

2

BRASIL: LA “NUEVA CLASE MEDIA” Y LAS REDES SOCIALES POTENCIAN LA FICCIÓN TELEVISIVA

Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Maria Cristina Palma Munglioli

Equipo:

Clarice Greco Alves, Claudia Freire,
Helen N. Suzuki, Issaaf Karhawi, Ligia Maria Prezia Lenos,
Lorena Brettas, Neide Arruda, Silvia Torreglossa

1. El contexto audiovisual de Brasil en 2011

Introducción

El tema de la “nueva clase media”, a lo largo del año de 2011, sonó como una fuerte metáfora sobre lo que hay de más instintivo en el contexto actual de la sociedad brasileña. Ella actualiza lo que Martín-Barbero (2001, p.308) apuntaba en el melodrama como forma de recuperación de la minoría popular y forma de indicación de los “modos de presencia del pueblo en la masa”. Lo que estaría en juego en el melodrama, según el autor, es el “drama del reconocimiento”, metáfora que podemos utilizar para algunas evidencias de la identidad de esa nueva parcela de la población que demanda por reconocimiento tanto simbólico, eso es, mediático, como se materializó en la entrada de 40 millones de brasileños en el mercado de trabajo y de consumo¹. Así, tenemos el “drama del reconocimiento” de esa parcela de la población afectando todos los medios, y prin-

¹ Entre 2003 y 2011, cerca de 40 millones de personas, una Argentina, se pasó a la clase media aquí. Marcelo Neri “A nova classe média” (Caderno Mercado). Fuente: *Folha de São Paulo*, 29/01/2012.

principalmente en la televisión, las novelas, los programas de humor y hasta el periodismo. La tomada de decisiones por parte de las redes en tornar la programación de la televisión más popular no debe ser entendida como simplificar o producir contenidos más apelativos, pero antes, como un proceso bastante difícil de incluir nuevas voces o demandas en esa programación. Así, llegamos a 2011, con una oferta creciente de oportunidades de hacer y ver televisión de distintas maneras, y la nueva clase C quiere verse retratada, por lo menos en las “tres pantallas” (televisión, celular y computador). Estas experiencias nuevas son, realmente, desafíos a la ficción, notablemente a la telenovela que debe reinventarse en su condición de “narrativa de la nación” (Lopes, 2003), ahora en ambiente transmediático.

El segundo destaque, y que no deja de estar vinculado a lo que apuntamos antes, es que el año de 2011 puede ser considerado el “año de las redes sociales”. En poquísimo tiempo el brasileño se transformó en el tercer usuario de red social y Brasil el séptimo mercado de internet en el mundo². La expansión de la banda ancha apunta internet como el medio que más crece en el país. Las conversaciones directas e indirectas sobre la telenovela expanden notablemente el repertorio compartido y tornan más compleja la *semiose* social vinculada directamente a ella.

Esos son los dos fenómenos que emprestan el título al presente capítulo.

1.1 La televisión abierta en el País

Brasil posee seis redes nacionales de televisión abierta, siendo 5 privadas: Rede Globo, SBT, Record, Band y Rede TV y una pública, la TV Brasil. En 2011, con excepción de la Rede Tv!, todos los canales produjeron y emitieron ficción televisiva.

² Datos de comScore. Fuente: *Tela Viva News*, 21/03/2012.

Gráfico 1. Canales nacionales de televisión abierta en Brasil

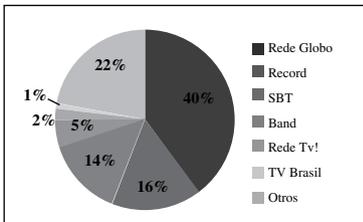
CANALES PRIVADOS (5)	CANALES PÚBLICOS (1)
Rede Globo	TV Brasil
Record	
SBT	
Band	
Rede TV!	
TOTAL CANALES = 6	

Fuente: Obitel Brasil

La audiencia de televisión abierta en 2011

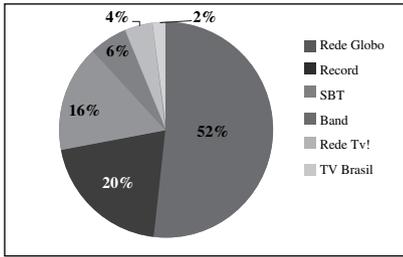
Los números de audiencia acumulada de la TV abierta en el año de 2011 muestran que Rede Globo sigue con liderazgo absoluto en este medio, un 45% de *share*, mismo con una caída de 2 puntos porcentuales a la comparación con el año 2010. El cuadro de colocación en la audiencia es semejante al del año anterior, confirmando una vez más que la participación de Rede Globo es superior a la suma de los otros cinco canales. Record está en segundo lugar, con un 17 % de *share*, caída de 1 punto a la comparación con el año pasado. SBT, que aparece en tercero lugar con un 14%, repite el mismo porcentual del año anterior. Band ocupando la cuarta posición en el *ranking* con un 5% de *share*, y la Rede TV! la quinta posición con un 3% repiten las mismas medias de 2010. En último lugar en el *ranking* TV Brasil aparece en la sexta colocación con *share* de un 2%.

Gráfico 2. Audiencia individual de TV por canal en 2011



Total Prendidos Especial (TPE)*	%
Rede Globo	40
Record	16
SBT	14
Band	5
Rede TV!	2
TV Brasil	1
Otros	22

Fuente: IBOPE /Obitel Brasil

Gráfico 3. Share por canal en 2011

Total Prendidos Especial (TPE) *	Share individual	%
Rede Globo	45,3	52
Record	17,1	20
SBT	14,4	16
Band	5,0	6
Rede TV!	2,5	4
TV Brasil	1,5	2

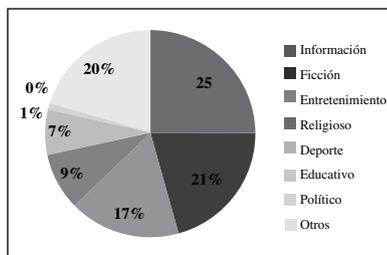
Fuente: IBOPE /Obitel Brasil

***Total Prendidos Especial (TPE):** totaliza la audiencia de todas las emisoras de TV y excluye los índices reunidos para VCR (videocasete), pay-per-view, videogame, DVD, internet, circuito interno, canales de audio (transmiten programación de radios AM y FM) y como monitor de computadora. Con el TPE es posible calcular el *share* de las emisoras con base en la audiencia “pura” de televisión.

Tanto el cuadro de análisis de audiencia como de *share* en 2011 no se diferencian mucho de lo presentado en 2010. Los motivos de la discreta caída de la televisión en 2011, apuntada por IBOPE, son los mismos discutidos en el Anuario Obitel 2010. O sea, más allá del cambio de costumbre y usos de la tele por lo general, el aumento de la oferta de asistencia en medios móviles (taxi, ómnibus, metro) y, principalmente, el crecimiento de la llamada “nueva clase media”, influjo, una vez más, en el consumo de los medios, pulverizando la audiencia para internet, DVDs, etc. Eso significa decir que, numéricamente, las alteraciones en la audiencia nacional prácticamente se parecen a las del año 2010.

Géneros de programas transmitidos por la TV en 2011.

Gráfico 4. Géneros y horas transmitidos por TV³



Géneros transmitidos	Horas de exhibición	%
Información	13 183:04	25,1
Ficción	11 243:40	21,4
Entretenimiento	8 877:33	16,9
Religioso	4 965:38	9,5
Deporte	3 455:09	6,6
Educativo	317:41	0,6
Político	62:41	0,1
Otros	10 351:20	19,8
Total	52 456:46	100

Fuente: IBOPE/Obitel Brasil

Los géneros información y ficción ocuparon, juntos, un 46% de la programación televisiva en Brasil. Las ficciones fueron responsables por más de un 21% de la programación, con un pequeño crecimiento a la comparación con 2010, cuando ocuparon un 20,5%. Los programas de información tuvieron un crecimiento más acentuado en 2011 (25,1%) frente a 2010 (23,8%). Siguieron los programas de entretenimiento (16,9%), con una reducción de 6% a la comparación con 2010 (18%). También los programas religiosos (9,5%) presentaron reducción de un 6% frente al año anterior (10,6%). El género deportivo presentó poco aumento, de 6,4% para 6,6% en 2011, mismo con el Mundial en 2010. Los programas políticos presentan reducción de casi un 90% y de otros géneros (19,8%) llenaron la programación televisiva brasileña con medias semejantes a las del año anterior, cuando respondieron por 0,6% y 19% de la programación, respectivamente.

³ Categorías: *Entretenimiento*: auditorio, game show, humorístico, musical, reality show, show, premiación, femenino, moda y making of. *Deporte*: deporte y fútbol. *Ficción*: telenovela, serie, miniserie, película, dibujo adulto, infantil. *Información*: documental, entrevista, periodismo, materia. *Otros*: tele ventas, rural, turismo, salud, sorteo, espacio empresarial.

1.2 Televisión pública

La TV Brasil es la única red de televisión pública en canal abierto. Desde su implementación, enfrenta dificultades en la sintonización⁴, lo que debe ser uno de los motivos de su baja audiencia. Sin embargo, el canal⁵ hace acordar que los datos de la audiencia del canal no incluyen la audiencia de los programas producidos por ella y retransmitidos por las televisiones educativas, universitarias, y que llegan a abastecer un 72% de la programación de las emisoras públicas del país. Su sitio, vía *WebTV*, proporciona 24 horas de programas de informes, cultura, infantiles y documentales. Opera el único canal público internacional de Brasil, *TV Brasil – Canal Integración*, que transmite vía satélite para América Latina, Estados Unidos, Portugal y África, además de estar en las redes sociales como *Twitter*, *Facebook*, *Orkut*, *Flickr* e *YouTube*. Como canal público, la TV Brasil presentó las tres series vencedoras del proyecto “FICTV/Mais Cultura”: *Natália*, *Brilhante F.C.* y *Vida de Estagiário* y fue una de las pocas emisoras a transmitir una producción extranjera, la serie portuguesa *Equador*.

1.3 Televisión paga

El hecho más extraordinario del sector de telecomunicaciones del País en 2011 fue el crecimiento de la TV paga en un 31,4% alcanzando un total de 42 millones de personas o un 22% de la población⁶. Ese resultado eleva para 12,7 millones el número de clientes tornando Brasil el mercado más grande de TV paga de América Latina en números absolutos⁷. Los datos positivos se deben especialmente al aumento del poder de compra de la Clase C, que pasó a

⁴ Accesible vía parabólica, parabólicas digitales, TVs pagas de todo Brasil y canales abiertos en algunos estados. Disponible en: <<http://tvbrasil.org.br>> Acceso en enero/2012.

⁵ Cf. FNDC - 'Precisamos fazer com que essa programação seja vista', dice nuevo director de TV Brasil. Redacción *Zero Hora*. Disponible en: <http://www.fndc.org.br>. Acceso en enero/2012.

⁶ Considerando el número medio de personas por domicilio, según IBGE, de 3,3 personas.

⁷ Fuente: *O Estado de São Paulo*. Muito além das novelas. Disponible en: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso>>. Acceso enero/2012.

representar un 30% de los clientes. La ascensión de 40 millones de personas a la Clase C, hecho ya notado en el Anuario Obitel 2011, llevó a las operadoras de TV paga a proveer opciones de combos (TV paga, telefonía fija, banda ancha) con precios más accesibles, elevando para un 31% la penetración en esa clase social⁸. El efecto de ese proceso de democratización que hubo en el sistema de las comunicaciones en el país en 2011 fue que el perfil de los clientes de la TV paga pasó a ser de 43% de la clase C; 26% de la clase B; 24% de la clase A; y 7% de la clase D. Un cambio cultural inmediatamente notado fue la sustitución en la programación de los canales pagos de un gran número de programas extranjeros subtítulos por programas doblados (películas y series, principalmente).

Todavía debe ser observado que el servicio de TV paga, llamado de DTH – *Direct to Home* – fue reglamentado por la nueva legislación (decreto n° 7.670, de 16/01/2012) que unificó las reglas de todos los servicios con base en tecnologías de distribución cable, satélite y microondas.⁹ Con el estímulo de la nueva ley de TV paga, a ser discutida más adelante, hay previsiones de que el crecimiento del sector debe seguir. Un ejemplo es la expansión de las inversiones del IBOPE, que viene aumentando las plazas de medición de la audiencia de la TV paga.

Ficciones en la TV paga

Los Anuarios Obitel de los tres últimos años han registrado un aumento expresivo de programas de ficción brasileña producidos y vehiculados exclusivamente en la TV paga. En 2009 fueron cinco títulos, en cambio, en 2010 hubo un salto para 15 y en 2011 el número total de títulos exhibidos subió para 27. A la comparación con la ficción iberoamericana, se observa una baja entre los años de 2010 y 2011 cuando fueron transmitidos dos títulos frente a cinco en 2010.

⁸ Fuente: *Exame*. Classe C é nova consumidora de TV paga no Brasil. Disponible en: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias>. Acceso enero/2012.

⁹ Fuente: *Tela Viva News*. Serviço cresce 31,4% em um ano. Disponible en: Acceso en enero/2012.

En la TV paga, los diez canales más vistos son, por orden: Rede Globo, Record, SBT, Band (canales abiertos), Discovery Kids, SporTV, Cartoon Network, RedeTV (canal abierto), Disney Channel y Nickelodeon¹⁰. Entre los diez, cinco son emisoras de TV abierta, inclusive las cuatro primeras colocaciones. Se observa que en la TV paga la costumbre de mirar los canales abiertos no solo es mantenido sino que las personas pagan para verlos con el fin de tener mejor calidad de imagen (en Brasil, la señal de los canales abiertos es gratuita). Otra razón para el crecimiento de la TV paga ha sido la oferta insuficiente por los canales abiertos de contenidos para el público infantil, lo que explica la gran audiencia de canales para ese rango etario con la TV paga. Otro segmento importante son los canales de deporte, cuya programación se vuelve más amplia, diversificada e internacionalizada. Más allá de esos cambios, lo que los nuevos datos de la TV paga permiten decir es que el brasileño no cambió los canales abiertos por los pagados, qué precauciones deben ser tomadas cuanto a las generalizaciones sobre la caída de audiencia de la TV abierta y, principalmente, que no hay evidencias empíricas sobre la “muerte anunciada” del repertorio común que la ficción, notoriamente la telenovela, ha renovado en la cultura de la nación, en consonancia con las transformaciones que vive el país.

Tabla 1. Producciones nacionales inéditas en la TV Paga en 2011

<p>TÍTULOS NACIONALES– 27 FICCIONES</p> <p>Multishow – 22 ficciones nacionales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>220 voltz</i> 2. <i>Adorável psicose – 2ª temporada</i> 3. <i>Barata flamejante</i> 4. <i>Bicicleta e melancia - 2ª temporada</i> 5. <i>Cara metade</i> 6. <i>De cabelo en pé</i> 7. <i>Desenrola aí – 2ª temporada</i> 	<p>GNT – 2 ficciones nacionales</p> <ol style="list-style-type: none"> 23. <i>Duas históricas</i> 24. <i>Duas históricas – 2ª temporada</i> <p>Canal Brasil – 1 ficción nacional</p> <ol style="list-style-type: none"> 25. <i>O vampiro carioca</i> <p>FOX – 1 ficción nacional</p> <ol style="list-style-type: none"> 26. <i>9MM: São Paulo – 2ª temporada</i>
--	---

¹⁰ Fuente: FNDC – AdNews. 13/10/11. Brasileiro assina TV paga para ver canais abertos. Disponible en: <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=735211>. Acceso en enero/2012.

<p>8. <i>Desprogramado</i> 9. <i>Ed Mort</i> 10. <i>Mais X favela</i> 11. <i>Morando sozinho</i> 12. <i>Morando sozinho</i> – 2ª temporada 13. <i>Na fama e na lama</i> – 2ª temporada 14. <i>Na fama e na lama</i> – 2ª temporada 15. <i>Olíviás na TV</i> 16. <i>Open bar</i> – 2ª temporada 17. <i>Oscar Freire 279</i> 18. <i>Os figuras</i> 19. <i>Os gozadores</i> 20. <i>Os gozadores</i> 21. <i>Sensacionalista</i> 22. <i>Sensacionalista</i> – 2ª temporada</p>	<p>HBO – 1 ficción nacional 27. <i>Mulher de fases</i></p> <p>TÍTULOS IMPORTADOS (ÁMBITO OBITEL) – 2 FICCIONES</p> <p>FOX – 1 ficción 1. <i>Mentes en choque</i> – España</p> <p>HBO – 1 ficción 2. <i>Prófugos</i> – Chile</p> <p>TOTAL DE FICCIONES NACIONALES: 27 TOTAL DE FICCIONES IMPORTADAS: 2</p>
---	---

Fuente: Obitel Brasil

Los **canales brasileños** que producen ficción televisiva en la TV paga son Multishow, GNT y Canal Brasil, los tres pertenecientes a Globosat de Rede Globo. En los canales extranjeros, la ficción brasileña aparece en coproducciones con Fox y HBO. En 2011 Multishow estrenó 18 títulos de ficción, algunos en más de una temporada, sumando 22 estrenos. En su mayoría, esas producciones tienen el formato de serie con grande predominio del género comedia direccionada para un público joven adulto. En el género drama el canal exhibió apenas un título: *Oscar Freire, 279*. Entre **los canales extranjeros**, en 2011, Fox exhibió siete episodios de la serie *9MM São Paulo* (coproducida con la Moonshot Pictures) y el canal HBO exhibió *Mulher de fases*, su primera serie de humor (coproducida con la Casa de Cine de Porto Alegre). Se destaca que en 2012 HBO va a seguir transmitiendo la serie *Mandrake*, ahora en formato de telefilm, manteniendo la coproducción con Conspiração Filmes.

Para enfrentar el mercado de servicio *on-demand* de Netflix, las operadoras de TV paga presentan alternativas: *Net* ofrece para clientes el *Now*, directamente en el televisor y el *Muu* en la computadora, con contenidos de canales como Globosat. En cambio, *Clube Sky*

Onilne, disponible para los clientes *Sky*, anunció la expansión, dentro de poco tiempo, del servicio para no clientes.

1.4 Nuevos medios: internet, redes sociales, televisión digital.

En términos de tecnología de comunicación e información, el escenario del país en 2011 estuvo bastante dinámico, presentando innovaciones tanto en los dispositivos como en los usos de los medios. Mientras los datos cuantitativos atestatan ese movimiento, los brasileños hicieron de 2011 “el año de las redes sociales”, cuando sus “nudos” se mostraron intensos puntos de encuentro de personas, instituciones y medios. “Acompáñanos en Facebook, nos sigan en Twitter, véanos en Youtube, visiten nuestras páginas de internet” son palabras de orden que involucran a todos en todos los lugares. La impresión es que todos tienen (o desean tener) blogs, pertenecer a comunidades, entrar en listas, seguir algo o alguien. La verdad es que este es un nuevo ecosistema de comunicación vivido cotidianamente por un expresivo número de brasileños. Y la ficción televisiva, de ninguna forma podría quedarse afuera de ese ambiente, como mostraremos más adelante en el tópico 4 de este capítulo.

Brasil es el tercer país en el mundo que más creció en internet en el año de 2011, con un 18% de aumento en el número de usuarios, apenas quedando atrás de México y de China. El país excedió la marca de 77 millones de personas con acceso a internet en cualquier ambiente (casa, trabajo, escuela, lan house), más de cuatro millones más que el año anterior. El número de usuarios activos, que tienen acceso a la red mundial desde su casa o trabajo, llegó a más de 46 millones de personas, haciendo que Brasil sea el séptimo más grande mercado de internet en el mundo¹¹.

Las redes sociales fueron visitadas por más de un 85% de los usuarios de internet activos en Brasil, ubicando los internautas bra-

¹¹ Fuentes: *IBOPE Nielsen Online*. Total de pessoas com acesso à internet atinge 77,8 milhões. Disponible en: <http://www.IBOPE.com.br/>. Acceso en 23/02/2012. *Tela Viva News*. No mercado mundial de Internet, EUA perdem espaço e mobilidade avança. Disponible en: <http://www.telaviva.com.br/>. Acceso en 09/01/2012; Brasil já é o sétimo maior mercado de internet no mundo. Acceso en 21/03/2012.

sileños adelante de Japón (77%) y de Estados Unidos (74%) en ese quesito¹². Los brasileños también gastaron su tiempo en las redes sociales, con una media de casi ocho horas y media por mes, confirmando la tendencia apuntada por el *Anuario Obitel 2010*. Facebook triplicó el número de usuarios en el país en 2011 y superó por primera vez a *Orkut*, llegando a más de 30 millones de visitantes únicos¹³, dos millones más que *Orkut*¹⁴.

El uso de internet móvil (celulares, tablets y módem 3G) casi dobló a comparación con 2010, llegando a más de 40 millones de nuevos usuarios en 2011¹⁵.

En el cuarto año de operación, la TV digital llegó a un 46% de la población en 480 municipios¹⁶. Como política de telecomunicaciones para la implementación generalizada de esa tecnología, el gobierno pretende hacer obligatoria la producción de televisores con el aplicativo Ginga¹⁷. Está previsto para 2013 el fin de la consignación de canales analógicos, y el “apagón analógico” deberá acontecer en junio de 2016.

1.5 Políticas de Comunicación

En lo que se refiere las políticas de radiodifusión y de telecomunicaciones en Brasil, los asuntos que más tuvieron destaque en 2011 fueron el Servicio de Acceso Condicionado (SeAC) – creado por la Ley 12.485/2011 (antiguo PLC116); las discusiones del Planalto Na-

¹² Fuente: *G1*. No Brasil, Google facilita ascensão do Facebook à liderança. Disponible en: <http://g1.globo.com/>. Acceso en 23/02/2012.

¹³ Corresponde a cada diferente dispositivo (computadora, tablet, celular o iPod) usado para entrar a internet.

¹⁴ Fuente: *IBOPE Nielsen Online*. Total de pessoas com acesso à internet atinge 77,8 milhões. Disponible en: <http://www.IBOPE.com.br/>. Acceso en 23/02/2012.

¹⁵ Fuente: *Agencia Brasil*. Número de usuários de internet móvel no país quase dobra em 2011, diz ministro. Disponible en: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/>. Acceso en 23/03/2012.

¹⁶ Fuente: *Anatel*. Cobertura da TV Digital Contagem da População. Disponible en: <http://www.anatel.gov.br>. Acceso en 23/02/2012.

¹⁷ Ginga es u *middleware* para aplicaciones de TV digital del sistema Nipo-Brasileiro de TV Digital Terrestre (ISDB-TB). Disponible en: <http://www.ginga.org.br>. Acceso en: 23/02/2012.

cional de Banda Ancha (PNBA); y la revisión del Código Brasileño de Telecomunicaciones (de 1962) en discusión desde la 1ª Conferencia Nacional de Comunicación registrada en el *Anuario Obitel 2011*.

La **nueva ley de TV paga** altera de forma radical las reglas del mercado de TV paga en el país en el Servicio de Acceso Condicionado (SeAC)¹⁸. La ley determina la apertura del mercado de TV paga a las empresas de telecomunicaciones y establece la obligatoriedad de cuotas para la producción nacional. Los canales pagos deberán transmitir durante el horario de más audiencia, como mínimo, tres horas y media por semana de contenido brasileño. Mitad de esa cuota deberá ser de productoras nacionales independientes, sin vinculación con grupos de radiodifusión. La previsión para la ley entrar en vigencia es a finales del primer trimestre de 2012 y va a caber a ANCINE (Agencia Nacional de Cine), regular y fiscalizar las actividades de programación de SeAC¹⁹.

El objetivo es fomentar la producción nacional buscando ocupar un 70% del mercado de la TV paga. Se estima que habrá una inversión de 400 millones de reales (casi 200 millones de dólares) para la producción audiovisual nacional en el 2012. En este momento en que la ley todavía no fue implantada, hay una enorme expectativa en lo que se refiere al alcance de los cambios, lo que hará que antiguos y nuevos *players* alteren sus posiciones en el tablero. Estaría para ser administrado un nuevo modelo de negocio de televisión en razón de la obligatoriedad de contenido nacional a ser producido por “productoras independientes”.

¹⁸ “Servicio de telecomunicaciones de interés colectivo prestado en el régimen privado, cuya recepción es condicionada a la contratación remunerada por clientes y destinada a la distribución de contenidos audiovisuales en forma de combos, de canales en las modalidades de contenidos sueltos y contenidos sueltos programados y de canales de distribución obligatoria, por medio de tecnologías, procesos, medios electrónicos y protocolos de comunicación” (Artículo 2º de la Ley 12.485/2011).

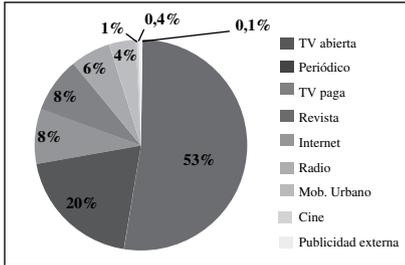
¹⁹ *Programación* se refiere a “actividad de selección, organización o formateo de contenidos audiovisuales presentados en la forma de canales de programación, inclusive en las modalidades suelta de programación y suelta de programación programado (Artículo 2º de la Ley 12.485/2011). *Empaquetamiento* se refiere a la organización “de canales de programación, inclusive en las modalidades suelta de programación y suelta de programación programado que serán distribuidas para el cliente.” (Artículo 2º de la Ley 12.485/2011).

El **Plan Nacional de Banda Ancha** (PNBA) siguió siendo discutido en 2011 en sus objetivos de expandir en tres años, después de su implementación, la cobertura de internet de banda ancha a 68% de las casas, elevar la velocidad a 1Mb y bajar el costo a los usuarios. Hubo también la continuidad del polémico debate sobre el nuevo marco regulatorio de las comunicaciones, que pretenden rever el Código Brasileño de Telecomunicaciones, de 1962, principalmente en lo que refiere a cambios de fiscalización de las concesiones de emisoras de radio y canales de TV. También ocurrieron debates sobre la redefinición del **sistema de clasificación indicativa** de los contenidos de televisión, cine, juegos electrónicos según interpretación requerida por el Ministerio de la Justicia en 2010.

1.6 Publicidad, merchandising y merchandising social en la ficción televisiva

En 2011, el total de la inversión publicitaria en los medios alcanzó 88,3 billones de reales (cerca de 50 billones de dólares) y su distribución entre los vehículos fue prácticamente la misma de 2010. La inversión publicitaria en la TV abierta fue de R\$ 46,3 billones, (aproximadamente 27 billones de dólares), un aumento de 15,3% en relación al año de 2010. Ese dato contraría las discusiones sobre la caída en los índices de audiencia de la televisión. De ese total, 53% fueron para la TV abierta, quedando en segundo lugar el diario impreso, con un 20% de las recetas. Por primera vez, la TV paga aparece en tercero lugar con un 8% superando las revistas. Internet repitió el índice de mayor crecimiento relativo del año, 71%, entretanto, mantuvo el quinto lugar obtenido en 2010²⁰.

²⁰ Según datos del *Monitor Evolution*, de IBOPE, que acompaña las inversiones en compra de medios realizados en 38 ciudades en los principales medios de comunicación. Los valores consideran la tabla de precios de los vehículos.

Gráfico 5. Inversión publicitaria por medio en 2011

Medio	Investi-mento	%
TV abierta	46,3	53
Periódico	17,2	20
TV paga	7,4	8
Revista	7,2	8
Internet	5,4	6
Radio	3,6	4
Mob. Urbano	0,4	0,5
Cine	0,3	0,4
Publicidad externa	0,1	0,1
Total	87,9	100,0

Fuente: IBOPE/Obitel Brasil

Con relación a las áreas de inversión, el comercio y el minorista volvieron a liderar con un 22% los gastos publicitarios, apareciendo en seguida los sectores de higiene y belleza, bebidas (cervecerías), automovilístico y de bancos²¹.

Merchandising en la ficción

Las acciones de *Merchandising, o product placement*, continuaron presentes en las ficciones, como en años anteriores. En 2011, los principales segmentos anunciantes fueron, por orden, cosméticos, moda, vehículos, alimentos y mercado financiero.

Merchandising social en la ficción²²

Marca distintiva de la telenovela brasileña, el *merchandising social* o acciones *socioeducativas* insertadas en sus tramas nuevamente provocan acaloradas discusiones en la audiencia, en los medio y en las redes sociales. En 2011, fueron debatidos los temas de

²¹ Fuente: IBOPE Media-Monitor-Evolution

²² Consideradas una de las marcas de la telenovela brasileña son estrategias de comunicación que consisten en la transmisión de mensajes socioeducativas insertadas en las tramas ficcionales.

la homosexualidad y del combate a la homofobia en ficciones exhibidas por Rede Globo, Record y TV Brasil. Debido a la importancia de ese tema, él será abordado con más profundidad en el tópico 3 de este capítulo.

En Rede Globo, líder de esas acciones en telenovelas, otros temas abordados fueron: derechos de la infancia, alfabetización y acoso sexual, en *Aquele beijo*; vida social y relación amorosa en la vejez, adopción y tratamiento de cáncer de próstata, en *A vida da gente*; desarrollo sustentable y prejuicio, en *Insensato coração*; incentivo a la lectura y trabajo voluntario, en *Morde & Assopra*; emancipación de la mujer, violencia doméstica y ética en la medicina, en *Fina Estampa*. Las telenovelas de Record también presentan inserciones sobre uso de drogas, violencia doméstica, Síndrome de Down, prevención de SIDA, importancia de la práctica deportista y adopción de chicos y adolescentes en *Vidas em jogo*; *bullying* y el alcoholismo, en *Rebelde*.

2. Análisis del año: ficción de estreno nacional e iberoamericana

Tabla 1. Ficciones exhibidas en 2011

TÍTULOS NACIONALES INÉDITOS – 41	TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 6
<p>Rede Globo – 29 títulos nacionales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Acampamento de férias</i> (miniserie) 2. <i>Aline</i> (serie) 3. <i>Amor em quatro atos</i> (serie) 4. <i>Aquele beijo</i> (telenovela) 5. <i>Araguaia</i> (telenovela) 6. <i>Astro, O</i> (telenovela) 7. <i>Batendo o ponto</i> (serie) 8. <i>Ben-amado, O</i> (miniserie) 9. <i>Chico Xavier</i> (miniserie) 10. <i>Cordel encantado</i> (telenovela) 11. <i>Divã</i> (serie) 12. <i>Fina estampa</i> (telenovela) 13. <i>Força tarefa</i> (serie) 14. <i>Grande família, A</i> (serie) 	<p>SBT – 1 título importado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Camaleões</i> (telenovela – México) <p>Band – 3 títulos importados</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. <i>Isa TKM</i> (serie – Venezuela) 3. <i>Quase anjos</i> - 1ª temporada (telenovela – Argentina) 4. <i>Quase anjos</i> - 2ª temporada (telenovela – Argentina) <p>TV Brasil – 2 títulos importados</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. <i>Equador</i> (serie – Portugal) 6. <i>Karkú</i> (telenovela – Chile)

<p>15. <i>Historia do amor, A</i> (cuadro de Fantástico*)</p> <p>16. <i>Homens de ben</i> (telefilm)</p> <p>17. <i>Insensato coração</i> (telenovela)</p> <p>18. <i>Lara com Z</i> (serie)</p> <p>19. <i>Macho man</i> (serie)</p> <p>20. <i>Malhação</i> (soap opera)</p> <p>21. <i>Morde e assopra</i> (telenovela)</p> <p>22. <i>Mulher invisível, A</i> (serie)</p> <p>23. <i>O relógio da aventura</i> (serie)</p> <p>24. <i>Passione</i> (telenovela)</p> <p>25. <i>Por toda minha vida-Cartola</i> (docudrama)</p> <p>26. <i>Por toda minha vida-Frenéticas</i> (docudrama)</p> <p>27. <i>Tapas e beijos</i> (serie)</p> <p>28. <i>Ti-ti-ti</i> (telenovela)</p> <p>29. <i>Vida da gente, A</i> (telenovela)</p> <p>Record – 6 títulos nacionales</p> <p>30. <i>Madeireiro, O</i> (telefilm)</p> <p>31. <i>Menino grapiúna, O</i> (telefilm)</p> <p>32. <i>Rebelde</i> (telenovela)</p> <p>33. <i>Ribeirão do tempo</i> (telenovela)</p> <p>34. <i>Sansão e Dalila</i> (miniserie)</p> <p>35. <i>Vidas en jogo</i> (telenovela)</p> <p>TV Brasil – 3 títulos nacionales</p> <p>39. <i>Brilhante F.C.</i> (miniserie)</p> <p>40. <i>Natália</i> (miniserie)</p> <p>41. <i>Vida de estagiário</i> (miniserie)</p> <p>Band – 2 títulos nacionales</p> <p>37. <i>Anjos do sexo</i> (serie)</p> <p>38. <i>Julie e os fantasmas</i> (serie)</p> <p>SBT – 1 título nacional</p> <p>36. <i>Amor e revolução</i> (telenovela)</p>	<p>TÍTULOS DE REPRISAS - 20</p> <p>Rede Globo</p> <p>1. <i>Clone, O</i> (telenovela)</p> <p>2. <i>Sete pecados</i> (telenovela)</p> <p>3. <i>Mulheres de areia</i> (telenovela)</p> <p>Record</p> <p>4. <i>Historia de Ester, A</i> (telenovela)</p> <p>5. <i>Mutantes, Os</i> (telenovela)</p> <p>SBT</p> <p>6. <i>Amigas e rivais</i> (telenovela)</p> <p>7. <i>Cristal</i> (telenovela)</p> <p>8. <i>Esmeralda</i> (telenovela)</p> <p>9. <i>Fascinação</i> (telenovela)</p> <p>10. <i>Historiade Ana Raio e Zé Trovão, A</i> (telenovela)</p> <p>11. <i>Maria Esperança</i> (telenovela)</p> <p>12. <i>Marimar</i> (telenovela)</p> <p>13. <i>Pérola negra</i> (telenovela)</p> <p>14. <i>Uma rosa com amor</i> (telenovela)</p> <p>Band</p> <p>15. <i>Julie e os fantasmas</i> (serie)</p> <p>TV Brasil</p> <p>16. <i>Alfavela</i> (unitario)</p> <p>17. <i>Brilhante F.C.</i> (serie)</p> <p>18. <i>Elvis e o cometa</i> (unitario)</p> <p>19. <i>Pulo do gato</i> (unitario)</p> <p>20. <i>Última saída, A</i> (unitario)</p> <p>TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXHIBIDOS: 67</p>
---	---

Fuente: Obitel Brasil

* Fantástico es una revista electrónica dominical exhibida por Rede Globo, en horario de mayor audiencia.

En 2011, el total de las ficciones televisivas exhibidas en canales abiertos en Brasil fue de 67, de las cuales 47 fueron inéditas, representando un aumento de un 6,3% frente a 2010. Rede Globo

fue la mayor responsable por ese aumento, ya que produjo 10 títulos más en 2011. El canal mantuvo hegemonía en esa producción, con casi 71% y 41 títulos inéditos. Record, bastante abajo, retomó el segundo lugar después de haber quedado en tercero en 2010, con seis títulos o un 15%. Sigue TV Brasil, con un poco más de un 7%, Band con un 5% y SBT con un 2% siendo que este último produjo apenas un título inédito a lo largo del año. Las novelas que fueron retransmitidas tuvieron un 150% de aumento en relación a 2010 (de ocho para 20), siendo apenas SBT responsable por la exhibición de 45% de ellas, seguido por la TV Brasil con un 25%, Rede Globo con un 15%, Record con un 10% y Band con un 5%.

Tabla 2. Total de ficciones de estreno en 2011

Ficción	Títulos	%	Capítulos/ Episodios	%	Horas	%
Nacional*	41	87,2	2.163	80,3	1.462:05	83,0
Iberoamericana	6	12,8	531	19,7	298:50	17,0
Latino-americana (ámbito Obitel)	6	12,8	531	19,7	298:50	17,0
Latino-americana (ámbito no Obitel)	-	-	-	-	-	-
EUA (producciones hispanica)	-	-	-	-	-	-
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Otras (coproducciones ibero- americanas)	-	-	-	-	-	-
1.1.1 Total	47	100,0	2.694	100,0	1.760:55	100,0

Fuente: Obitel Brasil

La producción nacional de estreno en el País, en 2011, fue de 41 capítulos, representando un 87% del total de los estrenos. Hubo la reducción de ocho títulos en relación a 2010 (49), pero con un aumento de más de un 13% en las horas nacionales producidas y de casi un 18% en relación a capítulos o episodios. Esa reducción ocurrió, pues Rede Globo no produjo unitarios (*spin-offs*, especiales), habitualmente exhibidos en el final del año, y SBT redujo su oferta de ficción inédita y apenas un título. Del total de horas exhibidas,

un 83% fueron de producción nacional y 17% iberoamericana, renovando la naturaleza mayoritariamente nacional de la producción de estreno, lo que ocurre desde el inicio de la serie *Obitel* en 2006. Seis títulos fueron importados de países del ámbito *Obitel*, lo mismo que en 2010, pero con un aumento de 11% de las horas debido a la sustitución de una serie por una telenovela.

Tabla 3. Ficciones de estreno exhibidas en Brasil, por país

País	Títulos	%	Capítulos/ Episodios	%	Horas	%
BRASIL	41	87,2	2.163	80,3	1.462:05	83,0
Argentina	2	4,4	197	7,3	118:30	6,7
Chile	1	2,1	128	4,8	51:10	2,9
Colombia	-	-	-	-	-	-
Ecuador	-	-	-	-	-	-
España	-	-	-	-	-	-
EUA (producción hispánica)	-	-	-	-	-	-
México	1	2,1	62	2,3	35:45	2,0
Portugal	1	2,1	30	1,1	24:00	1,4
Uruguay	-	-	-	-	-	-
Venezuela	1	2,1	114	4,2	69:25	4,0
Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoam/iberoam)	-	-	-	-	-	-
Total	47	100,0	2.694	100,0	1.760:55	100,0

Fuente: *Obitel Brasil*

En 2011, todos los seis títulos iberoamericanos fueron importados de países de ámbito *Obitel*, tal como en 2010. SBT exhibió la telenovela *Camaleões*, de México; Band exhibió dos temporadas de la telenovela *Quase anjos*, de Argentina, y la serie *Isa TKM*, DE Venezuela; y la TV Brasil transmitió la telenovela *Karkú*, de Chile, y la serie *Equador*, de Portugal. Se destaca que en 2011, las producciones argentinas sumaron más que las horas de producciones de Chile, México y Portugal juntas. Sin embargo, hubo la reducción de las ficciones mexicanas a apenas un título y 57 horas en relación a 2010 (2 títulos y 92 horas).

Según la tabla 4, el *prime time* nacional lideró en relación a las demás franjas horarias, concentrando un 40% de los capítulos/episodios y un 47% de las horas producidas en el año. La franja de la **noche** presentó un crecimiento de casi un 5% en relación a 2010, aproximándose de los 32%, mientras que la franja de la **tarde** tuvo una reducción de más de 4%, con un poco más de 21% de horas. Se observa mayor participación de las **producciones importadas** en la franja de la **tarde** con casi un 50% de las horas exhibidas mostrando aumento superior a un 4% en comparación a 2010. Se debe notar que no hubo exhibición de producciones iberoamericanas en *prime time* y que los horarios de **la tarde y de la mañana** (esta inaugurada en 2010) concentran un 92% de esa producción, habiendo existido un rápido aumento en ambos horarios. El *prime time* sigue siendo la franja horaria que concentra el mayor porcentaje de horas de ficción exhibida, con un 39%, mientras las franjas horarias de **tarde** y **noche** prácticamente nivelan. Con un 26% y 28% respectivamente. Por lo general, se nota que, en 2011, la ficción televisiva se distribuye normalmente a través de esas tres franjas horarias.

Tabla 4. Capítulos/Episodios y Horas exhibidas por Franja Horaria*

Franjas horarias**	Nacionales			Iberoamericanos			Total		
	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H
Mañana (06:00-12:00)	-	-	-	208	39,2	1:25:45	208	7,7	1:25:50
Tarde (12:00-19:00)	577	26,7	3:12:15	293	55,2	1:49:05	870	32,3	4:61:15
Prime Time (19:00-22:00)	866	40,0	6:88:10	-	-	-	866	32,2	6:88:10
Noche (22:00-06:00)	720	33,3	4:61:40	30	5,6	24:00	750	27,8	4:85:40
Total	2.163	100,0	1.462:05	531	100,0	2:98:50	2.694	100,0	1.760:55

Fuente: Obitel Brasil

* Las horas de capítulo o episodio completo fueron contabilizadas en la franja horaria en que más de un 50% del programa es exhibido. ** Las franjas horarias son definidas por el país.

Tabla 5. Formatos de la Ficción Nacional e Iberoamericana

Formatos	NACIONALES				IBEROAMERICANOS			
	Títulos	%	C/E	%	Títulos	%	C/E	%
Telenovela	14	34,2	1.653	76,4	4	66,7	387	72,9
Serie	13	31,7	173	8,0	2	33,3	144	27,1
Miniserie	7	17,1	66	3,0	-	-	-	-
Telefilm / TV movie	3	7,4	3	0,2	-	-	-	-
Unitario	-	-	-	-	-	-	-	-
Docudrama	2	4,8	2	0,1	-	-	-	-
Otros (soap opera, etc.)	2	4,8	266	12,3	-	-	-	-
TOTAL	41	100,0	2.163	100,0	6	100,0	531	100,0
					6	100,0	298:50	100,0

Fuente: Obitel Brasil

Según la tabla 5, nuevamente, la **telenovela** fue el formato más exhibido en 2011, con 14 títulos, un corto aumento (un título) en relación al año anterior. A pesar de la estabilidad en el número de títulos, hubo un aumento significativo en el número de horas: 1.222h frente a las 1.074h de 2010. De las 14 telenovelas, solamente Rede Globo produjo 10 (71%), dos más en relación a 2010. Record produjo el mismo número de títulos que en 2010 (tres) y SBT disminuyó de dos para un título. A su vez, las **series** aparecen con 13 títulos, uno más que en 2010, reafirmando el crecimiento continuo y gradual de ese formato desde el 2008²³. Las **miniseries** también crecieron, con siete títulos y aumento de 75%, tres títulos más que en 2010. En formato de **telefilm**, hubo tres títulos contra apenas uno en 2010 y 2009, lo que promocionó su presencia por el tercer año consecutivo. Como dijimos, no hubo exhibición de unitarios en 2011, causando caída vertiginosa en relación a 2010, cuando hubo 15 títulos en el formato. Dos hechos deben ser citados: Rede Globo no produjo ningún de sus tradicionales unitarios de fin de año y la TV Brasil transformó en miniseries los unitarios exhibidos en 2010²⁴. En el formato **docudrama**, hubo dos títulos en 2011 contra tres en 2010. En la categoría **otros**²⁵, dos títulos fueron exhibidos en 2011, frente a apenas uno en 2010. Con base en los datos de la tabla 5, parece posible afirmar que la diversificación de los formatos ficcionales ya constituye tendencia de la ficción televisiva brasileña, pues fueron reafirmados tanto la variedad como el aumento de títulos en cada formato.

²³ En 2008 fueron siete títulos, en 2009, 11 y en 2010, 12 títulos de series.

²⁴ En 2010, ocho episodios pilotos seleccionados en el pliego FICTV/Mais Cultura fueron exhibidos por la emisora. De esos, *Brilhante F.C.*, *Natália* y *Vida de estagiário* recibieron incentivo para producción de miniseries en 2011.

²⁵ A partir de este Anuario 2011, la categoría **otros** fue desmembrada y pasa a integrar apenas los formatos *soap opera* y cuadros de ficción, pasando los formatos **docudrama** y **unitario** a categorías autónomas.

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

Formatos	Mañana	%	Tarde	%	Prime Time	%	Nocturno	%	Total	%
Telenovela	-	-	3	49,9	7	63,7	4	18,2	14	34,1
Serie	-	-	1	16,7	1	9,1	11	50,0	13	31,7
Miniserie	-	-	1	16,7	2	18,2	4	18,2	7	17,1
Telefilm / TV movie	-	-	-	-	-	-	3	13,6	3	7,3
Unitario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Docudrama	-	-	-	-	-	-	2	8,3	2	4,9
Otros (soap opera, etc.)	-	-	1	16,7	1	-	-	-	2	4,9
Total	0	0,0	6	100,0	11	100,0	24	100,0	41	100,0

Fuente: Obitel Brasil

En la distribución de los formatos en la programación, las telenovelas predominan tranquilamente en el *prime time* y en el horario de la **tarde**. En cambio el horario **nocturno** presenta mayor diversificación de formatos, con series, telenovelas, miniseries y la novedad de tres telefilms.

El *prime time* exhibió 11 títulos, predominantemente de **telenovelas nacionales**. Rede Globo produjo sus seis tradicionales telenovelas para ese horario (*Ti-ti-ti*, *Passione*, *Morde & Assopra*, *Aquele beijo*, *Fina estampa*, *Insensato coração*) y Record, apenas una (*Rebelde*). La TV Brasil exhibió dos miniseries en *prime time* (*Brilhante F.C.* y *Vida de estagiário*).

La **noche** se destacó como horario privilegiado para la exhibición de **ficciones nacionales**, confirmando tendencia, ya marcada en 2010, de deslizamiento de horario de mayor audiencia para el nocturno. En los últimos 24 títulos exhibidos predominó el **formato serie**. Entre las series exhibidas, nueve fueron producciones inéditas de Rede Globo (*Tapas e beijos*, *A mulher invisível*, *Aline*, *Amor em quatro atos*, *Batendo o ponto*, *Divã*, *Força tarefa*, *Lara com Z*, *Macho man*). Band produjo La serie *Anjos do sexo*. De las siete **miniseries** nacionales producidas, cuatro fueron exhibidas en el horario nocturno: dos producciones de Rede Globo, originalmente películas

transformadas en miniseries (*O bem-amado* y *Chico Xavier*); una de Record (*Sansão e Dalila*) y una de TV Brasil (*Natália*). Se registra el aumento de títulos de **telefilm**. En 2011 fueron tres, un de Rede Globo (*Homens de ben*) y dos de Record (*O madeireiro* y *O menino Grapiúna*), siendo que este canal venía exhibiendo un telefilm por año desde el 2009. En el formato **docudrama**, Rede Globo presentó dos títulos: *Por toda minha vida – Cartola* y *Por toda minha vida – Frenéticas*. En **Otros** hubo la exhibición de *A História do amor*, programación de Fantástico. Una nueva característica de los formatos en la programación – también registrada en 2010 – fue el menor tiempo de duración de las series y miniseries, con un total de veinte títulos ocupando parte del horario de mayor audiencia y, principalmente, el horario nocturno, hecho que proporcionó perfil inédito a la programación en 2011. El *remake* de la telenovela *O astro*, a las 23h, con 64 capítulos, retrató bien esa tendencia.

**Tabla 7. Duración Capítulos/Episodios Nacionales
(sin intervalos comerciales)**

Duración	Capítulos/ Episodios	%
Curta (até 30')	391	18,1
Mediana (30'- 60')	1.751	80,9
Longa (+ 60')	21	1,0
Total	2.163	100,0

Fuente: Obitel Brasil

Desde el principio de la serie Obitel, los capítulos/episodios de **duración mediana** predominan en la ficción brasileña. Sin embargo, se observa un aumento gradual en la duración de los capítulos de las telenovelas de Rede Globo, principalmente las exhibidas a las 21h. Si la media de duración del capítulo de los últimos cuatro meses de 2010 fue de 52 minutos, en el mismo período en 2011, fue de 60 minutos. Por otro lado, los capítulos de **corta duración** tuvieron un aumento de casi 100 capítulos, 32,5% más que en 2010. Ese número es inédito y representa un movimiento contrario al que venía

siendo observado en años anteriores, una vez que en los cinco años de la serie *Obitel*, cuatro presentan caída y uno se mantuvo igual. Se percibe la valoración de las series de media hora, tradicional formato de las *sitcoms* norteamericanas. En cambio, los episodios de **larga duración**, mismo con el aumento del número total de capítulos/episodios retratado en la tabla 2, continúan presentando una rápido descenso, cayendo de 24 en 2010 para 21 en 2011.

Tabla 8. Época de la ficción Nacional

Época	Títulos	%
Presente	32	78,1
De Época	2	4,9
Histórica	6	14,6
Otras	1	2,4
Total	41	100,0

Fuente: *Obitel Brasil*

Cuanto a la temporalidad retratada por las ficciones, hubo el predominio de tramas en el presente, tendencia mantenida desde el principio de la serie *Obitel*, en 2006. De igual forma, en comparación con 2010, se destacó, en 2011, la exhibición tres veces más del número de títulos de narrativas **históricas**, de dos para seis ficciones: *Amor e Revolução* (SBT), *Sansão e Dalila* y *O menino Gra-piúna* (Record), *Chico Xavier* y dos especiales *Por toda minha vida*, uno dedicado a Cartola y otro a Frenéticas (Rede Globo). Las dos ficciones **de época** fueron *O cordel encantado* e *O ben-amado*. La serie *O relógio da aventura* (Rede Globo) fue clasificada en **otras**.

Tabla 9. Los 10 títulos más vistos en 2011: Origen, Formato, Share

Título	País de origen de la idea original/ guion	Canal	TV privada / pública	Formato	Guionista/ autor de la idea original	Audiencia % *	Share %
1°. <i>Passione</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Silvio de Abreu	43,97	67,1
2°. <i>Fina estampa</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Agnaldo Silva	40,13	64,0
3°. <i>Insensato coração</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Gilberto Braga / Ricardo Linhares	37,06	59,3
4°. <i>Ti-ti-ti</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Maria Adelaide Amaral	32,35	57,4
5°. <i>Morde & assopra</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Walcyr Carrasco	32,15	54,1
6°. <i>Cordel encantado</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Thelma Guedes / Duca Rachid	29,62	52,4
7°. <i>Tapas e beijos</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Serie	Claudio Paiva	28,89	48,8
8°. <i>A grande família</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Serie	Bernardo Guilherme / Marcelo Gonçalves	28,82	50,1
9°. <i>Aquele beijo</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Miguel Falabella	28,10	51,3
10°. <i>Araguaia</i>	Brasil	Rede Globo	Privada	Telenovela	Walther Negrão	25,17	48,3
Total de Producciones: 10	Guiones Originales Nacionales-100%			Guiones Extranjeros – 0%			

Fuente: IBOPE/Obitel Brasil

* Audiencia domiciliar. En 2011, en el PNT, 1 punto porcentual equivale a 184.730 viviendas.

En el quinto año consecutivo, producciones de Rede Globo ocupan integralmente el cuadro de las diez más grandes audiencias de ficción de la TV abierta brasileña, con producciones nacionales y guiones originales. Cuando analizado el *share*, se observan algunos cambios: *Aquele beijo* pasa de noveno para séptimo lugar y *Tapas e beijos* va para la novena posición. Se nota, por primera vez, desde el principio de la

serie *Obitel*, que ocho de los 10 títulos son telenovelas, confirmando la preferencia de los brasileños por la larga serialidad. Pero ahí también está reflejada la ausencia, en 2011, de los unitarios de fin de año de Rede Globo. Se destaca todavía el suceso de la longevidad de la serie *A grande família*²⁶, al aire desde el 2010 y estuvo *TopTen* en todos los años monitoreados por *Obitel*.

Tabla 10. Los 10 títulos más vistos en 2011 (de 01/01/11 a 31/12/11)

Título	Formato	Género	Año de Producción	Nº cap./epis.	Duración cap./epis.	Data primera transmisión	Data última transmisión	Franja horaria
1º <i>Passione</i>	Telenovela	Drama	2010/11	12	53 min.	01/01/11	15/01/11	Noble
2º <i>Fina estampa</i>	Telenovela	Drama	2011	114	59 min.	22/08/11	31/12/11	Noble
3º <i>Insensato coração</i>	Telenovela	Drama	2010/11	185	55 min.	17/01/11	20/08/11	Noble
4º <i>Ti-ti-ti</i>	Telenovela	Comedia Romántica	2010/11	66	49 min.	01/01/11	19/03/11	Noble
5º <i>Morde & assopra</i>	Telenovela	Comedia Romántica	2011	179	48 min.	21/03/11	15/10/11	Noble
6º <i>Cordel encantado</i>	Telenovela	Romance	2011	143	39 min.	11/04/11	24/09/11	Tarde
7º <i>Tapas e Beijos</i>	Serie	Comedia	2011	36	35 min.	05/04/11	20/12/11	Noche
8º <i>A grande família</i>	Serie	Comedia	2011	37	36 min.	07/04/11	15/12/11	Noche
9º <i>Aquele beijo</i>	Telenovela	Comedia Romántica	2011	66	48 min.	17/10/11	31/12/11	Noble
10º <i>Araguaia</i>	Telenovela	Drama	2010/11	83	39 min.	01/01/11	09/04/11	Tarde

Fuente: *Obitel Brasil*

²⁶ Es la segunda versión de la serie homónima y de gran suceso en los años 1970.

La tabla 10 muestra la mayoría de las ficciones del *top ten* en el horario de más audiencia y las telenovelas de las 21h en los tres primeros lugares, hecho también observado en los Anuarios 2010 y 2011. El horario de la tarde exhibió dos telenovelas y la de la noche dos series. Cuanto al género, se observa prácticamente un equilibrio entre drama y comedia romántica. Ya la duración de los capítulos/episodios evidencia el patrón de capítulos de media duración.

Tabla 11. Temáticas de los 10 títulos más vistos en 2011

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociales
1°. <i>Pas-sione</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ambición y venganza; - Falsedad ideológica - Adulterio y bastardía - Asesinatos 	<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia química - Abuso e explotación sexual - Pedofilia - Aborto
2°. <i>Fina estampa</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Desigualdad y confronto entre clases sociales - Secretos del pasado - Percepción extra-sensorial - Honestidad y trabajo como valores sociales - Disputa pela guarda de menores - Revelación de identidades 	<ul style="list-style-type: none"> - Violencia doméstica - Derechos de la infancia y adolescencia - Incentivo a la lectura y a la escritura - Prevención y tratamiento de enfermedades - Fertilización <i>in vitro</i> y gestación asistida - Prejuicio y discriminación
3°. <i>In-sensato Coração</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Rivalidad entre hermanos - Ambición y venganza - Disputa por herencia - Submundo del crimen - Nuevas configuraciones familiares. - Corrupción 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudadanía y derechos - Desarrollo sustentable - Educación formal - Homosexualidad y combate a la homofobia. - Actividades ilegales y corrupción - Prejuicio y discriminación
4°. <i>Ti-ti-ti</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ambición - Mundo da moda - Falsedad ideológica y revelación de identidad - Pérdida de memoria - Envidia y venganza 	<ul style="list-style-type: none"> - Prevención y tratamiento de enfermedades - Valoración de la diversidad cultural - Homosexualidad - Trabajo Voluntario
5°. <i>Morde & Assopra</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Conflicto de clases - Ambición - Política e corrupción - Robótica - Paleontología 	<ul style="list-style-type: none"> - Derechos básicos de ciudadanía - Desarrollo sustentable - Prejuicio y discriminación - Prevención y tratamiento de enfermedades - Salud de la gestante y del bebé - Actividades ilegales y corrupción - Trabajo voluntario

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociales
6°. <i>Cordel Encantado</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Historias y costumbre populares brasileños - <i>Cangaço</i> nordestino - Realeza europea, disputa de corona - Revelación de identidades - Premoniciones y milagros - Relaciones extraconyugales y bigamia 	<ul style="list-style-type: none"> - Derechos civiles y sociales - Violencia doméstica - Diversidad cultural y regional - Educación formal / alfabetización - Cuidados en la gestación
7°. <i>Tapas e beijos</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Amistad - Relación amorosa y extraconyugal - Amistad de mujeres con más de 30 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Sociedad suburbana
8°. <i>A grande família</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones familiares - Relaciones entre vecinos - Cotidiano das familias de las clases populares 	<ul style="list-style-type: none"> - Protagonismo femenino - Sociedad suburbana
9°. <i>Aquele beijo</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Revelación de identidades - Transexualidad - Prejuicio social y racial - Corrupción y crimen organizado - Falsedad ideológica - Abandono y maltrato de menores - Fenómenos paranormales 	<ul style="list-style-type: none"> - Derechos de la infancia y adolescencia - Divulgación de la cultura y de las artes - Educación formal / alfabetización - Acoso sexual - Actividades ilegales y corrupción
10°. <i>Araguaia</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura indígena, rituales y poderes mágicos. - Vida circense - Religiosidad - Persecución política e guerrilla del Araguaia en la década de 1970 - Protección ambiental y ecología 	<ul style="list-style-type: none"> - Derechos del niño y del adolescente - Explotación sustentable - Salud de la gestante y del bebé. - Prevención y tratamiento de enfermedades - Historia reciente del País

Fuente: Obitel Brasil/Globo Universidad

Como en otros años, las temáticas dominantes en las ficciones del *top ten* de 201 hacen parte de la matriz el género melodramático. En este año, tal cuadro se evidencia más claramente, pues ocho de las *top ten* son telenovelas. Sobresalen relaciones familiares, venganza, ambiciones, adulterio y revelaciones de identidad, bastardía, disputas entre clases sociales, prejuicios raciales y de clase, abandono de menores, corrupción. Pero, en su desenvolvimiento, las tramas

tratan de asuntos de grande actualidad, como protección ambiental, sustentabilidad y sexualidad(s) – homosexualidad, transexualidad – y nuevas formas familiares – lo que actualiza el género, refuerza su importancia socio-cultural y promueve en la narrativa el debate de problemas y conflictos actuales. Así, la presencia de temáticas sociales posibilita a las ficciones mayor proximidad con el cotidiano y abre espacio de discusión, especialmente en las telenovelas. Se notan, entre las temáticas sociales, asuntos relativos a la salud – destacados para tratamiento de varios tipos de cáncer; abordajes con enfoque legal y ético de la reproducción asistida y de la adopción de niños; pedofilia; violencia doméstica; y para la reproducción de temas como sustentabilidad y protección ambiental. Las temáticas sociales son desarrolladas a lo largo de la trama en distintos núcleos de las ficciones, posibilitando el tratamiento del asunto a partir de diversas perspectivas, complementares y antagónicas, viabilizando a la telenovela la condición de “narrativa televisiva compleja”.²⁷

Nuevamente, hay el predominio del ambiente urbano, inclusive en las series. Las metrópolis de Rio y de São Paulo constituyeron el espacio privilegiado para el desarrollo de las tramas. La acentuada importancia de los varios *subplots* hizo que se destacara, una vez más, el *protagonismo coral* en las telenovelas. El protagonismo coral y el ambiente popular suburbano son también las características de las dos series de comedia de *top ten* (*A grande familia* y *Entre tapas e beijos*). Entretanto, cabe destacar dos telenovelas en qué ambiente y localización geográfica ocurren afuera del eje de las metrópolis nacionales. *Araguaia* se pasa en la región de mismo nombre, en el interior de Brasil, en donde hubo intensa lucha entre la guerrilla y los militares en la década de 1970, y donde hay una rica cultura de matriz indígena. Se buscó, en esa telenovela, rescatar la minoría de esos acontecimientos de la historia reciente del país, al mismo tiempo en que se abordó la cuestión de la protección de

²⁷ Entendemos que la complejidad narrativa que Mittell (2006) atribuye a las series de la televisión norteamericana contemporánea vienen caracterizando la telenovela brasileña, por lo menos desde los años 1970.

manera socioeducativa. En cambio *Cordel Encantado* se pasa en la ciudad ficticia de Brogodó, cuya caracterización del escenario, alquileres y temáticas relacionadas a la literatura de cordel, mezclaron en una narrativa mítica el *cangaço* nordestino ya la corte europea. Todo para remeter de manera inequívoca a la cultura y al imaginario del Nordeste brasileño. La diversidad de espacios y tramas en el *top ten* es propicia a la producción de sentidos que no se fija apenas en la oposición arquetípica entre la ciudad y el campo, pero principalmente en una aprensión más compleja de las relaciones entre esos ambientes; al final, se trata de una realidad vivida por millones de brasileños que transitan aceleradamente entre un rural que se moderniza y el urbano que se vuelve rural.

3. Lo más destacado del año

La telenovela Cordel Encantado

Con un propuesta diferenciada en términos de abordaje y finalización estética²⁸, *Cordel Encantado*, telenovela de las 18h de Rede Globo, fue destaque en 2011. Escrita por Thelma Guedes y Duca Rachid, la trama se apoya en el abordaje creativo de un enredo bastante conocido del público: el amor prohibido entre una princesa y un plebeyo.²⁹

Ambientada en el inicio del siglo XX, en la ciudad ficticia de Brogodó, en el nordeste brasileño, y en Seráfia, ficticio reino europeo, *Cordel encantado* pone frente a frente dos universos aparentemente distintos que convergen en el tiempo y en el espacio para dar lugar a la búsqueda de la princesa perdida Aurora, hija del rey de Seráfia, creada como Açucena en tierras brasileñas por una pareja de

²⁸ *Cordel encantado* fue la primera telenovela de Rede Globo a utilizar cámaras de 24 cuadros por segundo que confieren a las imágenes texturas próximas a las del cine.

²⁹ La trama, más allá de los altos índices de audiencia para el horario, obtuvo gran repercusión en las redes sociales. Ilustra bien la presencia de *Cordel encantado* en internet el hecho de ella estar entre los diez ítems más buscados por la audiencia brasileña en Google conforme *Google trends*. Cf. *Google Zeitgeist 2011*. Disponible en: <http://www.google-zeitgeist.com/pt-BR/top-lists/br/fastest-rising-searches>. Acceso en 16/01/2012

nordestinos. El discurso híbrido de la cultura oral agreste construyó una trama atrapante basada en dos importantes matrices narrativas de la cultura brasileña: la literatura de cordel³⁰ y la telenovela. Los conflictos y sus entrelazamientos con historias de nuestra enciclopedia (Eco, 1997) remiten a la intertextualidad creada no apenas en términos literarios, pero también en términos de memoria de narrativas de cine y televisión. *Cordel encantado* nos atrapa por la polisemia y plasticidad semiótica del texto audiovisual en un mundo ficcional con referencias directas e indirectas a los elementos constituyentes de las matrices narrativas de la telenovela y del cordel. En términos narrativos, a lo largo de la trama, el guión utilizó elementos de historias como *Bella dormiente*, *Robin Hood*, *El hombre de la máscara de hierro* y *Grande Sertão: Veredas*. Pero, más allá de la pluralidad de elementos ligados a la fantasía, también hizo referencias a figuras históricas frecuentemente retratadas en la literatura de cordel: Lampião y Maria Bonita, São Francisco de Assis, Rey Dom Sebastião y Antonio Conselheiro. El tratamiento intertextual y la finalización estética crearon una fábula moderna y bien recibida por el público y por la crítica³¹.

Géneros y Formatos: la ficción brasileña por temporadas

Los *Anuarios Orbitel 2010* y *2011* destacaron la creciente importancia de las series en la programación de Rede Globo. En 2009, subrayábamos los experimentos en términos de formato y contenido y, en 2010, destacábamos la prevalencia de un modelo estructural

³⁰ De acuerdo con Sevcenko, las raíces de la literatura de cordel pueden ser encontradas en la cultura popular de base oral de la Europa medieval. “Su materia-prima eran ciclos de leyendas celtas y provenzales. Esos temas eran transmitidos de generación para generación de poblaciones analfabetas, por medio sobretodo de los cantadores de feria o, más tardíamente, de folletos impresos, expuestos en cordones en las barracas de los propios poetas. (...) Esa literatura oral se difundió en Brasil desde el inicio da colonización, especialmente en las regiones distantes de la influencia modernizadora de los puertos.” Cf. Sevcenko (1998, p. 137).

³¹ *Cordel encantado* fue elegido como la mejor telenovela de 2011 por la Asociación Paulista de Críticos de Arte (APCA), mejor telenovela y mejor figurín por el Premio Extra de TV y mejor autor (Duca Rachid y Thelma Guedes) en el 5° Premio QUEM.

que se aproximaba de las *sitcoms* norteamericanas con escenarios fijos y diálogos rápidos, tendiendo para el humor irónico y sarcástico, conforme se observa en *S.O.S. Emergência, A vida alheia, Separação?!*, con temporadas de más o menos 20 episodios.

En 2011, hubo series con temporadas más cortas como *Amor en cuatro actos* (4 episodios), *Aline* (5 episodios), *Batendo o ponto* (7 episodios), *Divã* y *Força-tarefa* (8 episodios cada), y dos series con dos temporadas durante el año, *A mulher invisível* (total de 13 episodios) y *Macho Man* (total de 20 episodios). Más allá de esos títulos, se destacaron dos series que ocuparon la programación durante todo el año y que figuran en *top ten*: la primera temporada de la comedia romántica *Tapas e beijos* (36 episodios) que retrata la vida amorosa de dos mujeres de clase media baja, alrededor de los 30 años, y la *sitcom* *A grande família* (37 episodios) que, en su 11ª temporada, es la serie de ficción más larga de la TV Brasileña.

Otro aspecto a ser destacado se refiere a la gran variedad en relación a género. En 2011, más allá de las comedias románticas (*Aline, A mulher invisível, Divã, Tapas & beijos*) hubo aquellas más próximas del formato *sitcom* (*Macho Man, Batendo o ponto, A grande família*). Se destacó, aún, la tercera temporada de *Força-tarefa* como única del género policial, con gran profundidad en el abordaje y estética poco comunes en la TV vierta brasileña. Cabe, finalmente destacar el *remake* de *O astro*³² en el horario de las 23h reinaugurando un horario de telenovelas de gran suceso en los años 1970 con abordaje más adulta. El *remake* tuvo 64 capítulos y estructura básica y que puede ser considerado un trabajo de experimentación dentro de las telenovelas brasileñas de la actualidad y demuestra inversión del canal en ese formato que posee características que facilitan su comercialización no creciente mercado internacional.

³² La primera versión de la novela, con 186 capítulos, exhibida de 06/12/1977 a 08/07/1978, en el horario de las 20h fue un de los grandes sucesos de Janete Clair con dirección de Gonzaga Blota y supervisión de Daniel Filho. El *remake* fue escrito por Alcides Nogueira y Geraldo Carneiro con dirección de Mauro Mendonça Filho y exhibido a las 23h, de martes a viernes, de 12/06 a 28/10/2011.

El discurso metaficcional de la telenovela: el auto referencia y el metalenguaje

Hace tiempo la telenovela brasileña hace uso del auto referencia y del metalenguaje como recursos narrativos y estilísticos, más o menos explícito, para la construcción de personajes y, consecuentemente, de tramas. Autores como Aguinaldo Silva, Benedito Rui Barbosa, Cassiano Gabus Mendes, Dias Gomes, Gilberto Braga, Glória Perez, Lauro César Muniz, apenas para citar algunos, utilizaron en sus historias personajes y también núcleos dramáticos enteros de otras narrativas ficcionales, evidenciando, de esa forma, la construcción con discursos diferentes de la telenovela. Ese tipo de construcción narrativa demanda del telespectador operaciones de producción de sentido ancorada en interpretaciones características de un lector de según nivel (Eco, 1997). En algunas ocasiones, la función de metalenguaje se vuelve más evidente a través de personajes que comentan, comparan conflictos y situaciones dramáticas a otros ya representados en otras telenovelas del propio autor o de otros autores. La función de esos personajes es activar la minoría del telespectador y permitir, entre otras posibilidades, la producción de sentidos ancorada en la identificación de conocimientos/ sentimientos compartidos por el personaje y por el telespectador.

En 2011, el discurso metaficcional estuvo presente entre las cinco primeras de los *top ten*, con destaque para *Passione*, *Fina Estampa* y *Ti-ti-ti*. En *Passione*, de Sílvio de Abreu, el personaje Clô (Irene Ravache) remitió claramente a Maria do Carmo (Regina Duarte) de *Rainha da Sucata* (de mismo autor, exhibida en 1990), En *Fina Estampa*, de Aguinaldo Silva, los enunciados cargados de la auto referencialidad quedaron más evidentes en dos personajes Thereza Cristina (Christiane Torloni) y Crô (Marcelo Serrado). Thereza Cristina comparaba con frecuencia sus actitudes a las de Nazareth Tedesco (Renata Sorrah), personaje de *Senhora do Destino* (de mismo autor). En *Ti-ti-ti*, de Maria Adelaide Amaral, los enunciados que remetían al auto referencialidad y al metalenguaje permearon los diversos núcleos dramáticos, sobretudo por tratarse

de un *remake* que mezcló tramas de dos telenovelas de suceso de Cassiano Gabus Mendes, *Ti-ti-ti* (Rede Globo, 1985-1986) y *Plumas & Paetês* (Rede Globo, 1980-1981). Otra telenovela que también presentó elementos bastante interesantes de auto referencia y meta-lenguaje fue *Aquele beijo*, escrita por Miguel Falabela, que se utilizó de la estrategia de presentar el propio autor como un narrador. En fin, todas esas telenovelas adoptaron instancias de enunciación que remetieron a la noción de metaficción caracterizando la “condición narrativa de la auto referencia, del relato sobre si misma, de la inserción en el texto narrativo de las propias preocupaciones por el estatuto de la narrativa” (Calatrava, 2008, p. 138). Esa mirada sobre si es una característica de las narrativas modernas que, como la telenovela, proporcionan ampliación de las relaciones entre los mundos posibles (Eco, 1997).

Un fracaso de 2011: la telenovela Amor y revolución

La telenovela *Amor e revolução*³³ puede ser considerada un fracaso tanto en términos temáticos como de categoría de novelas. La fragilidad del guión y de la producción frustraron las expectativas de la audiencia y de la crítica en relación al tratamiento el tema de la dictadura militar pos 1964. Presentada por la emisora como una ficción que mostraría de manera realista la lucha armada de grupos de izquierda en contra de la dictadura militar³⁴, la telenovela utilizó como estrategia para fortalecer el aspecto histórico, al final de cada capítulo, testimonio de ex perseguidos políticos y víctimas de tortura. Tales testimonios, mientras duraron, se destacaron más que la propia narrativa ficcional y, al lado de las cenas de tortura, no apenas molestaron militares – que llegaron a pedir censura de

³³ Escrita por Tiago Santiago y dirigida por Reynaldo Boury, Luiz Antonio Piá y Marcus Coqueiro. Producida y exhibida por SBT de 05/04/2011 a 13/01/2012, alrededor de las 22h.

³⁴ Cf. Un baño de historia antes del inicio de las grabaciones, *Estadão.com.br/Cultura*, 05/04/2011, acceso en 18/03/2012, disponible en: <http://www.estadao.com.br> ; SBT retoma la dictadura, in: *Estadão.com.br/Cultura*, de 05/04/2011, disponible en: <http://www.estadao.com.br>, acceso en 18/03/2012.

la telenovela³⁵ pero también alimentaron discusiones acaloradas en los diarios que pautaron las reacciones de militares y militantes de izquierda. A pesar de eso, la audiencia de la telenovela³⁶ no llegó al índice esperado por el canal que, por eso, optó por ablandar las escenas de tortura en favor de escenas de amor y por la suspensión de los testimonios. La trama contó con un caso de amor entre dos mujeres y exhibió un beso gay, hecho que fue visto como un intento de aumentar los ínfimos índices de la audiencia. Anunciada como la oportunidad para conocer los “oscuros años de plumbo” brasileños, acabó tornándose un desastre en todos los aspectos.

Temática homosexual y el combate a la homofobia

En 2011, la homosexualidad y el combate a la homofobia estuvieron presentes en buena parte de las telenovelas. Los destaques más grandes ocurrieron en personajes homosexuales en la *soap opera Malhação* y en las nuevas telenovelas *Insensato coração*, *Ti-ti-ti* y *Fina estampa* (todas de Rede Globo), *Vidas em jogo* (Record) y *Amor e revelação* (SBT), en la serie *Natalia* (TV Brasil). Esta última exhibió en la TV abierta el primer beso entre dos hombres (con poca repercusión en los medios). En *Fina estampa*, el personaje homosexual Crodoaldo Valério, Crô (Marcelo errado), alcanzó inmensa popularidad, a pesar de ser criticado por los medios por presentar características caricaturizadas. Pero, fue en *Insensato coração* que el abordaje de esa temática llegó a nuevos índices en la TV abierta brasileña, pues la telenovela trató de la cuestión por medio de diversos personajes homosexuales con diferentes historias de vida y actividades profesionales, distribuidos por los diversos *subplots* de la trama. Discursos a favor de los derechos de los homosexuales ganaron fuerza por medio de personajes (gays o no), exhibiendo una visión amplia de las reivindicaciones de los movimientos gays

³⁵ Cf. Militares intentan censurar novela de SBT sobre la represión, 14/04/2011, *Folha.com*, disponible en: <http://www1.folha.uol.com.br>, acceso en 18/03/2012.

³⁶ De acuerdo con el PNT IBOPE, la media de audiencia domiciliar de Amor y revolución fue de 4,5 puntos.

a partir de la realidad de los varios segmentos sociales. Los seis personajes *gays*, que fueron del ejecutivo al mozo, matizaron diferentes anhelos y reivindicaciones de las comunidades LGBTTIS³⁷, enfatizando el *merchandising* social en favor de la aceptación de la diversidad y del proyecto de ley (PLC 122/2006) en discusión en el Congreso Nacional.³⁸

4. La recepción transmediática

Como ya afirmamos, las ficciones de *top ten* exhibidas en el año de 2011 fueron todas producidas por Rede Globo y contaron con innovaciones en las propuestas de interacción online y offline hechas por productores. La tabla 1 ilustra las posibilidades de interacción de las ficciones por medio de las siguientes categorías: (1) **activa**; (2) **activa en tiempo real**; (3) **visualización** permite apenas ver los capítulos; (4) **visualización Activa** permite comentarios e interacción con otras personas; (5) **visualización activa en red** permite dejar comentarios e interactuar en las redes sociales; (6) **visualización transmediática**, por la cual productores ofrecen recursos como *chats*, juegos, *Twitter*, videos y fotos, con participación de protagonistas de las tramas. La tabla presenta los niveles de interactividad (Lopes et al., 2009) en cada una de las propuestas transmediáticas ofrecidas.

³⁷ Lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, intersexuales y simpatizantes.

³⁸ El proyecto de Ley de la Cámara 122/2006 criminaliza la discriminación cometida en contra de GLBTTIS o heterosexuales, así como en contra de personas con deficiencia y que estén en la vejez, y tubo evidencia debido a ataques homofóbicos que ocurrieron en el país en 2011.

Tabla 1 – Los top ten observados en su propuesta transmediática: tipos de interacción y prácticas dominantes

	Tele-novela	Canal	Propuesta de Transmediación	Tipo de Interacción Transmediática	Nivel de Interactividad	Tipo de Prácticas Dominantes
1	<i>Pas-sione</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Activa en Red	Activa	Interpretación. Lúdico. Compartir.
			Página en <i>Twitter</i> y <i>Twitter</i> de Personajes	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Recomendación. Imitación de la Celebración. Parodia. Crítica.
			Blog do Autor	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Discusión.
			Blog de Actores	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Discusión.
			Loja	Visualización Activa	Activa	Consumo.
			Medio Exterior	Visualización	Pasiva	Interpretación en Ómnibus y Metro
2	<i>Fina estampa</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Activa	Activa	Interpretación. Lúdico. Compartir.
			Página en <i>Twitter</i> , <i>Facebook</i> , <i>Orkut</i>	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Recomendación. Imitación de la Celebración. Parodia. Crítica.
			Blog do Autor	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario.
			Blog de Actores	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario.
			Loja	Visualización Activa	Activa	Consumo.
			Medio Exterior	Visualización	Pasiva	Asistir en Ómnibus y Metro
3	<i>Insen-sato co-ração</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización	Pasiva	Asistir. Pesquisar. Leer.
				Visualización Activa en Rede	Activa	Interpretación. Lúdico. Compartir.

	Tele-novela	Canal	Propuesta de Transmediación	Tipo de Interacción Transmediática	Nivel de Interactividad	Tipo de Prácticas Dominantes
			<i>Blog y Twitter</i> de Personajes	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Recomendación. Imitación de la Celebración. Parodia. Crítica.
			Blog do Autor	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario.
			Blog de Actores	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario.
			Loja	Visualización Activa	Activa	Consumo.
			Medio Exterior	Visualización	Pasiva	Interpretación en Ómnibus y Metro
4	<i>Ti-ti-ti</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Activa en Rede	Activa	Interpretación. Lúdico. Compartir.
			<i>Blog y Twitter</i> de Personagens	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Recomendación. Imitación de la Celebración. Parodia. Crítica.
			Blog de Actores	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario.
			Loja	Visualización Activa	Activa	Pesquisar. Comprar.
			Medio Exterior	Visualización	Pasiva	Asistir en Ómnibus y Metro
5	<i>Morde e assopra</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Activa en Rede	Activa	Interpretación. Lúdico. Compartir.
			<i>Blog</i> de Personajes	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Comentario. Interpretación. Recomendación. Celebración. Compartir. Lúdico.
			<i>Blog</i> de Actores	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Comentario. Interpretación. Recomendación. Celebración. Compartir.
			Loja	Visualización Activa	Activa	Consumo.

	Tele-novela	Canal	Propuesta de Transmediación	Tipo de Interacción Transmediática	Nivel de Interactividad	Tipo de Prácticas Dominantes
6	<i>Cordel encantado</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización	Pasiva	Compartir. Recomendación.
				Visualización Activa	Activa	Interpretación. Compartir. Recomendación. Lúdico.
				Visualización Transmediática	Creativa	Interpretación. Remix. Parodia. Recomendación. Celebración. Compartir.
			<i>Twitter da Telenovela</i>	Activa en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Comentario. Interpretación. Recomendación. Celebración. Crítica. Compartir. Discusión.
7	<i>Tapas e beijos</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Activa en Rede	Activa	Interpretación. Parodia. Compartir. Lúdico.
			<i>Twitter y Blog de Personajes</i>	Interactiva en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Recomendación. Imitación da Celebración. Parodia. Crítica.
			Loja	Visualización Interactiva	Activa	Consumo.
8	<i>A grande família</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Interactiva en Rede	Activa	Interpretación. Compartir.
			Loja	Visualización Interactiva	Activa	Consumo.
9	<i>Aquele beijo</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Interactiva en Rede	Activa	Interpretación. Lúdico. Compartir.
			<i>Twitter y Blog de Personajes</i>	Interactiva en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Comentario. Interpretación. Recomendación. Celebración. Crítica. Compartir. Discusión.
			Loja	Visualización Interactiva	Activa	Consumo.
			Medio Exterior	Visualización	Pasiva	Asistir en Ómnibus y Metro.

	Telenovela	Canal	Propuesta de Transmediación	Tipo de Interacción Transmediática	Nivel de Interactividad	Tipo de Prácticas Dominantes
10	<i>Araguaia</i>	Rede Globo	Sitio Oficial	Visualización Interactiva en Rede	Activa	Interpretación. Lúdico. Compartir.
			<i>Twitter</i> y <i>Blog</i> de Personajes	Interactiva en Tiempo Real	Activa/ Creativa	Interpretación. Comentario. Recomendación. Imitación de la Celebración. Parodia. Crítica.

Fuente: Obitel Brasil

Se observa en la tabla 1 que los sitios de las ficciones televisonadas de Rede Globo, siguen un menú básico común. Hay secciones en que es posible apenas la visualización pasiva – asistencia de capítulos de las telenovelas y lectura de noticias sobre la trama – no habiendo espacio para comentarios. Con todo, esas secciones permiten al usuario compartir el contenido en las redes sociales. Otras secciones ofrecen la visualización transmediática interactiva activa o creativa y en tiempo real. Los espacios de interactividad activa son compuestos de juegos, encuestas y aplicativos, en los cuales es posible la interactividad creativa y se permite la producción de contenido generado por el usuario (CGU), como remix de imágenes. Se destaca la inversión permanente en la creación exclusiva de contenidos en *blogs* y *Twitter* de personajes, de los autores y actores.

Cordel Encantado, telenovela de las 18h en Rede Globo, fue la elegida entre los *top ten* para estudio de caso de la recepción transmediática. Tal elección se justifica por haber presentado un universo temático y estético bastante diferenciado de las producciones exhibidas en ese horario. *Cordel encantado* se destacó por la fuerte presencia de elementos de la cultura popular del Nordeste brasileño y de la cultura mundial. – con fuerte apelo a los folletines del siglo XIX – reproduciendo los temas y los géneros del discurso presentes en la literatura de cordel. Parte de ese universo tuvo continuidad en sitio de *Cordel encantado* que ofreció links para los capítulos, perfiles de los personajes (algunos de ellos con videos exclusivos

de actores), noticias de bastidores y galería de fotos. Las secciones *Interatividade* y *Fique por dentro* tuvieron encuestas, juegos, contenidos diversos. Al final de la trama, los fans fueron invitados a enviar imágenes relacionadas con el universo de *Cordel encantado*, lo que resultó en una galería de fotos en el sitio oficial. El *Bolão do Cordel encantado* permitió al internauta dejar su palpito sobre el final de la ficción. Destaque para el documental sobre el *cangaço*, película producida por el personaje Penélope, periodista de la trama que registra la vida de los *cangaçeiros* de Brogodó. En la ficción, la exhibición del documental se pasó en el cine de la ciudad, en cambio, en la página de internet, los internautas tuvieron acceso a ese video integralmente. La historia del Reino de Seráfia fue contada por medio de un libro virtual de xilograbado exclusivamente en el sitio.

Cordel encantado fue al aire en el período de 11 de abril a 23 de septiembre de 2011, totalizando 143 capítulos. En la última semana de exhibición, el sitio de *Cordel encantado* recibió un total de 3.397.372 visitas y 9.926.059 *pageviews*. Fueron realizadas 3.614.693 requerimientos de videos de la novela, siendo 3.536.435 (98%) de partes con acceso libre y 78.258 (2%) enteros de los capítulos con acceso restringido a clientes. La última encuesta realizada por el sitio, “Cual fue la peor maldad de Timóteo?”, en los últimos tres días, obtuvo 10.293 votos³⁹. Tales datos demuestran una fuerte participación de la audiencia en el sitio y revelan prácticas de consumo de la telenovela.

La colecta de datos ocurrió entre 19 y 24 de septiembre de 2011, última semana de exhibición en la TV. Por el motivo del sitio no permitir comentarios, se hizo la colecta en la red social *Facebook*, a través de la palabra clave: “cordel encantado”, resultando más de 40 páginas. Para componer la muestra, se observan las páginas que contenían comentarios de fan en el período de la última semana de exhibición: segunda a sábado (incluyendo la repetición del capítulo final).

³⁹ Según datos de la Central Globo de Producción y Google Analytics.

Comunidad 1: 1.339 miembros. Fecha en que entró en *Facebook*: marzo/2011. Fecha del último post: febrero/2012. Número de comentarios en la última semana: 187 comentarios.

Comunidad 2: 375 miembros. Fecha en que entró en *Facebook*: mayo/2011. Fecha del último post: 22/11/2011. Número de comentarios en la última semana: 85 comentarios.

Comunidad 3: 240 miembros. Fecha en que entró en *Facebook*: junio/2011. Fecha del último comentario: Número de comentarios en la última semana: 50 comentarios.

Tabla 2 - Número de comentarios por día (*Facebook*) en la última semana de exhibición de *Cordel encantado*

Capítulos	Número de Comentarios*
Capítulo 139	38
Capítulo 140	56
Capítulo 141	38
Capítulo 142	32
Capítulo 143	125
TOTAL	289

* En la reunión de datos fueron considerados los comentarios de lunes a viernes. Los comentarios referentes a la repetición del último capítulo, el viernes, fueron excluidos.

Fuente: *Obitel Brasil*

En la semana analizada, hubo un total de 289 comentarios en *Facebook*. El capítulo que recibió más comentarios fue el último, exhibido el 23/09/2011 (viernes), con 125 contenidos generados por los usuarios (CGU) en las comunidades monitoreadas. Es importante resaltar que se observaron diferencias entre las comunidades, principalmente cuanto al nivel de interacción de los usuarios en la última semana. En las comunidades 1 y 2, se averiguó la divulgación del contenido del sitio oficial de la telenovela, lo que funcionaba como un canal informativo de la trama y, por eso, menos interactivo.

En la Comunidad 3, hubo el menor número de miembros y de comentarios, pero la gran interactividad en las discusiones marcó

la página en *Facebook*. La pareja Dora y Felipe fue el favorito por los fans que crearon el nombre Dolipe para hacer referencia a ellos.

Tabla 3 - Tipos de comentarios publicados

Cap./Día	No. de comentarios	Tipos de comentarios	Comentarios entre usuarios	Tipos de comentarios entre los usuarios
Cap. 139 19/09/11	38	Historia 17 + Personaje 21 + Actores 8 + Autor 1 + Temáticas 3 + Canal 2 + Horario 1 + Música 2 + Link pág. ficción 17 Link videos 2 Otros links 7	Hay comentarios entre usuarios Interactividad activa 37 interactividad creativa 1	Referencial 29 Emotiva 13
Cap. 140 20/09/11	56	Historia 31 + 1 - Personaje 30 + Actores 8 + Autor 1 + Temática 3 + Canal 1 + Link pág. ficción 12 Link vídeos 1 Otros links 6	Hay comentarios entre usuarios Interactividad activa 53 Interactividad creativa 3	Referencial 23 Emotiva 32 Conativa 2
Cap. 141 21/09/11	38	Historia 12 + Personaje 29 + Actores 9 + Director 1 + Autor 1 + Temáticas 1 + Canal 1 + Link pág. ficción 5 Otros links 5	Hay comentarios entre usuarios Interactividad activa 34 Interactividad creativa 4	Referencial 23 Emotiva 14 Conativa 1
Cap. 142 22/09/11	32	Historia 18 + Personaje 17 + Actores 4 + Autor 1 + Temáticas 1 + Link pág. Ficción 8 Link vídeos 1 Otros links 3	Hay comentarios entre usuarios Interactividad activa 32	Referencial 17 Emotiva 16 Conativa 1

Cap./Día	No. de comentarios	Tipos de comentarios	Comentarios entre usuarios	Tipos de comentarios entre los usuarios
Cap. 143 23/09/11	125	Historia 74 + 3 - Personaje 65 + Actores 20 + Director 6+ Autor 5 + Temáticas 10 + Canal 2 + Horario 2 + Link pág. Ficción 27 Link vídeos 1 Otros links 17	Hay comentarios entre usuarios Interactividad activa 125	Referencial 59 Emotiva 75 Conativa 1 Metalingüística 1

Fuente: Obitel Brasil

En la tabla 3, se observan las características de los CGU. Como los datos fueron reunidos en *Facebook*, cada comentario fue considerado/contado como una interactividad activa, en función de implicar un acción inicial o de retorno a otra. Pocos comentarios fueron considerados creativos, pues la mayoría se refería a links y a noticias sobre la trama. Sin embargo, se debe resaltar que mismo esos procedimientos implican una inversión emocional del fan con relación a la trama, pues involucra lectura, selección y direccionamiento de mensajes que interesan a la comunidad. Al final de la última semana de exhibición, los comentarios eran nostálgicos, resaltando la recepción favorable a la telenovela. Se observa que la historia y personajes ocuparon el centro de las interacciones, una vez que ese es el momento de expectativa cuanto a la resolución de los conflictos. Por ese motivo, hubo el predominio de las funciones referencial y emotiva.

Fan1: *Felicitaciones por El éxito de La novela! Una de las pocas que me gustó mucho, pero tanto que ya la extraño! Ustedes son BUENÍSIMOS! Súper felicitaciones a los autores, director, actores, todo el equipo! :D 24 de Septiembre de 2011 a las 21:44*

Fan2: *Mejor entretenimiento de los últimos tiempos! Una novela que trajo cultura, sueños, encantamiento y talento; eso no vemos hace tiempo, pues parecía que solo groserías y programas de ese nivel daban audiencia. Gracias autoras por esa buena memoria que cordel ya nos dejó! 21 de Septiembre de 2011 a las 02:20.*

Los fans se referían a personajes más carismáticos, mejores performances de actores/actrices, pares románticos, favoritos, sugerencias del final. Las conversaciones fueron sobre figurín, audiencia, entrevistas de actores y artículos con críticas aprobadas en las comunidades.

Fan 3: *amo amo amo d+++++ esta linda novela y solo la miro por La pareja más linda y más peleadora de Brasil Dora y Felipe es obvio!! DOLIPE FOREVER!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! “que pareja tan hermosa!!!!” son lindos!!!!!!!!!! viste! 19 de Septiembre de 2011 a las 17:30*

Fan 4: *Ya me estoy sintiendo huérfana de Cordel Encantado... nunca vi tanta belleza, buen elenco y buena historia juntos en una sola novela!! Felicitaciones Red Globo!!! 25 de Septiembre de 2011 a las 22:48*

Se observa un gran número de links en la página oficial de la telenovela direccionados, en su mayoría, para juegos, aplicativos, encuestas y noticias referentes al capítulo del día. Algunos comentarios se destinan directamente a los autores y a la producción de la telenovela. Otro aspecto interesante de los comentarios se refirió a la duración de la telenovela, los fans aprobaron el hecho de *Cordel encantado* no ser tan longa como otras telenovelas. (143 capítulos X 180 en media).

Más allá del destaque en términos estéticos y narrativos, *Cordel encantado* se consolidó por la movida generada en internet. Las comunidades elucidan las estrategias interactivas de los fans que, a pesar de la restricción de prácticas en el sitio oficial de la telenovela, construyen espacios de sentido y de agrupamiento en que la telenovela puede ser comentada, compartida y elogiada.

5. Tema del año: transnacionalización de la ficción televisiva brasileña

El panorama internacional de la televisión, en la segunda década del siglo 21, es un terreno complejo de evoluciones y tendencias contradictorias. Desde los primeros años de la TV, los Estados Unidos han sido el más importantes exportador de series, seriados y game show de TV. Pero hoy ese panorama cambió y los nuevos países se imponen en la venta de la producción televisiva. Es el caso de Brasil.

Históricamente, la comercialización de la telenovela *O bem-amado* (Rede Globo, 1973) para el Uruguay, en 1973,⁴⁰ es el marco inicial del proceso de transnacionalización de la ficción televisiva brasileña. Hasta ahí la exportación brasileña se había limitado a la venta de guiones iniciada en 1970 con la telenovela exhibida en 1969 por la TV Tupi, *Nino, o italianinho* (Alencar, 2002). A lo largo de las últimas cuatro décadas, Brasil se tornó uno de los principales exportadores de ficción televisiva siendo la telenovela el formato brasileño más visto en el exterior. Ese crecimiento debe ser analizado como integrante del proceso histórico de consolidación de una industria brasileña de televisión que se apoyó en un robusto mercado interno (Mattelart e Mattelart, 1998; Wolton, 1996, Sinclair, 2009). Los canales de TV abierta en Brasil son fruto de concesión pública gubernamental, cuyo reglamento exige que su capital sea, por lo menos, 70/5 de origen nacional.⁴¹ Sin embargo, mismo con La apertura de un 30% al capital extranjero, en vigor desde 2002, la propiedad de canales de TV abierta sigue siendo enteramente brasileña. Esbozado en líneas generales, ese escenario se estructura a través de seis redes nacionales de televisión (cinco privadas y un del estado), conforme descrito en el tópico 1 de este capítulo, “Formadas por una cabeza de red, que arma la programación, y un conjunto

⁴⁰ Cf. datos del Boletín CGCOM de Rede Globo.

⁴¹ Los marcos legales referentes a la propiedad de las televisiones están en la Emenda Constitucional 036/02 y la Ley 10.610/02. Cf. Mapeamento TV Abierta, Ancine, 2010. Disponible en: http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_TVAberta_Publicacao.pdf, acceso en 30/03/2012.

de canales afiliadas que transmiten parte o la totalidad de la programación” (ANCINE, 2010, p. 21). Esa estructura en vertical se caracteriza por la participación de los canales tanto en la producción y programación como en la entrega del contenido audiovisual.

La tabla 1 presenta los indicadores de las emisoras como a la propiedad, producción, comercialización y exportación.

Tabla 1. Indicadores de propiedades de medios

Propiedad	Casa Productora	Canal TV ⁴²	Agencias comercial.	Distrib. exportación	Total
Nacional	Rede Globo Ltda.	Rede Globo 15 canales propios 79 afiliadas Globosat 36 canales TVGlobo Internacional	Rede Globo Internacional	Rede Globo Internacional	100% Nacional
	Rádio e Televisão Bandeirantes Ltda	Band 9 canales propios 20 afiliadas Band News Band Sports Terra Viva Band Internacional Sim TV	Band Contents Distribution	Band Contents Distribution	
	Radio e Televisão Record S/A	TV Record 5 canales propios 25 afiliadas Record News Record Internacional	Record Comercial	Record Comercial	
	TV SBT Canal 4 de São Paulo S/A	SBT 8 canales propios 42 afiliadas	SBT International Sales	SBT International Sales	
	TV Brasil	TV Brasil TV Brasil Internacional	EBC – Empresa Brasil de Comunicação	EBC – Empresa Brasil de Comunicação	
Inversión Extranjera	0%	0%	0%	0%	0%
Subsidiaria Extranjera	0%	0%	0%	0%	0%
Total	Brasil - 5	Brasil - 5	Brasil - 5	Brasil - 5	

Fuente: Obitel Brasil

⁴² Cf. datos de ANCINE, disponibles en: www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_TVAberta_Publicacao.pdf, acceso en 31/03/2012.

En este contexto, las tres más grandes emisoras productoras de ficción, Rede Globo, Record y SBT, mantienen, grandes núcleos de producción reconocidos tanto por el equipamiento y capacidad de producción como por sus dimensiones geográficas⁴³. La existencia de esos núcleos de producción, creados sobretudo a partir de los años 1990, no significa que las tramas de la telenovela brasileña tengan restringiéndose a los estudios localizados en esos centros. Todo lo contrario, es justamente a partir de esa época que las locaciones en otros países empiezan a ganar fuerza hasta que se vuelven comunes en nuestros años 2000, cuando buena parte de los primeros capítulos de las tramas de las 20h, de Rede Globo, es grabada en el exterior.⁴⁴ Recurso también utilizado posteriormente en telenovelas de Record y SBT. Paralelamente a las grabaciones en el exterior, se empieza a observar, en los años 1990, la instrucción de actores extranjeros, principalmente portugueses, en telenovelas de Rede Globo, participación que ocurría inicialmente en aquellas realizadas en régimen de coproducción, pero que actualmente se confirman en producciones enteramente brasileñas.

⁴³ De acuerdo con el reporte de ANCINE, desde 1995, Rede Globo “posee el más grande núcleo televisivo de América Latina, con área total de 3,99 millones de metros cuadrados (Central Globo de Producción – Projac) conteniendo diez estudios de grabación y ciudades escenográficas para sus producciones. Todavía en década de 90, SBT, su principal concurrente, también construyó un gran centro de televisión, o CDT, (231.000 m² siendo 85.000 m² de área construida) siendo el tercer más grande centro televisivo de Brasil. En marzo de 2005, la Red Record creó un núcleo también en Río, llamado RecNov (Record Novelas), cuya área es de 280.000 m², siendo o según más grande de Brasil.”, cf. TV Mapeamento, Agencia Nacional de Cine, documento disponible en: http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_TVAberta_Publicacao.pdf, acceso 31/03/2012.

⁴⁴ Levantamiento realizado por CETVN contabilizó que de 01 enero de 1990 a 30 de marzo de 2012 Rede Globo, la mayor productora de ficción del País, presentó 49 telenovelas con tramas que contaron con grabaciones en el exterior, siendo 22 producciones exhibidas en los horarios de las 21h, 17 producciones a las 19h y 10 telenovelas exhibidas a las 18h. Del total, 32 fueron llevadas al aire a partir de 2000. El levantamiento tuvo como fuentes: boletines de programación (material de CETVN); Diccionario de Rede Globo, v.1: programas de dramaturgia & entretenimiento/Proyecto Memoria de las Organizaciones Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003; Sitio Memoria Globo: www.memoria-globo.globo.com, acceso en 05/04/2012; Sitio Teledramaturgia: www.teledramaturgia.com.br, acceso en 05/04/2012.

Si, por un lado, del punto de vista comercial, todos esos recursos pueden provocar identificación de otras culturas con tramas y personajes de las narrativas brasileñas, facilitando su comercialización en el mercado internacional⁴⁵, por otro lado, la telenovela brasileña, considerada en su dimensión de matriz cultural (Martín-Barbero, 2001), sin dejar de presentar su enraizamiento nacional, empieza a poner en escena el universo simbólico de otras culturas con las cuales se contraponen y se hace híbrido.

Eso puede ser observado en la tabla 2 en que están registradas las locaciones en el exterior y la participación de actores extranjeros en las tramas de *top ten* 2011.

Tabla 2. El transnacional en los *top ten* 2011

Elenco y Locaciones de los <i>top ten</i>				
	País de origen autor/creador	Casa productora	5 Personajes principales	Locaciones o Narrativas Ubicadas en:
<i>1°. Pas-sione</i>	Silvio de Abreu (Brasil)	Rede Globo	Fernanda Montenegro – BR Toni Ramos – BR Mariana Ximenes – BR Reynaldo Gianecchini – BR Marcello Antony – BR	Brasil (São Paulo) Italia (Toscana)
<i>2°. Fina estampa</i>	Aguinaldo Silva (Brasil)	Rede Globo	Lilia Cabral – BR Christiane Torloni – BR Dalton Vigh – BR Marcelo Serrado – BR Paulo Rocha – Portugal	Brasil (Rio de Janeiro)
<i>3°. In-sensato coração</i>	Gilberto Braga e Ricardo Linhares (Brasil)	Rede Globo	Gloria Pires – BR Gabriel Braga Nunes – BR Paola Oliveira – BR Eriberto Leão – BR Ricardo Pereira – Portugal	Brasil (Rio de Janeiro, Florianópolis)
<i>4°. Ti-ti-ti</i>	Maria Adelaide Amaral (Brasil)	Rede Globo	Murilo Benício – BR Alexandre Borges – BR Claudia Raia – BR Christiane Torloni – BR Malu Mader – BR	Brasil (Belo Horizonte, Rio de Janeiro y São Paulo)

⁴⁵ En ese contexto, Thussu (2007) afirma la importancia del movimiento de contraflujo, o sea, lo de la producción de países emergentes que conquista audiencia de países de América del Norte y Europa. En el caso de Brasil, contribuyen para la internacionalización la calidad del producto nacional y las frecuentes locaciones en exterior.

	País de origen autor/creador	Casa productora	<i>Casting</i> 5 Personajes principales	Locaciones o Narrativas Ubicadas en:
5°. <i>Morde & aso- pra</i>	Walcyr Carrasco (Brasil)	Rede Globo	Adriana Esteves – BR Marcos Pasquim – BR Flávia Alessandra – BR Mateus Solano – BR Cassia Kiss Magro – BR	Brasil (São Paulo) Japón (Tokio, Monte Fuji, Shirakawago)
6°. <i>Cordel encantado</i>	Thelma Guedes y Duca Rachid (Brasil)	Rede Globo	Bianca Bin – BR Cauã Reymond – BR Bruno Gagliasso – BR Nathalia Dill – BR Domingos Montangner – BR	Brasil (Nordeste) Francia (Vale do Loire)
7°. <i>Tapas e beijos</i>	Claudio Paiva (Brasil)	Rede Globo	Fernanda Torres – BR Andrea Beltrão – BR Fábio Assunção – BR Vladimir Brichta – BR	Brasil (Rio de Janeiro)
8°. <i>A grande família</i>	Bernardo Guilherme y Marcelo Gonçalves (Brasil)	Rede Globo	Marco Nanini – BR Marieta Severo – BR Pedro Cardoso – BR Lúcio Mauro Filho – BR Guta Stresser – BR	Brasil (Rio de Janeiro)
9°. <i>Aquele beijo</i>	Miguel Falabella (Brasil)	Rede Globo	Ricardo Pereira – Portugal Giovanna Antonelli – BR Marina Mota – Portugal Maria Vieira – Portugal Manolo Cardona – Colômbia	Brasil (Paraíba e Rio de Janeiro) Colombia (Cartagena) Francia (Paris)
10°. <i>Araguaia</i>	Walther Negrão (Brasil)	Rede Globo	Murilo Rosa – BR Cleo Pires – BR Milena Toscano – BR Lima Duarte – BR Júlia Lemmertz – BR	Brasil (Centro-Oeste)
Totales	Brasil - 10	Brasil - 10	Brasil – 43 Portugal – 4	Brasil – 10 Francia – 2 Italia – 1 Colombia – 1 Japón – 1

Fuente: Obitel-Brasil

En 2011, todas las ficciones de los *top ten* son de origen brasileña y escritas por autores nacionales y ese ha sido el carácter nacional una vez más reiterado por las producciones de Rede Globo. Cuatro ficciones contaron con actores extranjeros en el elenco, pero apenas

dos de ellos como protagonistas: el portugués Ricardo Pereira, en *Aquele beijo* y Paulo Rocha (*Fina Estampa*). Cuatro entre ocho telenovelas tuvieron escenas grabadas en el exterior.

La teleficción brasileña en el mundo

Especialistas en Comunicación Internacional, tales como Sinclair (1999, 2009), Straubhaar (2007), Biltereyst y Meers (2010) son unánimes en atribuir a un conjunto variado de factores a la globalización de la producción televisiva de América Latina citando como principales: la región geolingüística, la proximidad cultural, la tecnología (aparecimiento del cable y del satélite), la economía (la desregulación de los canales públicos en Europa) y la política (el fin de la Unión Soviética que generó nuevos canales privados).

De manera más específica, autores como Moura y Bolaño (2007) vinculan la internacionalización de las emisoras de televisión a la exportación de programas, de formatos, de capital y de programación (hecha a través de contratos con programadores o de canales internacionales). Con el corto panorama que se sigue, se puede observar que las emisoras brasileñas actúan en los diversos segmentos yendo de la exportación de programas completos, pasando por la comercialización de guiones/formatos hasta la implementación de canales internacionales con contenido especialmente destinado a las comunidades de lengua portuguesa afuera de Brasil.

La telenovela sigue siendo el producto ficcional más exportado por las emisoras brasileñas tanto en cantidades de títulos como en número de comercializaciones como puede ser visto en el Cuadro 1. Las telenovelas son casi un 90% de las ventas hechas en 2011 reforzando esa fuerte característica de las exportaciones brasileñas, observada desde su inicio en la década de 1970.⁴⁶

⁴⁶ En la década de 1970 *O bem-Amado* y *Gabriela* ganó espacio en las emisoras latinoamericanas. En 1984, las ventas de telenovelas y series de Rede Globo llegaron a 92 países (Ortiz et al., 1988, p. 118).

Cuadro 1. Formatos comercializados en 2011

Formato comercializado en 2011	Títulos	%	Comercializaciones	%
Telenovela	39	73,6	131	86,2
Serie	5	9,4	5	3,3
Miniserie	9	17,0	16	10,5
Total	53	100,0	152	100,0

Fuente: Obitel-Brasil/ GU/Band

La tabla 3 muestra la relación entre exportación e importación de las ficciones en Brasil en 2011. En la primera y segunda columnas están los países (del ámbito Obitel y no Obitel) de donde se importaron las ficciones exhibidas en Brasil en el año de 2011. En la tercera columna, se encuentran las ficciones exportadas por Rede Globo y por Band, únicas emisoras que previeron a Obitel Brasil datos de su exportación relativos a 2011.⁴⁷

Tabla 3. Audiencias y conexiones transnacionales de las ficciones en 2011

Flujos televisivos y proximidad cultural y lingüística – Títulos de estreno		
	Países de donde se importa la ficción	Países a los cuales se exporta la ficción
Nacional	0	0
Ámbito Obitel	7	50 (siendo 13 de estreno)
Argentina	2	5 (1 estreno)
Chile	1	5 (1 estreno)
España	1	2 (ningún estreno)
EUA	0	21 (4 estrenos)
Ecuador	0	9 (2 estrenos)
Portugal	1	5 (3 estrenos)
México	1	3 (2 estrenos)
Venezuela	1	0
No-Obitel	0	94 (19 estrenos)

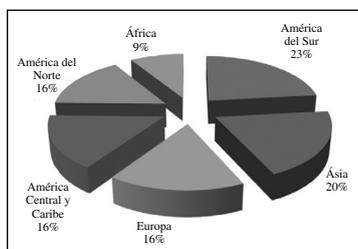
Fuente: /Obitel-Brasil/GU/Band

⁴⁷ También no están computadas ficciones negociadas por la TV Brasil que informó no comercializar contenidos y que apenas importa/exporta por medio de permuta con canales públicos extranjeros.

Todavía en lo que se refiere a las ventas ocurridas en 2011, se observa que cuatro títulos de *top ten* fueron comercializados aún durante su exhibición en Brasil – *Passione*, *Ti-ti-ti*, *Morde e Assopra* y *Cordel encantado*. *Passione* la ficción más exportada del año, llegó a 19 países⁴⁸.

En el Cuadro 2, es posible observar las ventas por región de las ficciones brasileñas de Rede Globo y de Band.

Cuadro 2. Comercialización de la ficción brasileña, en 2011, por regiones⁴⁹



Fuente: Obitel Brasil / GU / Band

Regiones	Nº de comercializaciones	%
América del Sur	34	23,4
Asia	29	19,9
Europa	24	16,4
América Central y Caribe	23	15,7
América del Norte ¹	23	15,7
África	13	8,9
TOTAL	146	100,0

Las exportaciones de ficciones de Rede Globo, en 2011, llegaron a cinco continentes. Fueron vendidas 48 ficciones para 46 países, totalizando 146 comercializaciones. La región que más compró ficciones brasileñas fue América del Sur, con un 23%. Estados Unidos hispánico fue el mayor comprador de ficciones del año, con 15 productos.

En el cuadro 3 están registrados los títulos vendidos en 2011 por Rede Globo y Band y sus respectivos números de comercializaciones. Es posible observar entre los títulos comercializados la longevidad de algunos de ellos como la telenovela *Vale Tudo* (Rede

⁴⁸ Conforme datos de Rede Globo Universidad a Obitel-Brasil y que también son la fuente del cuadro 2.

⁴⁹ El mercado de ficciones de América del norte es dividido en EUA Hispánico (15); EUA portugués (3) y Canadá (2)

Globo, 1998), la miniserie *Dona Flor e seus dois maridos* (Rede Globo, 1997).

Cuadro 3. Ficciones y el número de países que fueron vendidas en 2011.*

<p>Rede Globo – 48 ficciones Total comercializaciones: 152</p> <p>Telenovelas Passione* – 19 Cama de gato – 16 Viver a vida – 9 Caminho das índias – 6 Escrito nas estrelas – 6 Ti-ti-ti 2010* – 6 Paraíso 2009 – 5 A favorita – 4 Duas caras – 4 El clón 2010 – 4 O rei do gado – 4 Por amor – 4 Laços de família – 3 O clone* – 3 Páginas da vida – 3 Senhora do destino – 3 Alma gêmea – 2 América – 2 Caras e bocas – 2 Cobras e lagartos – 2</p>	<p>Desejo proibido – 2 Sete pecados* – 2 Sinhá moça 2006 – 2 Terra nostra – 2 A próxima vítima – 1 Beleza pura – 1 Morde e assopra* – 1 O cravo e a rosa – 1 O profeta – 1 Chocolate com pimenta – 1 Como uma onda – 1 Cordel encantado* – 1 Da cor do pecado – 1 O astro 2011* – 1 Tempos modernos – 1 Torre de babel – 1 Vale tudo – 1</p> <p>Miniseries A casa das sete mulhe- res – 3 Amazônia – 2 Aquarela do Brasil – 1 Dona Flor e seus dois maridos – 1 Hilda furacão – 1</p>	<p>JK – 1 Mad Maria – 1 Maysa – 5 Os Maias – 1</p> <p>Series A diarista – 1 Começar de novo – 1</p> <p>BAND – 5 ficciones Total comercializaciones: 6</p> <p>Telenovela Água na boca – 2</p> <p>Series Anjos do sexo - 1 Brillhante F.C.* – 1 Descolados – 1 Julie e os fantasmas* – 1</p>
---	---	--

Fuente: Globo Universidad/Band/Obitel-Brasil

*Ficciones exhibidas en 2011 – inéditas y reprises

Como productora internacional, Rede Globo ha presentado sus producciones en ferias mundiales de televisión, como las tradicionales NAPTE, en Miami y MIPTV, en Cannes, donde suele disponer una media de 60 productos por evento.⁵⁰ Band⁵¹ también ha participado de eventos internacionales de comercialización de contenidos ofreciendo telenovelas y miniseries.

⁵⁰ Según Globo Universidad, otras ferias internacionales frecuentadas por Rede Globo son: ATF, BANFF, Realscreen Summit.

Band participa de NATPE, LAScreening, DISCOP y MIPCOM. Las otras emisoras no proveen informaciones.

Remakes y coproducciones

Rede Globo ha adoptado a lo largo de los años diversas modalidades de exportación, yendo de los guiones y licenciamiento de formatos a ventas de productos para exhibición pasando por supervisiones de guiones y dirección. Las coproducciones de Rede Globo tuvieron inicio en la década de 1990 con la telenovela *Lua cheia de amor* (1990) realizada con la española RTVE y la suiza RTSI. Poco tiempo después hubo otra coproducción: *Pedra sobre pedra* (1992) con la RTP (Portugal). Sin embargo, es a partir de 2009 con la realización de la coproducción de la telenovela *El clón* por R.T.I Producciones, brazo colombiano de Telemundo (EUA), subsidiaria de la red norteamericana NBC, que se puede notar la introducción de un modelo de coproducción en relación a lo que había hasta entonces, lo que destacamos en el Anuario Obitel 2011.

A partir de 2010, Rede Globo adopta estrategias diferenciadas de coproducción internacional, buscando acertar principalmente el mercado iberoamericano y el latino de Estados Unidos. Los acuerdos para la producción de tres telenovelas ocurrieron con la norteamericana Telemundo Internacional (*El clón*), la mexicana TV Azteca (*Entre el amor y el deseo*) y la portuguesa SIC (*Laços de sangue*). *El clón* fue la segunda sociedad entre Rede Globo y Telemundo⁵². Para realizarla Rede Globo vendió la marca, el guión y un combo de consultoría de figurines, elenco y escenarios⁵³. La adaptación del texto y la elección del elenco estuvieron a cargo de Telemundo que ambientó la trama en Miami y la grabó en Colombia. *Entre el amor y el deseo*, regrabación de *Louco Amor* (1983), de Gilberto Braga, primera sociedad entre Rede Globo y TV Azteca, también tuvo modelo de producción con adaptación de la sinopsis por la emisora mexicana y grabaciones en México. Rede Globo prestó consultoría en la preproducción y acompañó todo el proceso de producción. En 2012, esa misma estrategia será adoptada por Rede Globo para la adaptación de *Dancin'days* por la portuguesa SIC, con estreno

⁵² La primera ocurrió en 2001 con el *remake* de *Vale Tudo* (*Vale todo*).

⁵³ Cf. materia “Estreia hoje El Clón” en el diario *O Estado de São Paulo*, de 15/02/2010.

previsto para el primero semestre de 2012 en Portugal. En relación a *Laços de sangue* (SIC, Portugal), el modelo de coproducción fue diferente de los citados anteriormente, involucrando guión original portugués y supervisión del autor brasileño Aguinaldo Silva.

En 2010, Rede Globo y SIC coprodujeron *Laços de sangue*, ganadora del Emmy Internacional de mejor telenovela en 2011. Observase que hasta hoy, todas las coproducciones de Rede Globo con emisoras internacionales fueron exhibidas apenas fuera de Brasil.

SBT empezó en 2011 la producción del *remake* de *Carrossel*, telenovela mexicana exhibida en Brasil en 1991-1992, con estreno previsto para 2012. La emisora posee un histórico de asociaciones con Televisa, desde la década de 1980 transmitió más de 70 títulos mexicanos. Desde 2008 Record posee contrato con Televisa para la producción y adaptación de guiones de la emisora mexicana y con la participación de Televisa en el pago de los costos de producción. Bajo vigencia de ese acuerdo, Record produjo *Bela, a feia* (2009/2010) y *Rebelde* (2011, 1ª temporada, y 2010, 2ª temporada). Antes de Record, Televisa mantuvo por nueve años contratos semejantes con SBT.

Cuanto a las coproducciones, Band realizó en 2011 sociedad con Nickelodeon y La productora brasileña Mixer para la realización de *Julie e os fantasmas*, ficción destinada al público joven, que estrenó su primera temporada en formato de serie, vehiculada en ambos canales.

Premiaciones

Otra forma de internacionalización de contenidos que viene creciendo en Brasil es la participación en Premios y Festivales Internacionales. En 2011, la telenovela *Passione* fue la vencedora de la categoría *Drama Series* de Seoul International Drama Awards, considerando la más importante premiación de la dramaturgia de Asia. La ficción todavía recibió otra indicación, en la categoría de mejor actor (Tony Ramos). El primero premio Emmy Internacional de una productora brasileña fue concedido, en 1982, al unitario *Morte e*

Vida Severina (Rede Globo). En 2010, *Caminho das Índias* ganó el premio Emmy International en la categoría de Mejor telenovela. En 2011, en la misma categoría, *Laços de sangue*, realización de SIC (Portugal) en sociedad con Rede Globo también recibió el premio Emmy International. Debe ser destacado que las indicaciones a los premios internacionales son un importante indicadores de calidad de las ficciones brasileñas. En 2011, las ficciones indicadas al Emmy International 2011 fueron *Por toda a minha vida – Adoniran Barbosa*, en la categoría de Programas de arte; Fábio Assunção y Adriana, ellos por sus actuaciones en *Dalva e Herivelto; A separação*, en la categoría Comedia; *Força Tarefa*; por serie dramática y *Araguaia*, como mejor telenovela.

En conclusión, el proceso de internacionalización de la ficción televisiva brasileña ha ocurrido en los diversos segmentos que van de la exportación de contenidos/guiones/formatos hasta la creación y manutención de canales internacionales, vía satélite o cable alcanzando varios continentes, con estrategias multiculturales interesantes. Pero, conforme destacamos, las exportaciones de la ficción alcanzan un nuevo nivel de internacionalización por medio de la realización de coproducciones de Rede Globo con canales de Estados Unidos, México y Portugal. Ellos se configuran como países clave en términos geolingüísticos no apenas para la manutención de la sólida posición adquirida a lo largo de las últimas cuatro décadas, pero también para hacer a los nuevos escenarios de producción y distribución que han surgido en el escenario internacional. Finalmente, queremos apuntar con indicadores significativos de transnacionalización y que deben ser incluidos en sus análisis, la selección y participación en festivales, las indicaciones a premios y las premiaciones propiamente dichas.

Referencias bibliográficas

ALENCAR, Mauro. *A Hollywood brasileira – panorama da telenovela no Brasil*. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

BILTEREYST, Daniel; MEERS, Philippe. Telenovela Debate and the

Contraflow Argument: a Reappraisal. In: STAVANS, Ilan (ed.). *Telenovelas*. Santa Barbara (California): ABC-Clio, LLC, 2010.

BRITTOS, Valério C. As Organizações Globo e a reordenação das comunicações. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, Vol. XXIII, nº 1, janeiro/junho 2000.

CALATRAVA, José R. Valles. *Teoría de la narrativa. Una perspectiva sistemática*. Madrid: Iberoamericana, 2008.

ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo et al. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo (org.). *Ficção televisiva no Brasil: Temas e perspectivas*. São Paulo: Ed. Globo, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. A telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Revista Comunicação & Educação*, 25. São Paulo, jan/abr. 2003

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense, 1998.

MITTELL, Jason. Narrative Complexity in Contemporary American Television. *The Velvet Light Trap*, 58, 2006.

MOURA, Fábio R.; BOLAÑO, César Ricardo. A internacionalização da TV brasileira nos anos 1990 e 2000: Rede Globo e Record. In: INTERCOM Regional 2007, Salvador. *Anais do IV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2007.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia H. S.; RAMOS, José Mario O. *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

SEVCENKONicolau. Sabor de jerimum, *Veja*, 20/05/1998, p. 137.

SINCLAIR, John. O descentramento de fluxos culturais, de públicos e seu acesso à televisão. *MATRIZES*, ano 3, n. 1, ago/dez, 2009.

SINCLAIR, John. *Latin american television: a global view*. New York: Oxford University Press, 1999.

STRAUBHAAR, Joseph D. *World television: from global to local*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.

THUSSU, Daya Kishan. (Ed.) *Media on the move: global flow and contra-flow*. New York: Routledge, 2007.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público*. São Paulo. Ática. 1996.