assistir, apesar do clichê, aquele Tati bi Tati	<a href="http://twitter.com/turbilhaotv/status/850865538477830144">http://twitter.com/turbilhaotv/status/850865538477830144</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@printeiatv	#AForçaDoQuerer https://t.co/bGkTx9PvY2	<a href="http://twitter.com/printeiatv/status/850865504084533248">http://twitter.com/printeiatv/status/850865504084533248</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@printeiatv	#AForçaDoQuerer https://t.co/FFyNDHDU4h	<a href="http://twitter.com/printeiatv/status/850865590298230784">http://twitter.com/printeiatv/status/850865590298230784</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@teteiaestela	#AForçaDoQuerer novela TOP.	<a href="http://twitter.com/teteiaestela/status/850865560489525248">http://twitter.com/teteiaestela/status/850865560489525248</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@patrickrocha23	Adorando #AForçadoQuerer, mas lembram da #AREgraDoJogo? A. M. A. V. A. 😊😂 https://t.co/MurgOUGKio	<a href="http://twitter.com/patrickrocha23/status/850865461822705664">http://twitter.com/patrickrocha23/status/850865461822705664</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@vlmnero	Amando a apresentação de personagem por personagem #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/vlmnero/status/850865581939187712">http://twitter.com/vlmnero/status/850865581939187712</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@itsdudahele n1	Bibi despejada alguém avisa que eu tenho um cantinho pra ela aqui em casa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/itsdudahelen1/status/850865539635392512">http://twitter.com/itsdudahelen1/status/850865539635392512</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@EuRonaldMello	ÉGUA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/EuRonaldMello/status/850865492155879424">http://twitter.com/EuRonaldMello/status/850865492155879424</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@Cris_BornToDie	Éguuuuaa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Cris_BornToDie/status/850865484325171200">http://twitter.com/Cris_BornToDie/status/850865484325171200</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@KrystianeSPM	Elisângela vc foi vista na Terra Prometida 😊 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/KrystianeSPM/status/850865486757842944">http://twitter.com/KrystianeSPM/status/850865486757842944</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@jenmlana	esse sotaque do zeca é demais pra mim #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/jenmlana/status/850865541170565120">http://twitter.com/jenmlana/status/850865541170565120</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@damiquei	Me julguem, mas tô achando um saco as cenas da Bibi. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/damiquei/status/850865588373159937">http://twitter.com/damiquei/status/850865588373159937</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@Edlaaainy	Mesmo que o Caio fosse POBRE, ainda assim SHIPPARIA a Bibi com ele. Rubinho, é vagabundo, desculpa. 🙄 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Edlaaainy/status/850865468051161088">http://twitter.com/Edlaaainy/status/850865468051161088</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@marcinhamP_	Que mulherzinha chata a mãe da Bibi,ela humilha demais o coitado do Rubinho #aforcadoquerer @julianapaes @emiliodantas	<a href="http://twitter.com/marcinhamp_/status/850865481196208128">http://twitter.com/marcinhamp_/status/850865481196208128</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@Intergalatico	SÓ BESTA NÃO. E vcs? #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/Intergalatico/status/850865498418024451">http://twitter.com/Intergalatico/status/850865498418024451</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@jair_vargas7	Uma mistura de sotaque q da um nó #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/jair_vargas7/status/850865560237862913">http://twitter.com/jair_vargas7/status/850865560237862913</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@AcessoPaolla	Vamos ver a Jeiza lutar hoje #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/AcessoPaolla/status/850865556978847746">http://twitter.com/AcessoPaolla/status/850865556978847746</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@boydrigueue	Zeca bem chato, mas o Marco tá ótimo como de costume 🙄 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/boydrigueue/status/850865515228778496">http://twitter.com/boydrigueue/status/850865515228778496</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@rizecafc	Zeca é tão cabeça dura, arri égua! RecomeçoCabibi #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rizecafc/status/850865473029799940">http://twitter.com/rizecafc/status/850865473029799940</a>	April 08, 2017 at 09:18PM
@jovaneevida	Zeca ta com sintomas de paixão #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/jovaneevida/status/850865536489705476">http://twitter.com/jovaneevida/status/850865536489705476</a>	April 08, 2017 at 09:18PM

@PlenaeAbsoluta	Elizângela sendo Plena e Absoluta desde outra encarnação... ♡♡♡ #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/PlenaeAbsoluta/status/850865600243142657">http://twitter.com/PlenaeAbsoluta/status/850865600243142657</a>	April 08, 2017 at 09:19PM
@vicianaticoTV	"Cheia de bate né" "Bato forte" puta que pariu #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/vicianaticoTV/status/850868085666045953">http://twitter.com/vicianaticoTV/status/850868085666045953</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@brunomoraess	"Tu bates né?" "É forte!" Mó papo de grindr né? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/brunomoraess/status/850868096818708481">http://twitter.com/brunomoraess/status/850868096818708481</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@ofelipessilva	"Tu bates né?" "E forte." JEIZA 10000 X 0 Zeca #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ofelipessilva/status/850868096416067584">http://twitter.com/ofelipessilva/status/850868096416067584</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@KrystianeSPM	@WesleySafadao na trilha . Amei #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/KrystianeSPM/status/850868086098079744">http://twitter.com/KrystianeSPM/status/850868086098079744</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@PaollaChile	#AForçaDoQuerer Alejandro Claveoux 😊	<a href="http://twitter.com/PaollaChile/status/850868059371966464">http://twitter.com/PaollaChile/status/850868059371966464</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@Pribrunelle	#AForçaDoQuerer morta que a música do Zeca é a Wesley safadão	<a href="http://twitter.com/Pribrunelle/status/850868074148483073">http://twitter.com/Pribrunelle/status/850868074148483073</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@thayra_cristina	#AForçaDoQuerer Zeca ta doidinho na Jeiza. Pena q e fraco hein	<a href="http://twitter.com/thayra_cristina/status/850868073515143170">http://twitter.com/thayra_cristina/status/850868073515143170</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@milliebbrown	A música do Wesley Safadão na novela? Não vou mentir, adoro #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/milliebbrown/status/850868058570850304">http://twitter.com/milliebbrown/status/850868058570850304</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@SafacatDoFiuk	Aaa safadão #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/SafacatDoFiuk/status/850868085464674304">http://twitter.com/SafacatDoFiuk/status/850868085464674304</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@MyPride_CL	Adoro a personagem da Paolla q representa o empoderamento feminino é policial é lutadora de MMA sem deixar de ser feminina #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/MyPride_CL/status/850868084810412032">http://twitter.com/MyPride_CL/status/850868084810412032</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@cafofo_teamdc	Amando Jeiza e Zeca @gloriafperez já pode investir no casal #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/cafofo_teamdc/status/850868075889119233">http://twitter.com/cafofo_teamdc/status/850868075889119233</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@onceuponacs	ELE TÁ ESCUTANDO A TRILHA DE JEIZECA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/onceuponacs/status/850868083128512512">http://twitter.com/onceuponacs/status/850868083128512512</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@loveforhamu	EU TO SHIPPANDO TANTO JEIZECA MEU DEUS #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/loveforhamu/status/850868076518232065">http://twitter.com/loveforhamu/status/850868076518232065</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@Raironn	Já tô shippando Jeiza e Zeca #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Raironn/status/850868060336664577">http://twitter.com/Raironn/status/850868060336664577</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@biancagodoy	Jeiza e Zeca me segura que eu tô shippando 🙌🙌 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/biancagodoy/status/850868055945228289">http://twitter.com/biancagodoy/status/850868055945228289</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@ErikaMSouza	Meu Deeeeeeeus, ja sippava Jeiza e Zeca, e agora com trilha sonora do Safadão, é que shippo mesmo. Melhor casal eveeeer. ♡♡♡ #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ErikaMSouza/status/850868099012231169">http://twitter.com/ErikaMSouza/status/850868099012231169</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@mat_girl	O gostando da novela, #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/mat_girl/status/850868087821873153">http://twitter.com/mat_girl/status/850868087821873153</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@verodrigues	quem eh esse who ai que ta fazendo o namorado da paolla????? CONTRATA EU PRA ESSE PAPEL, REDE GLOBO #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/verodrigues/status/850868091206733824">http://twitter.com/verodrigues/status/850868091206733824</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@CabeyoSensivel	Safadão arrasando na trilha #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/CabeyoSensivel/status/850868067005550593">http://twitter.com/CabeyoSensivel/status/850868067005550593</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@vs_priscila	Safadão em #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/vs_priscila/status/850868057006362625">http://twitter.com/vs_priscila/status/850868057006362625</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@PutzAne	Safadão na novela como tema do casal q n shippo, triste #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/PutzAne/status/850868080527933440">http://twitter.com/PutzAne/status/850868080527933440</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@CrlhCaroll	Safadão na trilha sonora de #AForçaDoQuerer AMOOOOO	<a href="http://twitter.com/CrlhCaroll/status/850868093320613888">http://twitter.com/CrlhCaroll/status/850868093320613888</a>	April 08, 2017 at 09:28PM
@maari_tavaress	VAI SAFADÃO #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/maari_tavaress/status/850868099373043713">http://twitter.com/maari_tavaress/status/850868099373043713</a>	April 08, 2017 at 09:28PM

@kleyvsonmiranda	@Teledramaturgia @mauriciostycer quanto o proprietário do instagram pagou para subornou quem fez essa abertura do #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/kleyvsonmiranda/status/850870702588690437">http://twitter.com/kleyvsonmiranda/status/850870702588690437</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@lalamayga	#AForçaDoQuerer é, realmente tem uns nomes na abertura que não dá pra ler. Muita luz em cima.	<a href="http://twitter.com/lalamayga/status/850870712625762304">http://twitter.com/lalamayga/status/850870712625762304</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@re_vasc	#AForçaDoQuerer ilustrando que quem não dá assistência perde a preferência.	<a href="http://twitter.com/re_vasc/status/850870684200914945">http://twitter.com/re_vasc/status/850870684200914945</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@olarjessica	AO VIVO BICHO "@alissonvalerio: "Onde você estava?" "Conversando com quem me entende" Socorro #AForçaDoQuerer"	<a href="http://twitter.com/olarjessica/status/850870650638086144">http://twitter.com/olarjessica/status/850870650638086144</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@veverio	Dantas, mais eficiente que as futriqueiras da quatro de dezembro. (uma rua de fofoqueiras no RJ) #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/veverio/status/850870699925352448">http://twitter.com/veverio/status/850870699925352448</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@jujubsdapaiva	essa música da abertura tem tudo a ver com o título, meu ver... #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/jujubsdapaiva/status/850870674491142144">http://twitter.com/jujubsdapaiva/status/850870674491142144</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@desubitoacolera	franguinha a abertura da novela, sdds abertura de Fina Estampa #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/desubitoacolera/status/850870651741229056">http://twitter.com/desubitoacolera/status/850870651741229056</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@thiago_p	Isis, Paolla, Ju Paes, Débora, Maria Fernanda Candido, Linzmeyer, Ju Paiva, Lucy Ramos... só mulher maravilhosa nessa novela #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/thiago_p/status/850870686142877697">http://twitter.com/thiago_p/status/850870686142877697</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@LinnPrepon	Pela beleza infinita da Maria Fernanda Cândido #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/GJhn1UQLiz">https://t.co/GJhn1UQLiz</a>	<a href="http://twitter.com/LinnPrepon/status/850870706061619200">http://twitter.com/LinnPrepon/status/850870706061619200</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@LaizaGalvao	Toda novela dá globo tem homens sórdidos e infelizes no casamento buscando refúgio nos braços de uma outra mulher. Nojo! #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/LaizaGalvao/status/850870652731109376">http://twitter.com/LaizaGalvao/status/850870652731109376</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@miopetuiteiro	Uma novela tão boa com essa abertura horrível, é como dizem "nunca julgue um livro pela capa" #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/miopetuiteiro/status/850870642744455168">http://twitter.com/miopetuiteiro/status/850870642744455168</a>	April 08, 2017 at 09:39PM
@olarjessica	Celulari parece essas comadres fofoqueiras do meu bairro #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/olarjessica/status/850871631283146753">http://twitter.com/olarjessica/status/850871631283146753</a>	April 08, 2017 at 09:42PM
@ElisandraRibe16	Bibi e Caio já se encontrou? Ou não ainda #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ElisandraRibe16/status/850871774086606851">http://twitter.com/ElisandraRibe16/status/850871774086606851</a>	April 08, 2017 at 09:43PM
@ComentaaTV	Estão gostando de #AForçaDoQuerer? Estou achando a novela bem leve e gostosa de acompanhar.	<a href="http://twitter.com/ComentaaTV/status/850871665554845697">http://twitter.com/ComentaaTV/status/850871665554845697</a>	April 08, 2017 at 09:43PM
@danielvalentim1	fala mal da novela mas toda semana diz que vai embora de Belém, owwww bixa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/danielvalentim1/status/850871729656401920">http://twitter.com/danielvalentim1/status/850871729656401920</a>	April 08, 2017 at 09:43PM
@naja_1993	Isis de Oliveira mesmo sendo a mocinha da mesma novela que Paolla Oliveira não vai passar de figurante #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/naja_1993/status/850871835952631808">http://twitter.com/naja_1993/status/850871835952631808</a>	April 08, 2017 at 09:43PM
@bravcla	Paola Oliveira passou de uma atriz bobinha e bonita pra esse vulcão de beleza de atuação. Parabéns, sua linda! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/bravcla/status/850871718403035137">http://twitter.com/bravcla/status/850871718403035137</a>	April 08, 2017 at 09:43PM
@LeandroMartyns1	Simone, Anita e Helena bem avulsos nessa primeira semana, espero que o talento de Ju, Totia e Lua salve as personagens #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/LeandroMartyns1/status/850871700866519040">http://twitter.com/LeandroMartyns1/status/850871700866519040</a>	April 08, 2017 at 09:43PM
@_cristianov	#AForçadoQuerer <a href="https://t.co/54MFt0uT2">https://t.co/54MFt0uT2</a>	<a href="http://twitter.com/_cristianov/status/850873116402339841">http://twitter.com/_cristianov/status/850873116402339841</a>	April 08, 2017 at 09:48PM
@ninefromars	AI JOYCE BOTA A MÃO NA CONSCIÊNCIA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ninefromars/status/850873139571589120">http://twitter.com/ninefromars/status/850873139571589120</a>	April 08, 2017 at 09:48PM
@DecodeRobsten	Aleluia Ruy apareceu #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/DecodeRobsten/status/850873122656006149">http://twitter.com/DecodeRobsten/status/850873122656006149</a>	April 08, 2017 at 09:48PM

@mhlmoon	Impossível cartão de visita melhor que a Maria Fernanda Cândido #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mhlmoon/status/850873115823525889">http://twitter.com/mhlmoon/status/850873115823525889</a>	April 08, 2017 at 09:48PM
@jair_vargas7	Joyce tão fútil #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/jair_vargas7/status/850873137264812032">http://twitter.com/jair_vargas7/status/850873137264812032</a>	April 08, 2017 at 09:48PM
@ThallysBAlm	Só o instrumental de True Colors já emociona, imagina quando começar a tocar a verdadeira? #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThallysBAlm/status/850873106587688960">http://twitter.com/ThallysBAlm/status/850873106587688960</a>	April 08, 2017 at 09:48PM
@Heenrique_peedr	Um fracasso #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Heenrique_peedr/status/850873126393139200">http://twitter.com/Heenrique_peedr/status/850873126393139200</a>	April 08, 2017 at 09:48PM
@sarawmirez	"sabe como eu me sinto quando olho pra ela? um fracasso." CLARAMENTE MINHA MÃE FALANDO DE MIM RecomeçoCabibi #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/sarawmirez/status/850873153912000512">http://twitter.com/sarawmirez/status/850873153912000512</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@ZAMENZA	"Sabe como eu me sinto quando olho pra Ivana? Um fracasso." (Joyce) Melhor trama da novela. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ZAMENZA/status/850873162174791682">http://twitter.com/ZAMENZA/status/850873162174791682</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@joyce_nantes	@juulianapaiva Não muda nada em senas 😊 Amos de mas 😊😊 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/joyce_nantes/status/850873155094810624">http://twitter.com/joyce_nantes/status/850873155094810624</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@cafofo_teamdc	AAAH BRUTA FLOR DO QUERER. AAAAH BRUTA FLOR, BRUTA FLOR cc @gloriafperez #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/7djM1R1W6S">https://t.co/7djM1R1W6S</a>	<a href="http://twitter.com/cafofo_teamdc/status/850873163567255553">http://twitter.com/cafofo_teamdc/status/850873163567255553</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@TheNandyDiaries	Coitada da Ivana mano =( &lt;/3 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/TheNandyDiaries/status/850873166524276736">http://twitter.com/TheNandyDiaries/status/850873166524276736</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@GiAntonelliAmor	Como Joyce é fútil #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/GiAntonelliAmor/status/850873144348901378">http://twitter.com/GiAntonelliAmor/status/850873144348901378</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@DebFalabellaFan	Joyce tá sendo egoísta pensando só na frustração dela e esquecendo dos sentimentos da filha =/ #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/DebFalabellaFan/status/850873165249224705">http://twitter.com/DebFalabellaFan/status/850873165249224705</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@PerfeitaGio	maria fernanda candido eu te venero #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/PerfeitaGio/status/850873157414248449">http://twitter.com/PerfeitaGio/status/850873157414248449</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@juninhofine	Maria Fernanda Cândido sabe ser linda né ? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/juninhofine/status/850873169653239808">http://twitter.com/juninhofine/status/850873169653239808</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@fabyfreire20	oq será que essa Ivana tem?! #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/fabyfreire20/status/850873168428445696">http://twitter.com/fabyfreire20/status/850873168428445696</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@lexieslup	Pensar que existe várias Joyces mundo a fora #Aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/lexieslup/status/850873167514095620">http://twitter.com/lexieslup/status/850873167514095620</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@mauiwrites	puta que pariu que mãe lixo #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mauiwrites/status/850873165991596032">http://twitter.com/mauiwrites/status/850873165991596032</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@GuiSouzz4	só tenho elogios pra essa novela pra esse elenco pra trama Glória Perez realmente veio pra ressuscitar o horário nobre #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/GuiSouzz4/status/850873158513119233">http://twitter.com/GuiSouzz4/status/850873158513119233</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@ComentaaTV	Vocês têm dúvida que a melhor trama de #AForçaDoQuerer é essa sobre os transgêneros? Ivana melhor personagem!	<a href="http://twitter.com/ComentaaTV/status/850873159842705408">http://twitter.com/ComentaaTV/status/850873159842705408</a>	April 08, 2017 at 09:49PM
@AlieCorpete	"Yuri? Meu nome é Goku" 😊😊😊😊 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/AlieCorpete/status/850874391990870018">http://twitter.com/AlieCorpete/status/850874391990870018</a>	April 08, 2017 at 09:53PM
@rizecafc	"Bunita" conheço esse bordão de algum lugar. RecomeçoCaibi #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rizecafc/status/850874394389958656">http://twitter.com/rizecafc/status/850874394389958656</a>	April 08, 2017 at 09:53PM
@DaniloSEE MEHP	@lewownardo olhando o Twitter. #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/xy21jWSdtJ">https://t.co/xy21jWSdtJ</a>	<a href="http://twitter.com/DaniloSEEMEHP/status/850874395304308736">http://twitter.com/DaniloSEEMEHP/status/850874395304308736</a>	April 08, 2017 at 09:53PM
@FanOfPop Music	Caio é libriano??? Ooooi? @redeglobo @aliciakeys @AKeysBrasil #MoreThanWeKnow #AliciaKeysEmAForçaDoQuerer #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/FanOfPopMusic/status/850874397036556288">http://twitter.com/FanOfPopMusic/status/850874397036556288</a>	April 08, 2017 at 09:53PM

@ajescas	QUEM É ESSE PINGENTE DO DRAGON BALL ??? #AForçadoQuerer eu tô no SHAAAAAAWN	<a href="http://twitter.com/ajescas/status/850874390900330496">http://twitter.com/ajescas/status/850874390900330496</a>	April 08, 2017 at 09:53PM
@ThallysBAlm	Totia Meirelles é da panelinha da Glória Perez. Seu melhor papel com ela, ironicamente, foi a vilã Wanda de #SalveJorge. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThallysBAlm/status/850874396260671488">http://twitter.com/ThallysBAlm/status/850874396260671488</a>	April 08, 2017 at 09:53PM
@luastewart_	amei o apê do Caio. kero. tenho interesse. #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/luastewart_/status/850874410722619392">http://twitter.com/luastewart_/status/850874410722619392</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@topdasnovelas	Cosplay hahahah #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/topdasnovelas/status/850874406423465984">http://twitter.com/topdasnovelas/status/850874406423465984</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@FevCamila	Eu amo esse menino que faz o Goku #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/Lf0o0qVc09">https://t.co/Lf0o0qVc09</a>	<a href="http://twitter.com/FevCamila/status/850874411137814530">http://twitter.com/FevCamila/status/850874411137814530</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@mauiwrites	gente esse menino vestido de goku tô gritando #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mauiwrites/status/850874408927461378">http://twitter.com/mauiwrites/status/850874408927461378</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@tuittaina	grito kkkkkkkkk #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/tuittaina/status/850874411422973952">http://twitter.com/tuittaina/status/850874411422973952</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@dudaluz3	KKKKKKKKK GOKUUU #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/dudaluz3/status/850874401398681600">http://twitter.com/dudaluz3/status/850874401398681600</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@tonabbad	Morta q o Caio é libriano, tadinho #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/tonabbad/status/850874405752369152">http://twitter.com/tonabbad/status/850874405752369152</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@NandaLima3	MORTA QUE O CAIO É LIBRIANO. Deve ser por isso que amei de cara. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/NandaLima3/status/850874408818409472">http://twitter.com/NandaLima3/status/850874408818409472</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@_cristianov	Não sabe quem é Goku. Em que mundo você vive Wanda? #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/_cristianov/status/850874414166134784">http://twitter.com/_cristianov/status/850874414166134784</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@carlospatrick_m	Otaku em #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/uumSN0VXi7">https://t.co/uumSN0VXi7</a>	<a href="http://twitter.com/carlospatrick_m/status/850874410554859520">http://twitter.com/carlospatrick_m/status/850874410554859520</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@Alvs_Tony	Putá otako chato do caralho esse Yuri, em?! Mas também com uma mãe que crê em astrologia... #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Alvs_Tony/status/850874405282611202">http://twitter.com/Alvs_Tony/status/850874405282611202</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@Pedrox	Sinto falta do Eri Johnson interpretando um típico barraqueiro do Ver-o-peso nesta novela da Glória Perez. #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Pedrox/status/850874421451653120">http://twitter.com/Pedrox/status/850874421451653120</a>	April 08, 2017 at 09:54PM
@carlosed_18	PQP... Restaurante lindo eh esse @RedeGlobo ??? #AForçaDoQuerer #QueVista 🍷🍷🍷	<a href="http://twitter.com/carlosed_18/status/850875639938863105">http://twitter.com/carlosed_18/status/850875639938863105</a>	April 08, 2017 at 09:58PM
@kntswan	Silvana de boba não tem nada, mores. Que orgulho dessa mulher. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/kntswan/status/850875642916818948">http://twitter.com/kntswan/status/850875642916818948</a>	April 08, 2017 at 09:58PM
@jenmlana	silvana em: garota bate na tua cara antes q eu bata #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/jenmlana/status/850875635769724930">http://twitter.com/jenmlana/status/850875635769724930</a>	April 08, 2017 at 09:58PM
@literarionerd	Vai num restaurante chique pra comer morangos. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/literarionerd/status/850875640610000897">http://twitter.com/literarionerd/status/850875640610000897</a>	April 08, 2017 at 09:58PM
@allanmilhomem	A Nina tá muita fofa nessa #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/allanmilhomem/status/850875661644443648">http://twitter.com/allanmilhomem/status/850875661644443648</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@jair_vargas7	A outra já conhece o veneno da cobra 🐍 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/jair_vargas7/status/850875677503090688">http://twitter.com/jair_vargas7/status/850875677503090688</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@ComentaaTV	Achei que nunca fosse assistir uma trama de Glória Perez que ã falasse de uma cultura estrangeira. Parece q o jogo virou. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ComentaaTV/status/850875698671648768">http://twitter.com/ComentaaTV/status/850875698671648768</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@enilaanitsirc	celular de novela é tudo com defeito, neh... nego atende e o display continua aceso #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/enilaanitsirc/status/850875680485199872">http://twitter.com/enilaanitsirc/status/850875680485199872</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@dricaleal_	Gente. Maria Fernanda Cândido foi inventada, né? É uma beleza absurda! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/dricaleal_/status/850875690941591552">http://twitter.com/dricaleal_/status/850875690941591552</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@TelaSeduzente	Irene é pegadora? ADOREI! #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/TelaSeduzente/status/850875672943898625">http://twitter.com/TelaSeduzente/status/850875672943898625</a>	April 08, 2017 at 09:59PM

@ThalysBAlm	Não falei? Safadão é tema do Zeca, não do casal #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThalysBAlm/status/850875697694478337">http://twitter.com/ThalysBAlm/status/850875697694478337</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@silvestre_ligia	Quando falamos ao celular o celular se apaga, não foi o caso em #AForçadoQuerer, mas é só um detalhe.	<a href="http://twitter.com/silvestre_ligia/status/850875666077814785">http://twitter.com/silvestre_ligia/status/850875666077814785</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@BarbosaJuliaa	Rita direto do lixão ataca novamente #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/BarbosaJuliaa/status/850875686655078400">http://twitter.com/BarbosaJuliaa/status/850875686655078400</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@LeandroMartyns1	Silvana enquadrando a Irene, rainha #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/LeandroMartyns1/status/850875664811134976">http://twitter.com/LeandroMartyns1/status/850875664811134976</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@mariaemma16	Silvana tirando satisfação com a versão má da Nina. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/mariaemma16/status/850875675913355265">http://twitter.com/mariaemma16/status/850875675913355265</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@monsieurduprat	tô amando esse tom da personagem na Débora Falabella ela já entrou completamente no clima. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/monsieurduprat/status/850875673048739844">http://twitter.com/monsieurduprat/status/850875673048739844</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@Heenrique_peedr	VAAAAI SAFADÃO #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Heenrique_peedr/status/850875676295036928">http://twitter.com/Heenrique_peedr/status/850875676295036928</a>	April 08, 2017 at 09:59PM
@AllexPaulo	A sereiaaaaaaaa #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/AllexPaulo/status/850876875530412033">http://twitter.com/AllexPaulo/status/850876875530412033</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@eikeabsurdo	Fiquei com falta de ar assistindo essa cena #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/eikeabsurdo/status/850876878877589504">http://twitter.com/eikeabsurdo/status/850876878877589504</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@aurimaria_a	Fudeu Ritinha #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/aurimaria_a/status/850876881666813952">http://twitter.com/aurimaria_a/status/850876881666813952</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@Is2Novela	Gancho otimo, primeira semana maravilhosa #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Is2Novela/status/850876878252584960">http://twitter.com/Is2Novela/status/850876878252584960</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@llelena	Ih que lascou pra sereia.. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/llelena/status/850876875496992768">http://twitter.com/llelena/status/850876875496992768</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@vicastaglioni	Isis de sereia uau #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/vicastaglioni/status/850876874456797184">http://twitter.com/vicastaglioni/status/850876874456797184</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@geraldopost	Isis grande atriz ate de baixo água #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/geraldopost/status/850876890571255809">http://twitter.com/geraldopost/status/850876890571255809</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@nerologia	já acabou? #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/nerologia/status/850876875396272128">http://twitter.com/nerologia/status/850876875396272128</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@mdsmader	JÁ ACABOU??????? #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/mdsmader/status/850876887505272832">http://twitter.com/mdsmader/status/850876887505272832</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@lipesalmac	Mana com uma visão dessas eu eu me afogava ali mesmo, tedoidé 😊 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/lipesalmac/status/850876888990011392">http://twitter.com/lipesalmac/status/850876888990011392</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@YasmillePontes	Marco Pigossi 😊 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/YasmillePontes/status/850876885760450560">http://twitter.com/YasmillePontes/status/850876885760450560</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@turbilhaotv	Mas Zeca é tão chucro assim #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/turbilhaotv/status/850876880559517696">http://twitter.com/turbilhaotv/status/850876880559517696</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@diogo_cc	O Pigossi vendo a sereia hahahaha #aforçadoquerer <a href="https://t.co/JbH30OU7W9">https://t.co/JbH30OU7W9</a>	<a href="http://twitter.com/diogo_cc/status/850876891510820865">http://twitter.com/diogo_cc/status/850876891510820865</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@glowleandra	QUE SEREIA LINDA 😊 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/glowleandra/status/850876892215480320">http://twitter.com/glowleandra/status/850876892215480320</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@_Thalyta_Santos	Ritinha maravilhosa 😊 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/_Thalyta_Santos/status/850876895088570368">http://twitter.com/_Thalyta_Santos/status/850876895088570368</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@espetaculared	Socorro essa cena ficou ótima, mas ganchos sempre péssimos né #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/espetaculared/status/85087688986665988">http://twitter.com/espetaculared/status/85087688986665988</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@uipati	Vish, o bicho vai pegar segunda feira. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/uipati/status/850876891225522176">http://twitter.com/uipati/status/850876891225522176</a>	April 08, 2017 at 10:03PM
@miopetuiteiro	#AForçadoQuerer coitada da Bibi , já está com a vida amargurada e ainda vai entrar na faculdade pra lascar tudo	<a href="http://twitter.com/miopetuiteiro/status/850878116620894212">http://twitter.com/miopetuiteiro/status/850878116620894212</a>	April 08, 2017 at 10:08PM
@mispereira1	A Isis Valverde vestida de sereia e a 8ª maravilha do mundo #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/mispereira1/status/850878120710242304">http://twitter.com/mispereira1/status/850878120710242304</a>	April 08, 2017 at 10:08PM

@lcbanna	Eu já estava acostumada todo capítulo ter beijinho de Silvana e Eurico - Silvico Por favor, continua Gloria Perez.... <a href="https://t.co/7xuDovyFo">https://t.co/7xuDovyFo</a>	<a href="http://twitter.com/lcbanna/status/850878171394301952">http://twitter.com/lcbanna/status/850878171394301952</a>	April 08, 2017 at 10:08PM
@BlogdoJoo2	Isis nasceu mesmo pra ser sereia #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/nHnWMIOWmA">https://t.co/nHnWMIOWmA</a>	<a href="http://twitter.com/BlogdoJoo2/status/850878156265463808">http://twitter.com/BlogdoJoo2/status/850878156265463808</a>	April 08, 2017 at 10:08PM
@ZAMENZA	Lindo esse ensaio da Juliana Paes para O Globo. #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/yvwxhcVQHV">https://t.co/yvwxhcVQHV</a>	<a href="http://twitter.com/ZAMENZA/status/850878169930485760">http://twitter.com/ZAMENZA/status/850878169930485760</a>	April 08, 2017 at 10:08PM
@MariaClaraSpine	Retweeted Sérgio Santos (@ZAMENZA): "Eu não vou mais. Diz que tô passando mal." EU NA VIDA. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850878116780285952">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850878116780285952</a>	April 08, 2017 at 10:08PM
@PedroHCo	Product placement maravilhoso de #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/PedroHCouto/status/850878192650997760">http://twitter.com/PedroHCouto/status/850878192650997760</a>	April 08, 2017 at 10:09PM
@diogoarnaldo	@gloriafperez Oi Eu sou o #Goku . Aumenta a cena desse mito. Já amo #AForçadoquerer	<a href="http://twitter.com/diogoarnaldo/status/850879379420971009">http://twitter.com/diogoarnaldo/status/850879379420971009</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@RennCranston	Essa cena final(Isis valverde como sereia ) de #AForçaDoQuerer foi linda demais.	<a href="http://twitter.com/RennCranston/status/850879245660422144">http://twitter.com/RennCranston/status/850879245660422144</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@miopetuiteiro	Essa foto como tela de bloqueio já imaginaram ? #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/uSyhu7nIJS">https://t.co/uSyhu7nIJS</a>	<a href="http://twitter.com/miopetuiteiro/status/850879287293095936">http://twitter.com/miopetuiteiro/status/850879287293095936</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@RennCranston	Isis valverde é linda demais #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/RennCranston/status/850879342028754946">http://twitter.com/RennCranston/status/850879342028754946</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@luuiss	PU(PIII)TA MERDA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/luuiss/status/850879328430764032">http://twitter.com/luuiss/status/850879328430764032</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@MariaClaraSpine	Retweeted Dayse Anne (@Dayse_anne_): Finalmente uma boa novela. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850879238886608900">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850879238886608900</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@MariaClaraSpine	Retweeted Railson Hallas (@railsonhallas): Ótima primeira semana! Dá-lhe, @gloriafperez #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850879364979974145">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850879364979974145</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@MariaClaraSpine	Retweeted Ricardo Leitão (@augustrik): Não acredito que perdi o Goku sendo citado em uma novela da globo. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850879280959692801">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/850879280959692801</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@cj_cabo	Será que seria possível um triângulo amoroso entre Ivana, Simone e Claudio, ou estou viajando legal? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/cj_cabo/status/850879336345473024">http://twitter.com/cj_cabo/status/850879336345473024</a>	April 08, 2017 at 10:13PM
@DebFalabellaFan	.@gloriafperez Olha a cara da Irene preparando o bote para o Eugênio. Já começou sondando o casamento... <a href="https://t.co/DUFp2BTzUD">https://t.co/DUFp2BTzUD</a>	<a href="http://twitter.com/DebFalabellaFan/status/850883866806112257">http://twitter.com/DebFalabellaFan/status/850883866806112257</a>	April 08, 2017 at 10:31PM
@Danne_s	@gloriafperez sobre o Yuri sendo cosplayer, vai ter um desenvolvimento legal de não envergonhar o mundo cosplay? 😊 #aForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Danne_s/status/850884095714394112">http://twitter.com/Danne_s/status/850884095714394112</a>	April 08, 2017 at 10:32PM
@lays_soares	Que imagem é essa ? Isis de sereia. Perfeição #AForçaDoQuerer #Ritinha #Isis	<a href="http://twitter.com/lays_soares/status/850884320504025090">http://twitter.com/lays_soares/status/850884320504025090</a>	April 08, 2017 at 10:33PM
@ao_redor	#aforçadoquerer por mais bobo q seja, adoro casal q começa se odiando e se negando pra depois se gostar - vai Zeiza e Zeca!!	<a href="http://twitter.com/ao_redor/status/850885284044709888">http://twitter.com/ao_redor/status/850885284044709888</a>	April 08, 2017 at 10:37PM
@Danne_s	Ritinha de sereia que cena maravilhosa e termina na melhor parte, que maldade @gloriafperez 😊 #aForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Danne_s/status/850885393352458241">http://twitter.com/Danne_s/status/850885393352458241</a>	April 08, 2017 at 10:37PM
@oporreta	Gente. Maria Fernanda Cândido foi inventada, né? É uma beleza absurda! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/oporreta/status/850886715648692225">http://twitter.com/oporreta/status/850886715648692225</a>	April 08, 2017 at 10:42PM
@jeizeca	otp #aforçadoquerer #jeizeca <a href="https://t.co/t05gVRqJM3">https://t.co/t05gVRqJM3</a>	<a href="http://twitter.com/jeizeca/status/850889414213545985">http://twitter.com/jeizeca/status/850889414213545985</a>	April 08, 2017 at 10:53PM



@NaneBlonde	Perdi por causa da Pós #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/NaneBlonde/status/850903911041032192">http://twitter.com/NaneBlonde/status/850903911041032192</a>	April 08, 2017 at 11:51PM
@tamyponi	Shippo e Shippo forte #aforçadoquerer <a href="https://t.co/z7cRIK2v">https://t.co/z7cRIK2v</a>	<a href="http://twitter.com/tamyponi/status/850904262582390785">http://twitter.com/tamyponi/status/850904262582390785</a>	April 08, 2017 at 11:52PM
@NaneBlonde	Tô assim 🤔 com os dois #JeizaZeca #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/NaneBlonde/status/850904529759596545">http://twitter.com/NaneBlonde/status/850904529759596545</a>	April 08, 2017 at 11:53PM
@mariliarafael3	não gosto esse simplesmente lutador da Jeiza. Ritinha é rainha uma sereia 🧜 #Aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/mariliarafael3/status/850905141721137152">http://twitter.com/mariliarafael3/status/850905141721137152</a>	April 08, 2017 at 11:56PM
@mariliarafael3	Ritinha e Zeca vai shippar né 🤔 festa do casamento dançando #Aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/mariliarafael3/status/850906037804822528">http://twitter.com/mariliarafael3/status/850906037804822528</a>	April 08, 2017 at 11:59PM

**ANEXO B - TWEETS COLETADOS EM 16 E 20 DE OUTUBRO DE 2017 COM A  
#AFORÇADOQUERER**

CAPITULO DE 16 DE OUTUBRO DE 2017			
@JuniiorDiniz	@gloriafperez Já esperando #AForcadoQuerer. Só acho ruim #horariodeverão aqui no Nordeste. Vou assistir Depois de... <a href="https://t.co/2DMI256Lq8">https://t.co/2DMI256Lq8</a>	<a href="http://twitter.com/JuniiorDiniz/status/920062038583468032">http://twitter.com/JuniiorDiniz/status/920062038583468032</a>	October 16, 2017 at 09:00PM
@ihhshippei	PRA SEMPRE MARRENTOS #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/9p8v96GoOI">https://t.co/9p8v96GoOI</a>	<a href="http://twitter.com/ihhshippei/status/920062005461114881">http://twitter.com/ihhshippei/status/920062005461114881</a>	October 16, 2017 at 09:00PM
@priscilahonnda	última semana ... e como nós estamos 🙄🙄🙄🙄 #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/priscilahonnda/status/920061975555727362">http://twitter.com/priscilahonnda/status/920061975555727362</a>	October 16, 2017 at 09:00PM
@andimgama	amigas vcs me atualizem se rolar algum babado na novela hj pois tô na aula #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/andimgama/status/920062210805813248">http://twitter.com/andimgama/status/920062210805813248</a>	October 16, 2017 at 09:01PM
@SusanaPerigosa	Chegando para esperar a última semana de #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/SusanaPerigosa/status/920062106384457728">http://twitter.com/SusanaPerigosa/status/920062106384457728</a>	October 16, 2017 at 09:01PM
@sophiolla	Icons Paolla Oliveira, se gostar fav, se pegar de créditos PAOLLA NÓS TE AMAMOS #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/S9qVDrj1x8">https://t.co/S9qVDrj1x8</a>	<a href="http://twitter.com/sophiolla/status/920062114798145537">http://twitter.com/sophiolla/status/920062114798145537</a>	October 16, 2017 at 09:01PM
@vivisousag	PRA SEMPRE MARRENTOS #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/NJ6fhVcP6O">https://t.co/NJ6fhVcP6O</a>	<a href="http://twitter.com/vivisousag/status/920062134465286144">http://twitter.com/vivisousag/status/920062134465286144</a>	October 16, 2017 at 09:01PM
@ihhshippei	PRA SEMPRE MARRENTOS #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/qLOXbraXmb">https://t.co/qLOXbraXmb</a>	<a href="http://twitter.com/ihhshippei/status/920062147358543872">http://twitter.com/ihhshippei/status/920062147358543872</a>	October 16, 2017 at 09:01PM
@isecandy	ai tô mto despesiva hoje :- ( só com essa tag tô chorando pqp PRA SEMPRE MARRENTOS #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/isecandy/status/920064050863755264">http://twitter.com/isecandy/status/920064050863755264</a>	October 16, 2017 at 09:08PM
@paolloves	PRA SEMPRE MARRENTOS #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/29779jrz6C">https://t.co/29779jrz6C</a>	<a href="http://twitter.com/paolloves/status/920063892256100353">http://twitter.com/paolloves/status/920063892256100353</a>	October 16, 2017 at 09:08PM
@MariaClaraSpine	Retweeted Rosa David (@RosaliaDavid): <a href="https://t.co/hMgmIKJErM">https://t.co/hMgmIKJErM</a> A NOVELA #AForçaDoQuerer 📺 ENTRA EM SUA RETA... <a href="https://t.co/R1EclrfUt">https://t.co/R1EclrfUt</a>	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/920064039232983041">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/920064039232983041</a>	October 16, 2017 at 09:08PM
@paolloves	PRA SEMPRE MARRENTOS #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/wUhmYvCmCF">https://t.co/wUhmYvCmCF</a>	<a href="http://twitter.com/paolloves/status/920064082874720257">http://twitter.com/paolloves/status/920064082874720257</a>	October 16, 2017 at 09:09PM
@AllexPaulo	' o Pau te acha Ritinha" #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/AllexPaulo/status/920068146240933888">http://twitter.com/AllexPaulo/status/920068146240933888</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@Curitybana2	#AForcadoQuerer É o começo do fim <a href="https://t.co/6YgnGAqFsP">https://t.co/6YgnGAqFsP</a>	<a href="http://twitter.com/Curitybana2/status/920068175462617088">http://twitter.com/Curitybana2/status/920068175462617088</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@fixhvp	caio deu todas as chances pra bibi e ela não quis pq é uma otaria, segue o baile com a jeiza #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/fixhvp/status/920068181208846336">http://twitter.com/fixhvp/status/920068181208846336</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@topdasnovelas	Como se vê Ednalva controla bem a filha #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/topdasnovelas/status/920068156198187009">http://twitter.com/topdasnovelas/status/920068156198187009</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@mariludida	É cumplicidade que você quer @ #AForçaDoQuerer PRA SEMPRE MARRENTOS <a href="https://t.co/GvtCHbTLiB">https://t.co/GvtCHbTLiB</a>	<a href="http://twitter.com/mariludida/status/920068170253307904">http://twitter.com/mariludida/status/920068170253307904</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@bsthur	Imagina um gancho com a Ritinha revelando toda a verdade no tribunal na frente de todos, seria épico #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/bsthur/status/920068181800124416">http://twitter.com/bsthur/status/920068181800124416</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@EI10_daniel	O pau já achou vcs ? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/EI10_daniel/status/920068176817385472">http://twitter.com/EI10_daniel/status/920068176817385472</a>	October 16, 2017 at 09:25PM

@eujoseantonio	O PAU TE ACHA ! #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/eujoseantonio/status/920068164355944448">http://twitter.com/eujoseantonio/status/920068164355944448</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@ivangomesz	o pau te acha &lt;3 #AForcadoQuerere	<a href="http://twitter.com/ivangomesz/status/920068155241791493">http://twitter.com/ivangomesz/status/920068155241791493</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@pheebobuffay	O PAU TE ACHA #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/pheebobuffay/status/920068147562078208">http://twitter.com/pheebobuffay/status/920068147562078208</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@abrahaobestlove	O PAU TE ACHA #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/abrahaobestlove/status/920068179715592197">http://twitter.com/abrahaobestlove/status/920068179715592197</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@ahorcruze	O pau te acha ritinha #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/ahorcruze/status/920068158714761216">http://twitter.com/ahorcruze/status/920068158714761216</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@juniorfazenda7	O pau te acha Ritinha #AForcadoQuerere	<a href="http://twitter.com/juniorfazenda7/status/920068142109548544">http://twitter.com/juniorfazenda7/status/920068142109548544</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@bbbfck	O PAU TE ACHA RITINHA #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/bbbfck/status/920068147666980865">http://twitter.com/bbbfck/status/920068147666980865</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@ChrisTVBR	O PAU TE ACHA! #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/ChrisTVBR/status/920068177543028737">http://twitter.com/ChrisTVBR/status/920068177543028737</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@ALISONBUGADA	Que ranço do Ruy #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/ALISONBUGADA/status/920068174690902016">http://twitter.com/ALISONBUGADA/status/920068174690902016</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@daksecrets	Última semana de #AForçaDoQuerere <a href="https://t.co/TxYfuxgDIL">https://t.co/TxYfuxgDIL</a>	<a href="http://twitter.com/daksecrets/status/920068165756964864">http://twitter.com/daksecrets/status/920068165756964864</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@robspereira	Ultima semana do nosso novelão #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/robspereira/status/920068159515889665">http://twitter.com/robspereira/status/920068159515889665</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@BarbiesusuMf	Vamos contemplar mais uma bela atuação de Fiuk #AForçaDoQuerere <a href="https://t.co/SKuW544hqk">https://t.co/SKuW544hqk</a>	<a href="http://twitter.com/BarbiesusuMf/status/920068151236276224">http://twitter.com/BarbiesusuMf/status/920068151236276224</a>	October 16, 2017 at 09:25PM
@crfkaah	#AForcadoQuerere mdss zecaaa	<a href="http://twitter.com/crfkaah/status/9200707840765953">http://twitter.com/crfkaah/status/9200707840765953</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@jubsdobatman	Aaaaah eu não acredito ☹️☹️☹️☹️☹️☹️☹️ #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/jubsdobatman/status/920070708461539328">http://twitter.com/jubsdobatman/status/920070708461539328</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@reasonggrigio	ah Zeca que merda #AForcadoQuerere	<a href="http://twitter.com/reasonggrigio/status/920070702027419648">http://twitter.com/reasonggrigio/status/920070702027419648</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@josias625	AI MEU DEUS , RUY E MUITO EMBUSTE #AForcadoQuerere	<a href="http://twitter.com/josias625/status/92007070777851392">http://twitter.com/josias625/status/92007070777851392</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@ketilaandrade_	Como assim Zeca ? #AForcadoQuerere	<a href="http://twitter.com/ketilaandrade_/status/920070701452791809">http://twitter.com/ketilaandrade_/status/920070701452791809</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@_tiamonica	É agora que Seu Abel tem um passamento #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/_tiamonica/status/920070709656907776">http://twitter.com/_tiamonica/status/920070709656907776</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@amanndaellen	Fiuk tenta fazer cara de bravo mais fica parecendo louco quando nao toma os remedinhos #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/amanndaellen/status/920070711728902144">http://twitter.com/amanndaellen/status/920070711728902144</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@igorcab	Grito que o Zeca mentiu mesmo #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/igorcab/status/920070712219590657">http://twitter.com/igorcab/status/920070712219590657</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@Peslho	Jesus coroadado, ele ama ela #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/Peslho/status/920070704049115136">http://twitter.com/Peslho/status/920070704049115136</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@maygxavier	não acredito que vão livrar essa demonia assim... que palhaçada #AForçaDoQuerere eu não tenho paciência pra isso não	<a href="http://twitter.com/maygxavier/status/920070704783077376">http://twitter.com/maygxavier/status/920070704783077376</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@outlaist	PQ O ZECA MENTIU? ELE É UM TROUXA #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/outlaist/status/920070704745377792">http://twitter.com/outlaist/status/920070704745377792</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@thataa__	Puta que pariu #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/thataa_/status/920070703659016192">http://twitter.com/thataa_/status/920070703659016192</a>	October 16, 2017 at 09:35PM

@Ogustavo85	Qq se fez Zeca #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Ogustavo85/status/920070710650966016">http://twitter.com/Ogustavo85/status/920070710650966016</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@_luavidal	Que homem esse Zeca #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/_luavidal/status/920070712014131200">http://twitter.com/_luavidal/status/920070712014131200</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@tiruguerreira	Que merda o Zeca feeeeeez #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/tiruguerreira/status/920070710109892609">http://twitter.com/tiruguerreira/status/920070710109892609</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@Vitorleif	To pegando ranço dessa novela #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Vitorleif/status/920070706901209088">http://twitter.com/Vitorleif/status/920070706901209088</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@ownerpreety	Volto a dizer, olho pro Ruy e não sei se ele ta com dor de barriga ou tentando atuar #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ownerpreety/status/920070704913141763">http://twitter.com/ownerpreety/status/920070704913141763</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@adoreshailey	ZECA BABACAAAAA #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/adoreshailey/status/920070710382522369">http://twitter.com/adoreshailey/status/920070710382522369</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@brbez_	ZECA COMO VOCÊ É BURRO #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/brbez_/status/92007070396206592">http://twitter.com/brbez_/status/92007070396206592</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@holywolfie	zeca deixa de ser trouxa meu filho #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/holywolfie/status/920070704875352065">http://twitter.com/holywolfie/status/920070704875352065</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@aandraadee_	Zeca e trouxa viu pqp #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/aandraadee_/status/920070706955739136">http://twitter.com/aandraadee_/status/920070706955739136</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@Karoobjx	Zeca ja pode voltar pra parázinho e sumir, tem que se lascar msm #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Karoobjx/status/920070704325939206">http://twitter.com/Karoobjx/status/920070704325939206</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@jluucasbern	Zeca salvou a fada marítima, ganhou meu respeito #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/vpZHA9B4y5">https://t.co/vpZHA9B4y5</a>	<a href="http://twitter.com/jluucasbern/status/920070705164836864">http://twitter.com/jluucasbern/status/920070705164836864</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@Lalamell	Zeca seu I D I O T A A A A A A A A #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Lalamell/status/920070703046643713">http://twitter.com/Lalamell/status/920070703046643713</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@selKnowlesPaes	Zequinha do ceu NossoQuererÉCabibi #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/selKnowlesPaes/status/920070709203886080">http://twitter.com/selKnowlesPaes/status/920070709203886080</a>	October 16, 2017 at 09:35PM
@jpebittencourt	ZECA EU TE VENERO, UM REI DESSES #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/6Jm0zZF5U8">https://t.co/6Jm0zZF5U8</a>	<a href="http://twitter.com/jpebittencourt/status/920072897967808512">http://twitter.com/jpebittencourt/status/920072897967808512</a>	October 16, 2017 at 09:44PM
@HiveLemomade	"Todo mundo sabia que Caio era meu noivo, menos você" BIBI EU TE VENERO #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/HiveLemomade/status/920078210179698688">http://twitter.com/HiveLemomade/status/920078210179698688</a>	October 16, 2017 at 10:05PM
@eliaslamim	#AForçaDoQuerer Sai dumna cena maravilhosa da Bibi, entra esse embuste do Ruy.. Ninguém merece!	<a href="http://twitter.com/eliaslamim/status/920078207038181378">http://twitter.com/eliaslamim/status/920078207038181378</a>	October 16, 2017 at 10:05PM
@RosianeReis10	Essa novela ta praa fodas 🤔🤔 #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/RosianeReis10/status/920078207122132993">http://twitter.com/RosianeReis10/status/920078207122132993</a>	October 16, 2017 at 10:05PM
@benn_mari	Ivan sempre mais sensato que Ruy, né? A novela inteira foi assim. PRA SEMPRE MARRENTOS #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/tkENTzOvXk">https://t.co/tkENTzOvXk</a>	<a href="http://twitter.com/benn_mari/status/920078208409784320">http://twitter.com/benn_mari/status/920078208409784320</a>	October 16, 2017 at 10:05PM
@luzi_luzimara	Tirar de Bibi perigosa pra ficar no Fiuk é sacanagem #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/AmQTNpSHw">https://t.co/AmQTNpSHw</a>	<a href="http://twitter.com/luzi_luzimara/status/920078208627863552">http://twitter.com/luzi_luzimara/status/920078208627863552</a>	October 16, 2017 at 10:05PM
@ByyouHaleb	#AForcadoQuerer "Se a Carine foi a primeira,saiba q botei chifre em vc bem antes.Um homem lindo,maravilhoso gostoso. <a href="https://t.co/CkyM2PgxEa">https://t.co/CkyM2PgxEa</a>	<a href="http://twitter.com/ByyouHaleb/status/920080140855660552">http://twitter.com/ByyouHaleb/status/920080140855660552</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@NewHalSeilaogue	#AForçaDoQuerer eu dormir com a bibi trouxa e acordei com a bibi empoderada <a href="https://t.co/gzwJnUGdf6">https://t.co/gzwJnUGdf6</a>	<a href="http://twitter.com/NewHalSeilaogue/status/920080137206583301">http://twitter.com/NewHalSeilaogue/status/920080137206583301</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@mendesleandra_	#AForçaDoQuerer quem deu esse papel pro Fiuk repensa sua vida	<a href="http://twitter.com/mendesleandra_/status/920080140666900480">http://twitter.com/mendesleandra_/status/920080140666900480</a>	October 16, 2017 at 10:12PM

@Retardsmesmu	agr só falta Rubin virar marmita de presidiário e ta td tranks #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Retardsmesmu/status/920080134757081088">http://twitter.com/Retardsmesmu/status/920080134757081088</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@danttttas	Como que os atores conseguem contracenar com o #Fiuk sem ter crise de riso? #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/danttttas/status/920080141589667840">http://twitter.com/danttttas/status/920080141589667840</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@_sleepw4lkiing	Fiuk até tenta mas ele não consegue atuar bem #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/_sleepw4lkiing/status/920080137269534722">http://twitter.com/_sleepw4lkiing/status/920080137269534722</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@AlxiaSantana5	Pisa mais Bibi, eu te imploro #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/bKM1OmbTA9">https://t.co/bKM1OmbTA9</a>	<a href="http://twitter.com/AlxiaSantana5/status/920080138699726853">http://twitter.com/AlxiaSantana5/status/920080138699726853</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@nathaliaiza_	Que pisão Bibi hahahahaha #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/nathaliaiza_/status/920080139446358018">http://twitter.com/nathaliaiza_/status/920080139446358018</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@AnderssonFarias	Só rindo kkkkkkkkk #AForcaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/AnderssonFarias/status/920080138162884608">http://twitter.com/AnderssonFarias/status/920080138162884608</a>	October 16, 2017 at 10:12PM
@simaolhp	#AForcadoQuerer coitado do Ruynzinho, vai passar o final de semana vendo a mãe dançar.	<a href="http://twitter.com/simaolhp/status/920084312548167681">http://twitter.com/simaolhp/status/920084312548167681</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@nudesutrer	#AForçaDoQuerer O tombo do Ruy 🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄	<a href="http://twitter.com/nudesutrer/status/920084321280647169">http://twitter.com/nudesutrer/status/920084321280647169</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@luansantos15_	A cara de felicidade do Zeca ♡♡♡ #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/luansantos15_/status/920084313848283137">http://twitter.com/luansantos15_/status/920084313848283137</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@isarjorie	a felicidade da ritinha, ai eu fico mais feliz que ela NossoQuererÉCabibi #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/isarjorie/status/920084316188762113">http://twitter.com/isarjorie/status/920084316188762113</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@Vickangell	A função do Fiuk na novela é ser modelo pro merchandising da Dudalina #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Vickangell/status/920084318734770176">http://twitter.com/Vickangell/status/920084318734770176</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@Xbrasileiraox	Até quando a sereia nessa novela 🙄🙄 #aforçadoquerer chata infeliz	<a href="http://twitter.com/Xbrasileiraox/status/920084321314181120">http://twitter.com/Xbrasileiraox/status/920084321314181120</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@GauchoSouza	Isis Valverde é muito linda bicho #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/GauchoSouza/status/920084311147188229">http://twitter.com/GauchoSouza/status/920084311147188229</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@GSan_21	QUERO TANTO RIZECA #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/GSan_21/status/920084311549804546">http://twitter.com/GSan_21/status/920084311549804546</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@Nossa_nandaa	Ritinha é muito engraçada gente kkkkkkkkkkk #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Nossa_nandaa/status/920084316708851712">http://twitter.com/Nossa_nandaa/status/920084316708851712</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@RosildaVianna	Ritinha passou a novela todinha desocupada. #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/RosildaVianna/status/920084315710672896">http://twitter.com/RosildaVianna/status/920084315710672896</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@DDDiamantch	Tinha me esquecido da Silvana #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/DDDiamantch/status/920084314032877568">http://twitter.com/DDDiamantch/status/920084314032877568</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@ThaynaraLiiima	Zeca é mt lindo PQP #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ThaynaraLiiima/status/920084315744165888">http://twitter.com/ThaynaraLiiima/status/920084315744165888</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@ChrisTVBR	Zeca feliz por Ritinha. Amooo!!! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ChrisTVBR/status/920084317807706112">http://twitter.com/ChrisTVBR/status/920084317807706112</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@celsodossi	Zeca não merecia terminar com Jeizzzz #AForcaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/celsodossi/status/920084314943090689">http://twitter.com/celsodossi/status/920084314943090689</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@mmagadell	Zeca, seu lindo #AforçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/mmagadell/status/920084311080165377">http://twitter.com/mmagadell/status/920084311080165377</a>	October 16, 2017 at 10:29PM
@let_directioner	#AForcadoQuerer acabou	<a href="http://twitter.com/let_directioner/status/920086276124151808">http://twitter.com/let_directioner/status/920086276124151808</a>	October 16, 2017 at 10:37PM

@Leonardo012789	#AForcadoQuerer só está começando agora aqui pra nós do nordeste e já vi os spoilers. Rs	<a href="http://twitter.com/Leonardo012789/status/920086275637596161">http://twitter.com/Leonardo012789/status/920086275637596161</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@Pablourocha	A vilã dessa novela desde o início foi Ritinha, égua #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Pablourocha/status/920086279190138881">http://twitter.com/Pablourocha/status/920086279190138881</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@Fee_Silva21	Até que fim ruy descobriu que ruyzinho não é seu filho #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/IEGEpxjYbU">https://t.co/IEGEpxjYbU</a>	<a href="http://twitter.com/Fee_Silva21/status/920086280234512385">http://twitter.com/Fee_Silva21/status/920086280234512385</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@fcristine_23	Cibele fez um favor fazendo esse DNA, mas o babaca não aceita. Aff ☹️ #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/fcristine_23/status/920086282625265664">http://twitter.com/fcristine_23/status/920086282625265664</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@tamaragavilan	Ele não é o pai #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/EVklNgEOpa">https://t.co/EVklNgEOpa</a>	<a href="http://twitter.com/tamaragavilan/status/920086275339816960">http://twitter.com/tamaragavilan/status/920086275339816960</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@Fadinhalsabelle	Fiuk pode nao pode ser um bom ator, mais até que ele é bonitinho #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Fadinhalsabelle/status/920086276421931009">http://twitter.com/Fadinhalsabelle/status/920086276421931009</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@a_tekinha	Hoje só foi o dia dos tombos na novela #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/a_tekinha/status/920086281824231424">http://twitter.com/a_tekinha/status/920086281824231424</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@basd	RUIZINHO NÃO É SEU FILHO, RUI  Mesma expressão facial de: TO COM MUITA RAIVA EU VOU MATAR ELE EU TE AMO, RITINHA  #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/basd/status/920086275058814976">http://twitter.com/basd/status/920086275058814976</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@ihcausei	Segura essa marimba Ruy #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ihcausei/status/920086280054165504">http://twitter.com/ihcausei/status/920086280054165504</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@RafaelPaulo360	Será se com essa notícia bombástica, o Fiuk dá conta de mudar o semblante dele um mocado, pra expressar uma reação?!?  #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/RafaelPaulo360/status/920086281643753472">http://twitter.com/RafaelPaulo360/status/920086281643753472</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@gessicaboorges	Uma mulher quando quer ser ruim é pior do que 5 homens juntos. #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/GYOtvXJoWd">https://t.co/GYOtvXJoWd</a>	<a href="http://twitter.com/gessicaboorges/status/920086279429160960">http://twitter.com/gessicaboorges/status/920086279429160960</a>	October 16, 2017 at 10:37PM
@CamiSantana02	Egoista, manipuladora, soberba, individualista essa Ritinha! #Aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/CamiSantana02/status/920088877163077637">http://twitter.com/CamiSantana02/status/920088877163077637</a>	October 16, 2017 at 10:47PM
@Koalask35	Esse zeca e burro #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Koalask35/status/920088853008011264">http://twitter.com/Koalask35/status/920088853008011264</a>	October 16, 2017 at 10:47PM
@alineduarte_n	Eu não consigo sentir nenhum tipo de simpatia pela Ritinha. Nam #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/alineduarte_n/status/920088869244227585">http://twitter.com/alineduarte_n/status/920088869244227585</a>	October 16, 2017 at 10:47PM
@dixneginha	Nos estados que tem horário de verão a novela já acabou? O pessoal comentando e eu tô bugada #AForcaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/dixneginha/status/920088879809613824">http://twitter.com/dixneginha/status/920088879809613824</a>	October 16, 2017 at 10:47PM
@itsmaryane	Última semana da #AForçaDoQuerer e eu não tô preparada para o fim dessa novela <a href="https://t.co/AHaiJnz4nG">https://t.co/AHaiJnz4nG</a>	<a href="http://twitter.com/itsmaryane/status/920088867268636672">http://twitter.com/itsmaryane/status/920088867268636672</a>	October 16, 2017 at 10:47PM
@Silvinaforever	Parabéns Juliana Paes!vc arrasou o Rubinho hj #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/NZriPBguBr">https://t.co/NZriPBguBr</a>	<a href="http://twitter.com/Silvinaforever/status/920090241125494785">http://twitter.com/Silvinaforever/status/920090241125494785</a>	October 16, 2017 at 10:53PM
@enroladaalves	Pensei q eu era a trouxa na vida, mas conheci o Zeca #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/enroladaalves/status/920090240802607105">http://twitter.com/enroladaalves/status/920090240802607105</a>	October 16, 2017 at 10:53PM

@delenaredtube	"Se a Carine foi a tua primeira fica sabendo que eu te botei um chifre mt antes do q isso" #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/FEt0BDHI2z">https://t.co/FEt0BDHI2z</a>	<a href="http://twitter.com/delenaredtube/status/920092321168936960">http://twitter.com/delenaredtube/status/920092321168936960</a>	October 16, 2017 at 11:01PM
@GabiBorgees	BIBI EU TE VENERO #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/GabiBorgees/status/920092315615748096">http://twitter.com/GabiBorgees/status/920092315615748096</a>	October 16, 2017 at 11:01PM
@SweetBlink	Bibi pisou no Rubinho LINDAMENTE #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/SweetBlink/status/920092318782418945">http://twitter.com/SweetBlink/status/920092318782418945</a>	October 16, 2017 at 11:01PM
@saravandrea	Nem acredito que ta acabando 🙄🙄🙄 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/saravandrea/status/920092326286028800">http://twitter.com/saravandrea/status/920092326286028800</a>	October 16, 2017 at 11:01PM
@enroladaalves	Pisa menos Bibi, Pisaaaaaa! #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/enroladaalves/status/920092324062953472">http://twitter.com/enroladaalves/status/920092324062953472</a>	October 16, 2017 at 11:01PM
@RafaelJunior14	PORRA BIBI #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/RafaelJunior14/status/920092313287905285">http://twitter.com/RafaelJunior14/status/920092313287905285</a>	October 16, 2017 at 11:01PM
@joaocaio82	#Aforcadoquerer Não sei como o Rubinho tá em pé, além do peso do chifre ainda tem pisão da bibi	<a href="http://twitter.com/joaocaio82/status/920094248271101952">http://twitter.com/joaocaio82/status/920094248271101952</a>	October 16, 2017 at 11:08PM
@crazyddlovato2	PISA MENOS BIBI #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/crazyddlovato2/status/920094242634072065">http://twitter.com/crazyddlovato2/status/920094242634072065</a>	October 16, 2017 at 11:08PM
@jujubinha_Bru	#AForçadoQuerer que novela monas que novela 😂😂	<a href="http://twitter.com/jujubinha_Bru/status/920094272120029186">http://twitter.com/jujubinha_Bru/status/920094272120029186</a>	October 16, 2017 at 11:09PM
@MariaClaraSpine	Retweeted Jonathan Azevedo (@negblack): Gente vocês são FODARASTICOS AMO AMO VCS. LUZ MEUS ANJOS #VDN #sabiá #Aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/920094262544424960">http://twitter.com/MariaClaraSpine/status/920094262544424960</a>	October 16, 2017 at 11:09PM
@KamillyFlix	Que PISÃO BOOCA DE CONFUSÃO BIBI!!! ❤️🙄🙄🙄🙄 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/KamillyFlix/status/920096264267665408">http://twitter.com/KamillyFlix/status/920096264267665408</a>	October 16, 2017 at 11:16PM
@didifurtuna	(EU SEI QUE É ERRADO) MAIS EU AMO O SABIÁ E TORÇO POR ELE #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/didifurtuna/status/920096304394407937">http://twitter.com/didifurtuna/status/920096304394407937</a>	October 16, 2017 at 11:17PM
@rosa_portela	@julianapaes Que medo 🙄🙄🙄 #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/rosa_portela/status/920096276577996802">http://twitter.com/rosa_portela/status/920096276577996802</a>	October 16, 2017 at 11:17PM
@AndreSarges	Bibi perigosa , tu és diva #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/AndreSarges/status/920096278742171648">http://twitter.com/AndreSarges/status/920096278742171648</a>	October 16, 2017 at 11:17PM
@_bruninhatais	Eugênio sempre sensato. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/_bruninhatais/status/920096273734258688">http://twitter.com/_bruninhatais/status/920096273734258688</a>	October 16, 2017 at 11:17PM
@FCODaltonVigh	Vou sentir falta de Jeiza chamando Edinalva de Dona Coisinha! #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/FCODaltonVigh/status/920096293011316736">http://twitter.com/FCODaltonVigh/status/920096293011316736</a>	October 16, 2017 at 11:17PM
@julianaeffects	Minha rainha cada dia te amo mais 😍❤️ Minha inspiração ✍️🌸 @julianapaes #julianapaes #totalmentedemais #carolina... <a href="https://t.co/m4cac8j5W3">https://t.co/m4cac8j5W3</a>	<a href="http://twitter.com/julianaeffects/status/920098340972441600">http://twitter.com/julianaeffects/status/920098340972441600</a>	October 16, 2017 at 11:25PM
@luannanogueira_	Quem tá vendo a novela atrasada porque mora no nordeste e não tem horário de verão tá é aqui #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/luannanogueira_/status/920098324803411970">http://twitter.com/luannanogueira_/status/920098324803411970</a>	October 16, 2017 at 11:25PM

@rick_avlis	Tanta coisa pra desvendar nessa novela das 9. Estão enchendo linguiça demais! Vai ficar tudo pra o último capítulo aff!! #AforçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rick_avlis/status/920098327907184641">http://twitter.com/rick_avlis/status/920098327907184641</a>	October 16, 2017 at 11:25PM
@lauraacajado	#AForçadoQuerer morta com o Zeca dançando com a sogrinha hahahaha	<a href="http://twitter.com/lauraacajado/status/920100265898008576">http://twitter.com/lauraacajado/status/920100265898008576</a>	October 16, 2017 at 11:32PM
@ewellinferraz	Ai Ruy o filho nem eh seu cala a boca #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ewellinferraz/status/920100273388949504">http://twitter.com/ewellinferraz/status/920100273388949504</a>	October 16, 2017 at 11:32PM
@imstargaryen	E Eurico acreditando em tudo ☹️☹️☹️ #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/wdG1oBb4zq">https://t.co/wdG1oBb4zq</a>	<a href="http://twitter.com/imstargaryen/status/920100249867378693">http://twitter.com/imstargaryen/status/920100249867378693</a>	October 16, 2017 at 11:32PM
@mixinha345	Essa novela lacra #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/mixinha345/status/920100260751593472">http://twitter.com/mixinha345/status/920100260751593472</a>	October 16, 2017 at 11:32PM
@LauraLucchi	Juíza nunca mais dançou... 🙄 #aForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/LauraLucchi/status/920100250118971392">http://twitter.com/LauraLucchi/status/920100250118971392</a>	October 16, 2017 at 11:32PM
@nemeubem	Nojo eterno dessa Ritinha #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/nemeubem/status/920100275884617728">http://twitter.com/nemeubem/status/920100275884617728</a>	October 16, 2017 at 11:32PM
@jo_robert_	Vamos lá Rui, descobri toda a verdade #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/jo_robert/status/920100230732943361">http://twitter.com/jo_robert/status/920100230732943361</a>	October 16, 2017 at 11:32PM
@ulisses_	#MarMenino gnt qtos capítulos p esse povo perceber q esse menino loro ã é filho do #Fiuk sim do outro minha gnt povo burro! #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ulisses_/status/920102217247576064">http://twitter.com/ulisses_/status/920102217247576064</a>	October 16, 2017 at 11:40PM
@bwatritzx	eu amei tanto o pisão da Bibi no Rubinho ICÔNICO #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/bwatritzx/status/920102229239107585">http://twitter.com/bwatritzx/status/920102229239107585</a>	October 16, 2017 at 11:40PM
@santoss_angela	Eu não to preparada pra sexta ter que ouvir "fique agora com as emoções do último capítulo de #AForçaDoQuerer"	<a href="http://twitter.com/santoss_angela/status/920102259752620033">http://twitter.com/santoss_angela/status/920102259752620033</a>	October 16, 2017 at 11:40PM
@LucasLobo_97	"ANTES DE VOCÊ ME CHIFRAR. EU JÁ TE CHIFREI. E FOI COM O HOMEM MUITO MAIS GOSTOSO" Bibi perigosa #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/TGD50B6rgM">https://t.co/TGD50B6rgM</a>	<a href="http://twitter.com/LucasLobo_97/status/920104322473525248">http://twitter.com/LucasLobo_97/status/920104322473525248</a>	October 16, 2017 at 11:48PM
@guerreiro_jj	@gloriafperez Já tô com saudade #AForçadoQuerer ..	<a href="http://twitter.com/guerreiro_jj/status/920104357026238464">http://twitter.com/guerreiro_jj/status/920104357026238464</a>	October 16, 2017 at 11:49PM
@Laraqrz	um pisão é um pisão #AforçaDoQuerer <a href="https://t.co/C2MltEhEo8">https://t.co/C2MltEhEo8</a>	<a href="http://twitter.com/Laraqrz/status/920104358833999874">http://twitter.com/Laraqrz/status/920104358833999874</a>	October 16, 2017 at 11:49PM
@daisyane47	Bibi lacrou @julianapaes #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/daisyane47/status/920106265455529985">http://twitter.com/daisyane47/status/920106265455529985</a>	October 16, 2017 at 11:56PM
@fabiana_eventos	pareceu até cena de filme <a href="https://t.co/WSj2CkYYal">https://t.co/WSj2CkYYal</a> #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/fabiana_eventos/status/920106320514179074">http://twitter.com/fabiana_eventos/status/920106320514179074</a>	October 16, 2017 at 11:56PM
@GMBrazuka	.@RedeGlobo novela besta! roteiro estúpido! Nunca vi novela +100 sentido,absurda! #ZecaMane @gloriafperez nunca+! Ritinha 🙄 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/GMBrazuka/status/920106380954087429">http://twitter.com/GMBrazuka/status/920106380954087429</a>	October 16, 2017 at 11:57PM
@franciwllyf	Maravilhosa, né mores? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/franciwllyf/status/920106374775955459">http://twitter.com/franciwllyf/status/920106374775955459</a>	October 16, 2017 at 11:57PM

**CAPITULO DE 20 DE OUTUBRO DE 2017**

@GregoMalandro	A NOVELA NEM COMEÇOU E EU JA TO PASSANDO MAL #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/NhGdXya8Th">https://t.co/NhGdXya8Th</a>	<a href="http://twitter.com/GregoMalandro/status/921514866241925120">http://twitter.com/GregoMalandro/status/921514866241925120</a>	October 20, 2017 at 09:13PM
@CsarAugusto21	Como estamos com o fim da novela. #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/Htb7Sr098P">https://t.co/Htb7Sr098P</a>	<a href="http://twitter.com/CsarAugusto21/status/921514865772105728">http://twitter.com/CsarAugusto21/status/921514865772105728</a>	October 20, 2017 at 09:13PM

@trouxadotwiter	gente por favor nao dêem spoiler de #AForçaDoQuerer pq nós aqui da banda pobre do brasil só vai vê daqui a 1 hora	<a href="http://twitter.com/trouxadotwiter/status/921514865713434624">http://twitter.com/trouxadotwiter/status/921514865713434624</a>	October 20, 2017 at 09:13PM
@tvianaa	Vai começar #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/tvianaa/status/921514865545629696">http://twitter.com/tvianaa/status/921514865545629696</a>	October 20, 2017 at 09:13PM
@S_de_Silvia	#AForçaDoQuerer O ÚLTIMO QUERER <a href="https://t.co/7Wh8AHT8Ux">https://t.co/7Wh8AHT8Ux</a>	<a href="http://twitter.com/S_de_Silvia/status/921514872499785732">http://twitter.com/S_de_Silvia/status/921514872499785732</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@biamagas	#AForçadoQuerer ta side to side de avenida Brasil heim	<a href="http://twitter.com/biamagas/status/921514870893367301">http://twitter.com/biamagas/status/921514870893367301</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@gomezaski	as melhores primas que a gente respeita GRATIDÃO PELA SIMONE #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/xMHwkP8Fek">https://t.co/xMHwkP8Fek</a>	<a href="http://twitter.com/gomezaski/status/921514870675247106">http://twitter.com/gomezaski/status/921514870675247106</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@almeida_T	Eu não tô conseguindo nem prestar atenção nessa apresentação, tô nervosa pra cacete.  #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/almeida_T/status/921514868079030272">http://twitter.com/almeida_T/status/921514868079030272</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@Larry_Gouu	Globo, cancela essa novela nova e renova #AForçadoQuerer  O ÚLTIMO QUERER	<a href="http://twitter.com/Larry_Gouu/status/921514874546552832">http://twitter.com/Larry_Gouu/status/921514874546552832</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@_KitKety	ja ja vai começar, vou chorar. #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/_KitKety/status/921514874852823041">http://twitter.com/_KitKety/status/921514874852823041</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@juliana__osouza	Já to na espera #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/juliana_osouza/status/921514872004890624">http://twitter.com/juliana_osouza/status/921514872004890624</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@khaleesiar	obrigada @gloriafperez por criar a melhor novela da década com esses personagens inesquecíveis #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/khaleesiar/status/921514872873062400">http://twitter.com/khaleesiar/status/921514872873062400</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@juniojorge21	Olha @gloriafperez Lacrando com #AForçaDoQuerer #FinalDoNovelão <a href="https://t.co/ek8xyrBDLz">https://t.co/ek8xyrBDLz</a>	<a href="http://twitter.com/juniojorge21/status/921514870268456960">http://twitter.com/juniojorge21/status/921514870268456960</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@jean_braga	pra me apegar a outra novela será difícil hein, que venha o capítulo final #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/jean_braga/status/921514869215686656">http://twitter.com/jean_braga/status/921514869215686656</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@mylka_ayres	Tô achando essa novela nova meio pombo #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mylka_ayres/status/921514872646590464">http://twitter.com/mylka_ayres/status/921514872646590464</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@mat_girl	Tô feliz que chegou a hora da novela, e triste que vai terminar! ☹️ #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mat_girl/status/921514870323007488">http://twitter.com/mat_girl/status/921514870323007488</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@RaquelMBarreto_	Tomando uma cerveja 🍺 esperando começar #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/RaquelMBarreto/status/921514869068828672">http://twitter.com/RaquelMBarreto/status/921514869068828672</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@katrineScouto	VAAAAAI COMEÇAAAAAAR! #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/gz0WK5hnhf">https://t.co/gz0WK5hnhf</a>	<a href="http://twitter.com/katrineScouto/status/921514874064265217">http://twitter.com/katrineScouto/status/921514874064265217</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@Duda_Gon13	Veeem #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Duda_Gon13/status/921514873900687364">http://twitter.com/Duda_Gon13/status/921514873900687364</a>	October 20, 2017 at 09:14PM
@todigitando	"Bem feito pra bibi" "Otaria" "Ela é chata igual essa novela" #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/BSyIsIVlcR">https://t.co/BSyIsIVlcR</a>	<a href="http://twitter.com/todigitando/status/921517393066758144">http://twitter.com/todigitando/status/921517393066758144</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@pollymais	#aForçaDoQuerer a pasaadeira do Caio na minha mesa já as camisas estão intactas 👏👏👏	<a href="http://twitter.com/pollymais/status/921517393205252096">http://twitter.com/pollymais/status/921517393205252096</a>	October 20, 2017 at 09:24PM

@wtflice10	#AForçaDoQuerer não adianta "bibi fez merda, não merece ele" eu smp vou shippar	<a href="http://twitter.com/wtflice10/status/921517395952439301">http://twitter.com/wtflice10/status/921517395952439301</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@CabeioGomez	Caio ama BiBi ta tá na Cara dele #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/CabeioGomez/status/921517394379583489">http://twitter.com/CabeioGomez/status/921517394379583489</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@LuizHalann	Caio é um homão hein gente !!! Ela tb vai deixar saudades !!! Como lidar sem essa mão enorme gente ??? #Produção #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/LuizHalann/status/921517390873202688">http://twitter.com/LuizHalann/status/921517390873202688</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@uaiteve	Caio indo pra Israel. #AForcaDoQuerer <a href="https://t.co/4tfq6LUWle">https://t.co/4tfq6LUWle</a>	<a href="http://twitter.com/uaiteve/status/921517393612066816">http://twitter.com/uaiteve/status/921517393612066816</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@Rity_Esteves	Caio não ficou nem 1 ano como secretário #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Rity_Esteves/status/921517396254486529">http://twitter.com/Rity_Esteves/status/921517396254486529</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@alolucass	final dessa novela ta sendo um evento amem @gloriafperez #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/alolucass/status/921517396405473281">http://twitter.com/alolucass/status/921517396405473281</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@TthataSantos21	No final Ritinha quis ela mesma! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/TthataSantos21/status/921517392211136516">http://twitter.com/TthataSantos21/status/921517392211136516</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@maniacbbb	Pode chorar ? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/maniacbbb/status/921517394312531968">http://twitter.com/maniacbbb/status/921517394312531968</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@lynebarbosa01	Que novela boa! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lynebarbosa01/status/921517393180069889">http://twitter.com/lynebarbosa01/status/921517393180069889</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@ArianeCostacrf	Raj e maya forever #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ArianeCostacrf/status/921517393305890817">http://twitter.com/ArianeCostacrf/status/921517393305890817</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@DmChristina	textinho pronto pra gente engolir a regeneração? ☺ #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/DmChristina/status/921517390843777024">http://twitter.com/DmChristina/status/921517390843777024</a>	October 20, 2017 at 09:24PM
@RealitySocial	- Fica bem, tá? - Eu vou sentir sua falta. #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/ozrq4AzHdW">https://t.co/ozrq4AzHdW</a>	<a href="http://twitter.com/RealitySocial/status/921518767103987713">http://twitter.com/RealitySocial/status/921518767103987713</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@juanromerotv	:(((( #aforçadoquerer <a href="https://t.co/q1IZq8jXIQ">https://t.co/q1IZq8jXIQ</a>	<a href="http://twitter.com/juanromerotv/status/921518764591665152">http://twitter.com/juanromerotv/status/921518764591665152</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@darthpapke	"N me arrependo, realizei um fetiche meu com tudo isso, n vou negar eu gostei " perigosa, BIBI #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/darthpapke/status/921518767376609280">http://twitter.com/darthpapke/status/921518767376609280</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@TaCertuuh	21h23 #AForçaDoQuerer 41.7 #CarinhaDeAnjo 7.4 #ORicoELázar0 6.8 #JornalDaCultura 1.1	<a href="http://twitter.com/TaCertuuh/status/921518767506673674">http://twitter.com/TaCertuuh/status/921518767506673674</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@its_diih	AAAAAI, como eu queria abraçar a dona Aurora. O personagem dela me toca demais #AForcaDoQuererFinal #AforçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/its_diih/status/921518766441279501">http://twitter.com/its_diih/status/921518766441279501</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@philosopop	Aurora, mater dolorosa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/philosopop/status/921518767292772354">http://twitter.com/philosopop/status/921518767292772354</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@tuitoulara	caio e aurora eu tô chorando #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/tuitoulara/status/921518770304233472">http://twitter.com/tuitoulara/status/921518770304233472</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@BiancaLdivino	Caio e Bibi já quero ♡♡♡ #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/BiancaLdivino/status/921518770262368258">http://twitter.com/BiancaLdivino/status/921518770262368258</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@NNoveleiro	HOPE desembolsando milhões para fazer Merchandising no Penúltimo e Último Capítulo #AForcaDoQuererFinal #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/NNoveleiro/status/921518765350809601">http://twitter.com/NNoveleiro/status/921518765350809601</a>	October 20, 2017 at 09:29PM

@mayrahc	mae da Bibi tentando fazer Caio voltar #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/mayrahc/status/921518766386765824">http://twitter.com/mayrahc/status/921518766386765824</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@KimoraLeFay	Maya e Raj juntos novamente. Será?? #AForçaDoQuerer #AForcaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/KimoraLeFay/status/921518765996683264">http://twitter.com/KimoraLeFay/status/921518765996683264</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@E_GaloDoido13	MEU DEUS EURICO VIU O NONATO, EU VOU SURTAR #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/E_GaloDoido13/status/921518767754108928">http://twitter.com/E_GaloDoido13/status/921518767754108928</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@amwndx	no final caio casa com a dona aurora #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/amwndx/status/921518770493050880">http://twitter.com/amwndx/status/921518770493050880</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@thayanemoreir12	Perdoa a Fabiana ,Kaio #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/thayanemoreir12/status/921518767859003392">http://twitter.com/thayanemoreir12/status/921518767859003392</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@YagoRibheiro	queria o anel do Caio #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/YagoRibheiro/status/921518767112417281">http://twitter.com/YagoRibheiro/status/921518767112417281</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@witnessnitta	to muito triste que esse hino de novela acaba hoje puta que pariu #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/witnessnitta/status/921518766135152641">http://twitter.com/witnessnitta/status/921518766135152641</a>	October 20, 2017 at 09:29PM
@notasparaelas	@juulianapaiva e seus dotes artísticos!! Uma artista dessa bixo! Já quero ju e @emillyaraujoo atuando juntas #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/notasparaelas/status/921519988644687872">http://twitter.com/notasparaelas/status/921519988644687872</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@Nati9612	#AForcadoQuerer <a href="https://t.co/dSVSKgNPpi">https://t.co/dSVSKgNPpi</a>	<a href="http://twitter.com/Nati9612/status/921519988149714946">http://twitter.com/Nati9612/status/921519988149714946</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@ourluaanjo	COITADO DO PORTEIRO #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ourluaanjo/status/921519987600355333">http://twitter.com/ourluaanjo/status/921519987600355333</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@erickamello7	Gente essa novela vai acabar me matando #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/erickamello7/status/921519985918398470">http://twitter.com/erickamello7/status/921519985918398470</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@thata_bas	Silvana = uma besteira atrás da outra #AForcadoQuerer #AForcaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/thata_bas/status/921519986514038784">http://twitter.com/thata_bas/status/921519986514038784</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@YagoRibheiro	Simone vai morrer. =/ #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/YagoRibheiro/status/921519990754414593">http://twitter.com/YagoRibheiro/status/921519990754414593</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@luaramos1502	Sobrou até pro porteiro coitado #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/luaramos1502/status/921519984500707330">http://twitter.com/luaramos1502/status/921519984500707330</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@adictogcoke	Socoooooroooo ,mal começou e eu ja to em pânico aki #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/adictogcoke/status/921519989550731267">http://twitter.com/adictogcoke/status/921519989550731267</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@jarianactivist	Última abertura! #AForçaDoQuerer #AForçaDoQuererFinal <a href="https://t.co/9QVdktBCjN">https://t.co/9QVdktBCjN</a>	<a href="http://twitter.com/jarianactivist/status/921519984614039552">http://twitter.com/jarianactivist/status/921519984614039552</a>	October 20, 2017 at 09:34PM
@rehdiogooficial	@RedeGlobo adia O Outro Lado do Paraíso e deixa mais um pouco #AForcaDoQuerer  Obrigado por esse HINO @gloriafperez	<a href="http://twitter.com/rehdiogooficial/status/921521170972803072">http://twitter.com/rehdiogooficial/status/921521170972803072</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@MelhorNemSaber	#AForcaDoQuerer Gente!! Pára de julgar a atuação do Fiuk PELAMOR Ele está em 2o nessa lista Em primeiro estão todos os outros!! Hahahahah	<a href="http://twitter.com/MelhorNemSaber/status/921521176882622465">http://twitter.com/MelhorNemSaber/status/921521176882622465</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@01Caren	#AForcadoQuerer começou carai!	<a href="http://twitter.com/01Caren/status/921521171803328512">http://twitter.com/01Caren/status/921521171803328512</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@kccbluee	#AForcaDoQuerer COMEÇOU SCRR	<a href="http://twitter.com/kccbluee/status/921521164945682437">http://twitter.com/kccbluee/status/921521164945682437</a>	October 20, 2017 at 09:39PM

@tamyponi	#AForçaDoQuerer podia virar série com várias temporadas não to preparada pro fim 🙄❤️	<a href="http://twitter.com/tamyponi/status/921521175007809536">http://twitter.com/tamyponi/status/921521175007809536</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@LiarsSame	AH BRUTA FLOR DO QUERER O ÚLTIMO QUERER #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/LiarsSame/status/921521178031902720">http://twitter.com/LiarsSame/status/921521178031902720</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@bharboza	Bibi é presa! #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/FGbkh7XDNx">https://t.co/FGbkh7XDNx</a>	<a href="http://twitter.com/bharboza/status/921521166065590273">http://twitter.com/bharboza/status/921521166065590273</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@liveigas	Haaaaajaaaa coração pra esse último capítulo da novela!! 🙄❤️ #AForcaDoQuerer #AForcaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/liveigas/status/921521167764254720">http://twitter.com/liveigas/status/921521167764254720</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@garridaelaine	Me chama de Ruyzinho e foge comigo #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/garridaelaine/status/921521167558692864">http://twitter.com/garridaelaine/status/921521167558692864</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@benn_mari	O Brasil inteiro parou pra assistir #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/benn_mari/status/921521167042826241">http://twitter.com/benn_mari/status/921521167042826241</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@lorenafiori	Sério que esse homão da porra do Caio vai ficar com Jeiza? #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/lorenafiori/status/921521172688396288">http://twitter.com/lorenafiori/status/921521172688396288</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@REVIVALIXAO	voltou ai meu cu #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/REVIVALIXAO/status/921521177138548736">http://twitter.com/REVIVALIXAO/status/921521177138548736</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@_thataseixas	Voltou!!! #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/_thataseixas/status/921521165084123136">http://twitter.com/_thataseixas/status/921521165084123136</a>	October 20, 2017 at 09:39PM
@srtalycia_	Eu digo Jeiza e vocês dizem PROTAGONISTA! #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/iclnK9cxoD">https://t.co/iclnK9cxoD</a>	<a href="http://twitter.com/srtalycia_/status/921523672086732805">http://twitter.com/srtalycia_/status/921523672086732805</a>	October 20, 2017 at 09:48PM
@REVIVALIXAO	JEIZA E CAIO AINDA ESTÃO JUNTOS? #aforcadoquerer <a href="https://t.co/sV1d4rDrVi">https://t.co/sV1d4rDrVi</a>	<a href="http://twitter.com/REVIVALIXAO/status/921523673344901121">http://twitter.com/REVIVALIXAO/status/921523673344901121</a>	October 20, 2017 at 09:48PM
@SapataOo	Líliá Cabral é FODA! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/SapataOo/status/921523674741698560">http://twitter.com/SapataOo/status/921523674741698560</a>	October 20, 2017 at 09:48PM
@stonemsex_	Líliá Cabral maravilhosa #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/stonemsex_/status/921523672862642177">http://twitter.com/stonemsex_/status/921523672862642177</a>	October 20, 2017 at 09:48PM
@stopbeinatwat	LÍLIA CABRAL, EU TE AMO #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/stopbeinatwat/status/921523671092604928">http://twitter.com/stopbeinatwat/status/921523671092604928</a>	October 20, 2017 at 09:48PM
@jubssribeiro	não aguento mais ver jeiza e caio juntos na minha tv, gloria vc quer me derrubar?????? #aforcadoquerer	<a href="http://twitter.com/jubssribeiro/status/921523672036372481">http://twitter.com/jubssribeiro/status/921523672036372481</a>	October 20, 2017 at 09:48PM
@Pattlicia	Sou team Silvana #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Pattlicia/status/921523671847636992">http://twitter.com/Pattlicia/status/921523671847636992</a>	October 20, 2017 at 09:48PM
@LellysO_o	#AForcadoQuerer A Karine devia era ser trocada	<a href="http://twitter.com/LellysO_o/status/921524905857961984">http://twitter.com/LellysO_o/status/921524905857961984</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@motacrz	#AForçaDoQuerer Mentira o clone tá na força do querer!!!	<a href="http://twitter.com/motacrz/status/921524906285727744">http://twitter.com/motacrz/status/921524906285727744</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@JhowNigga	#AForcadoQuerer passado que carine virou radija agora nos 45 do segundo	<a href="http://twitter.com/JhowNigga/status/921524905744699392">http://twitter.com/JhowNigga/status/921524905744699392</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@ana_pucha	A Globo colocou o elenco de caminho Caminho das Índias em #AForcaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/ana_pucha/status/921524907674165248">http://twitter.com/ana_pucha/status/921524907674165248</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@jeffiadc19	BEM QUE RADJA FALOU Q IRIA TER UM MARIDO RICO E IA DAR MTO OURO, SÓ NÃO DISSE QUE SERIA UM TRAFICANTE #AForcaDoQuererFinal #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/jeffiadc19/status/921524905568501760">http://twitter.com/jeffiadc19/status/921524905568501760</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@wagnerNasha	Chegando agora pra ver #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/wagnerNasha/status/921524905212043270">http://twitter.com/wagnerNasha/status/921524905212043270</a>	October 20, 2017 at 09:53PM

@Carool_Machado_	E assistindo 📺 #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/Xs9r8ZgnEw">https://t.co/Xs9r8ZgnEw</a>	<a href="http://twitter.com/Carool_Machado_/status/921524907372154881">http://twitter.com/Carool_Machado_/status/921524907372154881</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@luanmariani	ESSE COME BACK FA KHADIJA MELIOR CENA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/luanmariani/status/921524905518227456">http://twitter.com/luanmariani/status/921524905518227456</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@tekas2	Inshalá!!! #OClone #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/LR0xng3pLo">https://t.co/LR0xng3pLo</a>	<a href="http://twitter.com/tekas2/status/921524906956902406">http://twitter.com/tekas2/status/921524906956902406</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@flaviodelucio	Jade deve d ta fula da vida vendo a Radija se envolvendo com traficante #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/flaviodelucio/status/921524905094639616">http://twitter.com/flaviodelucio/status/921524905094639616</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@linerigon	Khadijaaaaaaa #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/linerigon/status/921524907489538048">http://twitter.com/linerigon/status/921524907489538048</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@MenezesLeandro	Nerá a #AForcaDoQuerer ? Mas to vendo o Caminho das Índias ! Hahahahah #Inshalá	<a href="http://twitter.com/MenezesLeandro/status/921524908173221888">http://twitter.com/MenezesLeandro/status/921524908173221888</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@MarthaFeitosa	O Clone em #AForçaDoQuerer: Icônico @gloriafperez !	<a href="http://twitter.com/MarthaFeitosa/status/921524907455938560">http://twitter.com/MarthaFeitosa/status/921524907455938560</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@tateziinha	Radja é você? #AForcadoQuerer #AForcaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/tateziinha/status/921524905887391744">http://twitter.com/tateziinha/status/921524905887391744</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@marcelabarbin	Uai!!! kadija invadindo a novela? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/marcelabarbin/status/921524907267313664">http://twitter.com/marcelabarbin/status/921524907267313664</a>	October 20, 2017 at 09:53PM
@MonikitaFreitas	@euleodias Estou assistindo pelo YouTube ao vivo. Viva a internet #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/MonikitaFreitas/status/921526225113419776">http://twitter.com/MonikitaFreitas/status/921526225113419776</a>	October 20, 2017 at 09:59PM
@eupeeh	👉👉👉👉👉👉 #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/eupeeh/status/921526223678984199">http://twitter.com/eupeeh/status/921526223678984199</a>	October 20, 2017 at 09:59PM
@we_lovatics	Ansiosíssima pra novela começar aqui porque já tem spoiler por causa do horário de verão #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/we_lovatics/status/921526226744995840">http://twitter.com/we_lovatics/status/921526226744995840</a>	October 20, 2017 at 09:59PM
@Dougmel	Eu esperando o Rubinho se fuder! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Dougmel/status/921526224085712896">http://twitter.com/Dougmel/status/921526224085712896</a>	October 20, 2017 at 09:59PM
@jopermelo	To chorando em todos os núcleos da novela sos #AForcadoQuerer #AForcaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/jopermelo/status/921526224798846976">http://twitter.com/jopermelo/status/921526224798846976</a>	October 20, 2017 at 09:59PM
@Marcooliino	#AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/zhiepwtkdq">https://t.co/zhiepwtkdq</a>	<a href="http://twitter.com/Marcooliino/status/921528666529652736">http://twitter.com/Marcooliino/status/921528666529652736</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@HausOfNatth	#AForcadoQuerer RUBINHA VAI SE FOODEEEEEEEER AAAAH QUE COISA MARAVILHOSA	<a href="http://twitter.com/HausOfNatth/status/921528667167166466">http://twitter.com/HausOfNatth/status/921528667167166466</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@miguel_alves	METE BALA NESSE FILHA DA PUTA, sabia! Mete bala nesse rubinho. ARREGAÇA #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/Fxf9Wuv3Ae">https://t.co/Fxf9Wuv3Ae</a>	<a href="http://twitter.com/miguel_alves/status/921528667062325248">http://twitter.com/miguel_alves/status/921528667062325248</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@liedgirl	Meu deus #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/liedgirl/status/921528665158094848">http://twitter.com/liedgirl/status/921528665158094848</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@ritaveigs	QUE GOLPE EIN RUBINHO TEM Q TOMA NO CU MSM LIXO #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ritaveigs/status/921528668236722176">http://twitter.com/ritaveigs/status/921528668236722176</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@jacquesantanaa	Rubinho pilantra safado. #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/tZLJxrHiDz">https://t.co/tZLJxrHiDz</a>	<a href="http://twitter.com/jacquesantanaa/status/921528667024560128">http://twitter.com/jacquesantanaa/status/921528667024560128</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@titiaopina	Rubinho tem cara de arregao!!! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/titiaopina/status/921528664252207104">http://twitter.com/titiaopina/status/921528664252207104</a>	October 20, 2017 at 10:08PM

@priscillajucah	RUBINHO TEM QUE MORRER NA MÃO DO SABIÁ! #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/priscillajucah/status/921528665430724609">http://twitter.com/priscillajucah/status/921528665430724609</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@Estra_nho	Superprodução #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/DeRAOhh762">https://t.co/DeRAOhh762</a>	<a href="http://twitter.com/Estra_nho/status/921528667624353792">http://twitter.com/Estra_nho/status/921528667624353792</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@zing_lordello	Tiroteio do Jorge Turco na #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/zing_lordello/status/921528664038301696">http://twitter.com/zing_lordello/status/921528664038301696</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@_camargo	Você quer homão da porra ? Então toma esse sabiá #AforcaDoQuerer <a href="https://t.co/UI19VdgzVe">https://t.co/UI19VdgzVe</a>	<a href="http://twitter.com/_camargo/status/921528667997687809">http://twitter.com/_camargo/status/921528667997687809</a>	October 20, 2017 at 10:08PM
@27nov98	#AForcaDoQuerer <a href="https://t.co/AspNI8AESv">https://t.co/AspNI8AESv</a>	<a href="http://twitter.com/27nov98/status/921531224816046080">http://twitter.com/27nov98/status/921531224816046080</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@RickSouza	22h12 corrigido #AForçaDoQuerer (último capítulo) 50.2 #Chiquititas 5.6 #JR 5.0 #JornalDaCultura 0.5	<a href="http://twitter.com/RickSouza/status/921531225046683648">http://twitter.com/RickSouza/status/921531225046683648</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@LoloPlena	CANTA! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/LoloPlena/status/921531225059266563">http://twitter.com/LoloPlena/status/921531225059266563</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@Jenarce_Machado	Confesso que meu coração não tá aguentando #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/uMuaETgrjx">https://t.co/uMuaETgrjx</a>	<a href="http://twitter.com/Jenarce_Machado/status/921531223805169664">http://twitter.com/Jenarce_Machado/status/921531223805169664</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@Dessa_Crf24	JEIZA PLENAAAA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Dessa_Crf24/status/921531224467951617">http://twitter.com/Dessa_Crf24/status/921531224467951617</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@eu_sampaioo	Melhor final #AForcadoQuerer <a href="https://t.co/EMcrU5WMv1">https://t.co/EMcrU5WMv1</a>	<a href="http://twitter.com/eu_sampaioo/status/921531224249765888">http://twitter.com/eu_sampaioo/status/921531224249765888</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@sangpireg	Nazira não ficou contando história fofa da cinderela nazira pra vc fazer essas coisas não carine #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/sangpireg/status/921531224048488449">http://twitter.com/sangpireg/status/921531224048488449</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@rocchapatricia	Quando eu crescer quero ser igual a Jeiza #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/rocchapatricia/status/921531224711225352">http://twitter.com/rocchapatricia/status/921531224711225352</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@Sol_Cleo7	Vaaai Carine sua besta #AForçaDoQuerer #AForçaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/Sol_Cleo7/status/921531224992215040">http://twitter.com/Sol_Cleo7/status/921531224992215040</a>	October 20, 2017 at 10:18PM
@fofocadissimo	"RUBINHOOOH" agora chora piranhaaaaaa, seu homao virou presunto #AForçaDoQuerer #AForçaDoQuererFINAL <a href="https://t.co/vTMZ08KvOm">https://t.co/vTMZ08KvOm</a>	<a href="http://twitter.com/fofocadissimo/status/921531228251189249">http://twitter.com/fofocadissimo/status/921531228251189249</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@hollywearsgucci	EU NAO ACREDITO QUE CAI ACABAR EU NAO QUERO ACEITAR #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/CN2VnDq8c7">https://t.co/CN2VnDq8c7</a>	<a href="http://twitter.com/hollywearsgucci/status/921531228620230657">http://twitter.com/hollywearsgucci/status/921531228620230657</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@Jessicadsnts	impactada #AForcaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Jessicadsnts/status/921531226460246017">http://twitter.com/Jessicadsnts/status/921531226460246017</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@Carlao_ER	Mais sequência de tirar o fôlego, de mostrar a realidade com maestria e comprovar que a Polícia é do BEM! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Carlao_ER/status/921531227261362176">http://twitter.com/Carlao_ER/status/921531227261362176</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@LineDaidouji	MANDA TODO MUNDO TIRAR A ROUPA E GRITAR "VIVA O CHOQUE", JEIZA!!! #AForçaDoQuerer #AForçaDoQuererFINAL	<a href="http://twitter.com/LineDaidouji/status/921531228091830272">http://twitter.com/LineDaidouji/status/921531228091830272</a>	October 20, 2017 at 10:19PM

@flickerlarry	MORREEEEEEEEEEEEEEEEEU RB QUERO VE CANTA #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/Gnlqzgjce5">https://t.co/Gnlqzgjce5</a>	<a href="http://twitter.com/flickerlarry/status/921531226166571008">http://twitter.com/flickerlarry/status/921531226166571008</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@dihego	Nois que voa, Sabiá! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/dihego/status/921531226980323328">http://twitter.com/dihego/status/921531226980323328</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@guesdriRoMilena	Rubinho foi dessa pra melhor, ou não... #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/guesdriRoMilena/status/921531226191814656">http://twitter.com/guesdriRoMilena/status/921531226191814656</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@BeatrizESL	Vivi p ver esse momento. Rubinho tá queimando no inferno kkk #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/BeatrizESL/status/921531228108582912">http://twitter.com/BeatrizESL/status/921531228108582912</a>	October 20, 2017 at 10:19PM
@eusouchristina	#AForçaDoQuerer Rubinho foi direto pro inferno O ÚLTIMO QUERER	<a href="http://twitter.com/eusouchristina/status/921532520193290240">http://twitter.com/eusouchristina/status/921532520193290240</a>	October 20, 2017 at 10:24PM
@eunanarose	#aForçaDoQuerer alguém tira essa criança dessa maluca e NEXT exausta dessa parte da novela <a href="https://t.co/yUjMI726YC">https://t.co/yUjMI726YC</a>	<a href="http://twitter.com/eunanarose/status/921532524077207553">http://twitter.com/eunanarose/status/921532524077207553</a>	October 20, 2017 at 10:24PM
@HugoCabral09	Eu não sei como a Marilda tem couro ainda pq tadinha passou a novela toda sendo ameaçada #AForçaDoQuererFinal... <a href="https://t.co/anuA10n1cp">https://t.co/anuA10n1cp</a>	<a href="http://twitter.com/HugoCabral09/status/921532524039475200">http://twitter.com/HugoCabral09/status/921532524039475200</a>	October 20, 2017 at 10:24PM
@DaniJMoreira	Genteeeeee que foi aquilo no morro? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/DaniJMoreira/status/921532523292909568">http://twitter.com/DaniJMoreira/status/921532523292909568</a>	October 20, 2017 at 10:24PM
@Ester_Mooraes22	Que novelão genteee 🙌🙌🙌 #AForçaDoQuerer 💕	<a href="http://twitter.com/Ester_Mooraes22/status/921532521761951745">http://twitter.com/Ester_Mooraes22/status/921532521761951745</a>	October 20, 2017 at 10:24PM
@lucasvalcante	Ainda bem que existe o Goku pro Dedé, gente. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lucasvalcante/status/921533767998722048">http://twitter.com/lucasvalcante/status/921533767998722048</a>	October 20, 2017 at 10:29PM
@kaki5h	E agora em Silvana ? #AForçaDoQuererFinal #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/kaki5h/status/921533770825715712">http://twitter.com/kaki5h/status/921533770825715712</a>	October 20, 2017 at 10:29PM
@iludidissimo	O cara com a arma na cabeça da Simone É TUDO CULPA SUA SILVA, TÁ FELIZ AGORA? #AForçaDoQuererFinal #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/iludidissimo/status/921533770418749441">http://twitter.com/iludidissimo/status/921533770418749441</a>	October 20, 2017 at 10:29PM
@_novelatic	Queria me surpreender com alguma coisa que não foi divulgada, mas acho difícil... #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/_novelatic/status/921533769097637890">http://twitter.com/_novelatic/status/921533769097637890</a>	October 20, 2017 at 10:29PM
@lucasmattak	A cena do primeiro capitulo vai se repetir. Socorroooooooooo AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lucasmattak/status/921534979657682944">http://twitter.com/lucasmattak/status/921534979657682944</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@leoh_2569	A novela foi chamativa mesmo #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/leoh_2569/status/921534984246177792">http://twitter.com/leoh_2569/status/921534984246177792</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@LuizHalann	A Ritinha poderia morrer moreno afogada, ninguém iria sentir falta dessa chave de cadeia !!!! Mulher imunda !!! Não gosto !! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/LuizHalann/status/921534984271355904">http://twitter.com/LuizHalann/status/921534984271355904</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@michele_its	Ai eles acham de novo o indio do primeiro capitulo e começa tudo de novo #AForçaDoQuerer #AForçaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/michele_its/status/921534984661426182">http://twitter.com/michele_its/status/921534984661426182</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@lahmarinho003	Como não amar @paolla nessas cenas meu pai!? Pqp #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/lahmarinho003/status/921534979624095745">http://twitter.com/lahmarinho003/status/921534979624095745</a>	October 20, 2017 at 10:33PM

@Joosmith888	Essa novela foi boa, eu duvido, não acredito que a próxima seja melhor!!! Nem vai chegar perto!!! #aforçadoquerer <a href="https://t.co/zdoiOXbuZ4">https://t.co/zdoiOXbuZ4</a>	<a href="http://twitter.com/Joosmith888/status/921534984535625729">http://twitter.com/Joosmith888/status/921534984535625729</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@QueirozLilian_	HAHAHAHA, SÓ LI VERDADES #AForçaDoQuerere <a href="https://t.co/HIB7MkG9Ee">https://t.co/HIB7MkG9Ee</a>	<a href="http://twitter.com/QueirozLilian_/status/921534987656146944">http://twitter.com/QueirozLilian_/status/921534987656146944</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@cerimonialista	Líliá Cabral, QUE ATRIZ! #AForçaDoQuerere <a href="https://t.co/XiLGoFCqC1">https://t.co/XiLGoFCqC1</a>	<a href="http://twitter.com/cerimonialista/status/921534984028151808">http://twitter.com/cerimonialista/status/921534984028151808</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@VanessajpBarros	Melhor Novela!! 📺 #AForçadoQuerere	<a href="http://twitter.com/VanessajpBarros/status/921534977505980416">http://twitter.com/VanessajpBarros/status/921534977505980416</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@aforçadoquerer_n	Nem vou tentar segurar o choro! 📺 #AForçaDoQuerere #AForçaDoQuerereFinal <a href="https://t.co/0VwFEe3jAA">https://t.co/0VwFEe3jAA</a>	<a href="http://twitter.com/aforçadoquerer_n/status/921534980672688129">http://twitter.com/aforçadoquerer_n/status/921534980672688129</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@dawaldorf	RUY E ZECA NO RIO É AGORA AAAAAAAAAAAA #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/dawaldorf/status/921534979817033728">http://twitter.com/dawaldorf/status/921534979817033728</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@vaaiafelipe	só falta aparecer anitta cantando is that for me #AForçadoQuerere	<a href="http://twitter.com/vaaiafelipe/status/921534979712192515">http://twitter.com/vaaiafelipe/status/921534979712192515</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@Teledramaturgia	Sobre a trama dos meninos no rio... #AForçaDoQuerere <a href="https://t.co/WWGYG0deHg">https://t.co/WWGYG0deHg</a>	<a href="http://twitter.com/Teledramaturgia/status/921534980639154176">http://twitter.com/Teledramaturgia/status/921534980639154176</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@Fabcac	Socorro meu Zeca #AForçadoQuerere JEIZECA ENDGAME	<a href="http://twitter.com/Fabcac/status/921534985991016449">http://twitter.com/Fabcac/status/921534985991016449</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@vlodged	ZECAAAAA #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/vlodged/status/921534980618178561">http://twitter.com/vlodged/status/921534980618178561</a>	October 20, 2017 at 10:33PM
@gavetadecima	Agora mesmo vendo o índio e sabendo que Ritinha só atrasa a vida deles. Quero ver esses fdp continuarem atrás dela. #AForçadoQuerere	<a href="http://twitter.com/gavetadecima/status/921536284694384640">http://twitter.com/gavetadecima/status/921536284694384640</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@Pqp_iza2	as águas que separaram vcs juntaram vcs de novo AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA A #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/Pqp_iza2/status/921536287521361921">http://twitter.com/Pqp_iza2/status/921536287521361921</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@jupabelmok	As águas que separaram vocês juntaram vocês de novo. #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/jupabelmok/status/921536291090595840">http://twitter.com/jupabelmok/status/921536291090595840</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@Patriciaitn	Bem tosca essa parte #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/Patriciaitn/status/921536287521366017">http://twitter.com/Patriciaitn/status/921536287521366017</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@Malu_kinha	Chatinha essa parte de índio hein, q demora gente, é final de novela, vamos agilizar isso #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/Malu_kinha/status/921536289685540864">http://twitter.com/Malu_kinha/status/921536289685540864</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@FranCristinaL	Eu tô como Vendo o Zeca e Ruy se afogando #AForçaDoQuerere <a href="https://t.co/EXw0UD0F1L">https://t.co/EXw0UD0F1L</a>	<a href="http://twitter.com/FranCristinaL/status/921536287009640449">http://twitter.com/FranCristinaL/status/921536287009640449</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@evinha_costa	Né? RT @TaniaChristina8 Dedé certamente o + prejudicado de td. Mãe presa. Pai morto. Que carga emocional dessa criança... #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/evinha_costa/status/921536290138611712">http://twitter.com/evinha_costa/status/921536290138611712</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@deborargrZzZ	nem pra colocarem um índio mais velho né? Eu hein #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/deborargrZzZ/status/921536286871248896">http://twitter.com/deborargrZzZ/status/921536286871248896</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@_sleepw4lkiing	Só agora entendi a profecia #Aforçadoquerere <a href="https://t.co/ZvOroGUs0c">https://t.co/ZvOroGUs0c</a>	<a href="http://twitter.com/_sleepw4lkiing/status/921536287558991873">http://twitter.com/_sleepw4lkiing/status/921536287558991873</a>	October 20, 2017 at 10:39PM
@encantosophie	SOCORRO ÚLTIMO QUERERE #AForçaDoQuerere	<a href="http://twitter.com/encantosophie/status/921536284916625409">http://twitter.com/encantosophie/status/921536284916625409</a>	October 20, 2017 at 10:39PM

@syfenix	#AForcadoQuerer @alcione_marrom Diva ♥👏👏👏👏👏	<a href="http://twitter.com/syfenix/status/921538839541317632">http://twitter.com/syfenix/status/921538839541317632</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@monick_caroline	#AForcadoQuerer Bibi solta não sei lidar com isso	<a href="http://twitter.com/monick_caroline/status/921538839348502528">http://twitter.com/monick_caroline/status/921538839348502528</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@NegaFortunato	#AForcaDoQuerer Cláudio voltou e ficou real ne.	<a href="http://twitter.com/NegaFortunato/status/921538843047874560">http://twitter.com/NegaFortunato/status/921538843047874560</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@CaralhoThayna	ATÉ SAINDO DA PRISÃO ELA É BONITA #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/CaralhoThayna/status/921538838408957953">http://twitter.com/CaralhoThayna/status/921538838408957953</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@esthergusmao	CARALHO IVAN QUE SAPÃO  #aforçadoquerer	<a href="http://twitter.com/esthergusmao/status/921538842863292416">http://twitter.com/esthergusmao/status/921538842863292416</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@hugo_ahs	CLAUDIO E IVAAAAAN #AForcaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/hugo_ahs/status/921538835682643968">http://twitter.com/hugo_ahs/status/921538835682643968</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@ARuthinha	CLAUDIOOOOOOOO #AForçaDoQuerer #AForcaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/ARuthinha/status/921538838337589258">http://twitter.com/ARuthinha/status/921538838337589258</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@Vickkalves5	EITA #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Vickkalves5/status/921538838283120640">http://twitter.com/Vickkalves5/status/921538838283120640</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@cristinealmeida	Em qual farmácia o índio de #AForcaDoQuerer fez o creme pra não envelhecer?! Quero a receita já! #AForcaDoQuererFinal #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/cristinealmeida/status/921538843349782528">http://twitter.com/cristinealmeida/status/921538843349782528</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@afcduda	final de novela da globo sempre tem que ter alguém cantando e no mesmo lugar kkkkkkkk não é possível #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/afcduda/status/921538836949237760">http://twitter.com/afcduda/status/921538836949237760</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@Amandhasenna_	Novela da Glória Perez sem Gafieira não é novela da Glória Perez. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Amandhasenna_/status/921538838115291136">http://twitter.com/Amandhasenna_/status/921538838115291136</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@_camargo	Sempre tive preguiça desse núcleo forrozinho #AforcaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/_camargo/status/921538841802092544">http://twitter.com/_camargo/status/921538841802092544</a>	October 20, 2017 at 10:49PM
@patrickssampaio	So eu que vi o @jon jones entrando no lugar da geisa? #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/patrickssampaio/status/921541293620285447">http://twitter.com/patrickssampaio/status/921541293620285447</a>	October 20, 2017 at 10:59PM
@Doocinhooh	#aforçadoquerer eita Zeca sem ti essa mulher n luta	<a href="http://twitter.com/Doocinhooh/status/921543877869363205">http://twitter.com/Doocinhooh/status/921543877869363205</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@AharomAvelino	Ah para! É sério que a racha precisa de um bofe pra ter #AForçaDoQuerer ? Que uó	<a href="http://twitter.com/AharomAvelino/status/92154387787780481">http://twitter.com/AharomAvelino/status/92154387787780481</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@biackina	AHAHAHAHAHAH O ZECA SALVOU A JEIZA MEU DEJS #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/biackina/status/921543881073811457">http://twitter.com/biackina/status/921543881073811457</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@ZacEfronBR	Calma gente.. ela vai ganhar a luta ! #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/ZacEfronBR/status/921543881220599809">http://twitter.com/ZacEfronBR/status/921543881220599809</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@2ccardoso	CARALHO ARREPIEI #AForcaDoQuererFinal #AForcadoQuerer	<a href="http://twitter.com/2ccardoso/status/921543879274450945">http://twitter.com/2ccardoso/status/921543879274450945</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@gabycristiner	Como que ela levantou depois de apanhar igual uma condenada??? #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/gabycristiner/status/921543879626719232">http://twitter.com/gabycristiner/status/921543879626719232</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@marioav	E a audiência explodindo!! #AForçaDoQuererFinal #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/hJCSfxqJ3s">https://t.co/hJCSfxqJ3s</a>	<a href="http://twitter.com/marioav/status/921543878347542529">http://twitter.com/marioav/status/921543878347542529</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@FutReality	EU FIQUEI NERVOSA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/FutReality/status/921543878079021058">http://twitter.com/FutReality/status/921543878079021058</a>	October 20, 2017 at 11:09PM

@guiires	Jeiza Balboa #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/guiires/status/921543880872513536">http://twitter.com/guiires/status/921543880872513536</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@alineaquii	Meu casal poooooooooo #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/alineaquii/status/921543881426169856">http://twitter.com/alineaquii/status/921543881426169856</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@esthergusmao	O berro que eu dei. #aforçadoquerer <a href="https://t.co/lJm8kIYBuh">https://t.co/lJm8kIYBuh</a>	<a href="http://twitter.com/esthergusmao/status/921543877835804673">http://twitter.com/esthergusmao/status/921543877835804673</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@DayaneNLeite	Que cenão,bicho. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/DayaneNLeite/status/921543878368530432">http://twitter.com/DayaneNLeite/status/921543878368530432</a>	October 20, 2017 at 11:09PM
@bilypaz	@gloriafperez #AForçadoQuerer mitooooo 😊😊 Deveria ter a parte 2 😞😞😞	<a href="http://twitter.com/bilypaz/status/921546371051737088">http://twitter.com/bilypaz/status/921546371051737088</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@jessyssimoes	#AForçaDoQuerer MEU CASAL JEIZECA <a href="https://t.co/yPsLXs9Ljj">https://t.co/yPsLXs9Ljj</a>	<a href="http://twitter.com/jessyssimoes/status/921546370183565312">http://twitter.com/jessyssimoes/status/921546370183565312</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@RealitySocial	Boletim da festa. #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/Mf8ISYC1b9">https://t.co/Mf8ISYC1b9</a>	<a href="http://twitter.com/RealitySocial/status/921546368052850688">http://twitter.com/RealitySocial/status/921546368052850688</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@itsnandam	Bom, a música I kissed girl não tinha nada haver com o momento. Porém acho que foi indireta pro meu bb Pigosse hein #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/itsnandam/status/921546363728429056">http://twitter.com/itsnandam/status/921546363728429056</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@RealityAoVivo	Casal melhor do que esse não tem #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/sQA5qIIIPA">https://t.co/sQA5qIIIPA</a>	<a href="http://twitter.com/RealityAoVivo/status/921546361983635456">http://twitter.com/RealityAoVivo/status/921546361983635456</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@louiset91	GOKU E DEDE 💖 #aforçadoquerer <a href="https://t.co/YQwV8cBNSM">https://t.co/YQwV8cBNSM</a>	<a href="http://twitter.com/louiset91/status/921546359769124865">http://twitter.com/louiset91/status/921546359769124865</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@DuduzeteYasmin	Meu twitter só dar a novela #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/DuduzeteYasmin/status/921546366895185920">http://twitter.com/DuduzeteYasmin/status/921546366895185920</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@AllexPaulo	Novela arrasando nos TTs mundiais #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/AllexPaulo/status/921546370674290688">http://twitter.com/AllexPaulo/status/921546370674290688</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@Pqp_iza2	o bom é q a novela vai acabar mas ainda vai ter globo repórter inteirinho sobre #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/Pqp_iza2/status/921546363904589825">http://twitter.com/Pqp_iza2/status/921546363904589825</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@FontessJulia	O morro aqui perto tá comemorando a luta da Jeiza EU NÃO TÔ ACREDITANDO KKKKKKKKKK #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/FontessJulia/status/921546359232229376">http://twitter.com/FontessJulia/status/921546359232229376</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@gabrielanalin_	Porque ta todo mundo zoando o menininho que faz cosplay do Goku?!?!?! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/gabrielanalin_/status/921546369977999360">http://twitter.com/gabrielanalin_/status/921546369977999360</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@DANILODINIZ20	Quando acabar a novela o Ruizinho ja vai ter 18 anos 😊😊😞#AForçaDoQuerer!	<a href="http://twitter.com/DANILODINIZ20/status/921546366828064769">http://twitter.com/DANILODINIZ20/status/921546366828064769</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@Dougmel	Quero beijo do seu Abel em dona Coisinha, do Ivan em Cláudio... Agiliza aí! Só da Jeiza kct! #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Dougmel/status/921546367947943936">http://twitter.com/Dougmel/status/921546367947943936</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@GustaFerreira	Sempre fui Rizeca, mas até que gostei. Zeca vacilou mas ele não foi o único da história. #AForçaDoQuerer... <a href="https://t.co/xDwHLW1fB5">https://t.co/xDwHLW1fB5</a>	<a href="http://twitter.com/GustaFerreira/status/921546368421855232">http://twitter.com/GustaFerreira/status/921546368421855232</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@RaySant17712097	Só acho que a Carine também tem que se fuder né.... #AForçaDoQuerer #AForçaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/RaySant17712097/status/921546368187019264">http://twitter.com/RaySant17712097/status/921546368187019264</a>	October 20, 2017 at 11:19PM
@Dudu	Caio voltou ao Brasil, se casou com Bibi e resolveu trabalhar no presídio em São Paulo #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/8NSoJ3OX11">https://t.co/8NSoJ3OX11</a>	<a href="http://twitter.com/Dudu/status/921548847054245890">http://twitter.com/Dudu/status/921548847054245890</a>	October 20, 2017 at 11:29PM

@missDebys	Nossa! Bibi tá lindíssima montada. #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/missDebys/status/921548845917659136">http://twitter.com/missDebys/status/921548845917659136</a>	October 20, 2017 at 11:29PM
@marialmeidam_	QUERO ESSA NOVELA NO VALE A PRA VER DE NOVO SEGUNDA #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/marialmeidam/status/921548849205915649">http://twitter.com/marialmeidam/status/921548849205915649</a>	October 20, 2017 at 11:29PM
@eu_pedroprado	Sobre #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/3vx3qU2y7E">https://t.co/3vx3qU2y7E</a>	<a href="http://twitter.com/eu_pedroprado/status/921548846706102273">http://twitter.com/eu_pedroprado/status/921548846706102273</a>	October 20, 2017 at 11:29PM
@Rayzap45	Acabou #AForçadoQuerer 💔	<a href="http://twitter.com/Rayzap45/status/921551370133626881">http://twitter.com/Rayzap45/status/921551370133626881</a>	October 20, 2017 at 11:39PM
@cajuzin	cena deletada de #AForçadoQuerer <a href="https://t.co/Z3MSqDqGQa">https://t.co/Z3MSqDqGQa</a>	<a href="http://twitter.com/cajuzin/status/921551360801329152">http://twitter.com/cajuzin/status/921551360801329152</a>	October 20, 2017 at 11:39PM
@Carol_L04	Quando somos movido pela força do querer a gente faz o impossível tornar-se possível #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/Carol_L04/status/921551366820188161">http://twitter.com/Carol_L04/status/921551366820188161</a>	October 20, 2017 at 11:39PM
@Sol_Cleo7	Tudo depende da força do teu querer .... FIM ! Novelão da porraaaa coisa linda que final #AForçaDoQuerer #AForçaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/Sol_Cleo7/status/921551371719069696">http://twitter.com/Sol_Cleo7/status/921551371719069696</a>	October 20, 2017 at 11:39PM
@RealitySocial	#AForçaDoQuerer #GloboReporter <a href="https://t.co/INkbHM6JR9">https://t.co/INkbHM6JR9</a>	<a href="http://twitter.com/RealitySocial/status/921555148626911232">http://twitter.com/RealitySocial/status/921555148626911232</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@For__Biebs	#GloboRepórter Falando de #AForçaDoQuerer tá toppei demais	<a href="http://twitter.com/For__Biebs/status/921555162384265217">http://twitter.com/For__Biebs/status/921555162384265217</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@homofobiaNAO	Adorei o final de #AForçaDoQuerer e a parte do Ivan principalmente. Novela com 50 pontos de audiência na final. Não iam boicotar? Hahaha	<a href="http://twitter.com/homofobiaNAO/status/921555155602075648">http://twitter.com/homofobiaNAO/status/921555155602075648</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@helpbella	Elisângela foi uma Mãe perfeita pra Raabe em #Aterraprometida e pra Bibi em #AForçadoQuerer #AForçaDoQuererFinal	<a href="http://twitter.com/helpbella/status/921555152049459201">http://twitter.com/helpbella/status/921555152049459201</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@vaaafelipe	globo reporter hoje em seu dia de video show #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/vaaafelipe/status/921555157095276545">http://twitter.com/vaaafelipe/status/921555157095276545</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@DjordanMoraes	iiiiiiiiiiiiit's Tiiiiiiiiiiiiime #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/DjordanMoraes/status/921555153253208064">http://twitter.com/DjordanMoraes/status/921555153253208064</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@topstwr	ja to com sdd do sabiá nossa senhora #aforçadoquerer #aforçadoquererfinal	<a href="http://twitter.com/topstwr/status/921555157061652480">http://twitter.com/topstwr/status/921555157061652480</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@panziinha_m	O final não deixou a desejar, só poderia ter mostrado o desfecho da Silvana c mais clareza, o Sabiá, e a Carine c o Kikito #AForçadoQuerer	<a href="http://twitter.com/panziinha_m/status/921555154377281538">http://twitter.com/panziinha_m/status/921555154377281538</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@dedesecco	Que final!!! 🙄🙄🙄 Ainda sem ar por aqui!! #AForçaDoQuerer <a href="https://t.co/0cpxlnPQsn">https://t.co/0cpxlnPQsn</a>	<a href="http://twitter.com/dedesecco/status/921555158122811394">http://twitter.com/dedesecco/status/921555158122811394</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@euMaiaraSanta	SERIA MEU SONHO? POR FAVOR @RedeGlobo A GENTE NUNCA TE PEDIMOS NADA! 🙄🙄🙄 #AForçadoQuerer #AForçadoQuererFinal 💔 <a href="https://t.co/iklKTaGUdb">https://t.co/iklKTaGUdb</a>	<a href="http://twitter.com/euMaiaraSanta/status/921555161763467264">http://twitter.com/euMaiaraSanta/status/921555161763467264</a>	October 20, 2017 at 11:54PM
@knowlesapata	tchau icone #AForçaDoQuerer	<a href="http://twitter.com/knowlesapata/status/921555141052043265">http://twitter.com/knowlesapata/status/921555141052043265</a>	October 20, 2017 at 11:54PM

**ANEXO C - SINOPSE DOS CAPÍTULOS QUE COMPOEM O CORPUS,  
DISPONIBILIZADA PELA REDE GLOBO**

**Capítulo 1 – exibido em 3. abr 2017**

Eugênio avisa a esposa que viajará para o Acre com Ruy. Joyce orienta a sessão de fotos de Ivana. Eurico pede que Silvana pare de jogar. Joyce exhibe Ivana no shopping. Ruy cai no rio durante a travessia de barco, e Eugênio se desespera. Zeca tenta ajudar Ruy, mas acaba sendo levado com ele pela correnteza. Bibi reclama da ausência de Caio. Eugênio e Abel procuram por Ruy e Zeca. Caio vê Bibi beijar Rubinho e decide deixar o Brasil. Eurico é avisado do acidente com o sobrinho e pede para Silvana falar com Joyce. Ruy e Zeca são resgatados e instruídos por um índio a tomar cuidado com o que vem das águas. Há uma passagem de tempo. Ruy, já adulto, e ao lado de Cibele, relembra a história de seu afogamento. Dantas comemora com Eugênio a união dos filhos. Joyce questiona Silvana sobre ela ter sido vista em uma mesa de pôquer. Eugênio anuncia que abandonará a empresa e Eurico fica furioso. Aurora lamenta o casamento de Bibi com Rubinho. Ruy vai com Eugênio ao Pará. Joyce critica Ivana. Ao chegar de viagem, Zeca é recebido com festa pelos moradores de Parazinho e vai atrás de Ritinha. Ruy e Zeca se encantam ao ver Ritinha nadando com os botos.

**Capítulo 2 – exibido em 8.abr.2017**

Francineide leva Ritinha até seu trabalho. Caio afirma a Junqueira que não quer voltar a trabalhar com comércio. Bibi dorme em um bar com Rubinho. Zeca se impressiona com Jeiza lutando. Ritinha pede para Francineide mentir para Edinalva sobre seu paradeiro. Jeiza não acredita que Zeca não tenha visto sua luta. Zeca afirma a Abel que não quer mais saber de Ritinha. Jeiza repreende Cândida por ter reatado com o namorado. Ivana se interessa por Cláudio. Eurico confia a Silvana que Dantas viu Eugênio almoçando com uma mulher. Ivana desiste de sair com Cláudio e Joyce se irrita. Heleninha reclama das fantasias de Yuri. Bibi tenta recuperar sua matrícula na faculdade. Silvana questiona Joyce sobre seu casamento com Eugênio e decide procurar Irene. Caio e Bibi se veem na faculdade. Zeca vê Ritinha trabalhando em um

aquário, vestida como uma sereia.

### **Capítulo 3 – exibido em 16.out.2017**

Ritinha aparece de surpresa em tribunal. Cibele afirma que teste de DNA de Ruyzinho pode salvar Ruy. Joyce desconfia que Ritinha representa uma ameaça à vida de Ruy e lembra profecia de índio. Abel responsabiliza Ritinha pelos problemas na vida de Zeca. Mira se assusta com Irene. Zeca mente em depoimento para ajudar Ritinha. Jeiza questiona Zeca sobre decisão de proteger mãe de Ruyzinho. Cibele tenta intimidar Ritinha. Rubinho provoca e acaba sendo humilhado por Bibi, que revela traição com Caio. Ivan afirma que sentimento de Ritinha por Ruy é sincero. Bibi afirma para Aurora que seu casamento com Rubinho acabou. Eugênio dá lição de moral em Ruy. Cibele entrega exame de DNA para Ruy e diz que ele não é o pai do filho de Ritinha.

### **Capítulo 4 – exibido em 20.out .2017**

Caio dá voz de prisão a Bibi. Ritinha foge com Ruyzinho. Bibi é presa e pede perdão a Caio. Eurico fica indignado com Nonato. Caio conta para Aurora que Bibi confessou crime e foi presa. Simone é rendida por agiota na frente de Silvana. Eurico tenta convencer Nonato a mudar de personagem e oferece patrocínio. Jeiza salva Simone e Silvana reconhece vício. Caio e Jeiza decidem terminar o relacionamento. Carine seduz Rubinho. Aurora se emociona ao ver Bibi presa. Ivan vê resultado da cirurgia e se emociona. Bibi escreve diário na prisão. Rubinho e Sabiá se enfrentam. Rubinho leva tiro e morre. Zeca encontra Ritinha, mas não consegue evitar nova fuga. Zeca enfrenta medo das águas e entra em rio. Zeca é levado por correnteza de rio e Ruy tenta salvá-lo. Zeca e Ruy reencontram índio misterioso do passado. Bibi deixa a prisão. Ivan é rejeitado por Claudio. Zeca e Ruy vão juntos atrás de Ritinha. Jeiza se surpreende ao encontrar Zeca e Ruy em Las Vegas. Jeiza sobe no octógono. Jeiza ganha luta e recebe beijo de Zeca. Cibele se casa com ela mesma. Abel e Edinalva se casam. Jeiza e Zeca finalmente se

entendem e formam uma bela família. Bibi e Caio se reencontram. Ivan e Cláudio se amam e se divertem na praia.