OBSERVATÓRIO IBERO-AMERICANO **DA FICÇÃO TELEVISIVA**

OBITEL 2013

Memória Social e Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos

coordenadores gerais **Maria Immacolata Vassallo de Lopes**
Guillermo Orozco Gómez

coordenadores nacionais **Morella Alvarado, Gustavo Aprea, Fernando Aranguren, Alexandra Ayala, Borys Bustamante, Giuliana Cassano, James A. Dettleff, Catarina Duff Burnay, Isabel Ferin Cunha, Valerio Fuenzalida, Francisco Hernández, César Herrera, Pablo Julio Pohlhammer, Mónica Kirchheimer, Charo Lacalle, Juan Piñón, Guillermo Orozco Gómez, Rosario Sánchez Vilela e Maria Immacolata Vassallo de Lopes**

UNIVERSIDADE

2

Brasil: a telenovela como fenômeno midiático

Autoras:
Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Maria Cristina Palma Mungioli

Equipe:
Claudia Freire, Clarice Greco, Ligia Maria Prezia Lemos,
Issaaf Karhawi, Helen N. Suzuki

1. O contexto audiovisual do Brasil

Dentro do cenário de mais um ano televisivo, 2012 reservou dois acontecimentos de enorme importância e que prometem ter efeitos marcantes na indústria televisiva e no público brasileiro. Na televisão aberta foi o estrepitoso fenômeno nacional em que se tornou a telenovela *Avenida Brasil*, fenômeno midiático (*media event*), marco de teledramaturgia, enfim, uma "narrativa da nação". Na televisão fechada, vimos o crescimento de uma produção televisiva nacional num espaço internacionalizado como é o da TV por assinatura. Induzida pela "nova lei do cabo", essa produção tem diante de si uma oportunidade histórica para criar um novo padrão de ficção televisiva no Brasil. Certamente, esses são os grandes destaques do Brasil no ano de 2012.

1.1. A televisão aberta no Brasil

No Brasil, temos seis redes nacionais de televisão aberta, sendo cinco privadas – Globo, SBT, Record, Band e Rede TV! – e uma pública, TV Brasil. Em 2012, com exceção de duas (TV Brasil e Rede TV!), as demais produziram e exibiram ficção televisiva.

Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Brasil

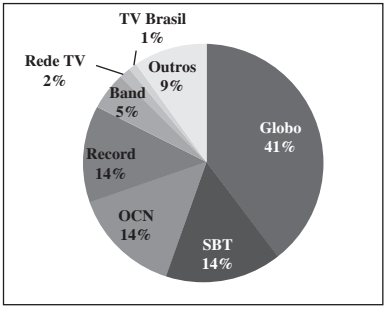
EMISSORAS PRIVADAS (5)	EMISSORAS PÚBLICAS (1)
Rede Globo	TV Brasil
Record	
SBT	
Band	
Rede TV!	
TOTAL EMISSORAS = 6	

Fonte: Obitel Brasil

A audiência de televisão aberta em 2012

O ano de 2012 foi marcado pela experimentação de novas técnicas de medição frente a um cenário que registrou grande mobilidade e segmentação da audiência televisiva, especialmente da TV móvel em mídias como celular e internet[1].

Gráfico 2. Audiência individual de TV por emissora (TL)[2]



Emissora	Audiência individual	%
Globo	6,03	40,7
SBT	2,10	14,2
OCN	2,09	14,1
Record	2,06	13,9
Band	0,77	5,2
Rede TV!	0,24	1,6
TV Brasil	0,15	1,0
Outros[3]	1,37	9,3
TOTAL	**14,81**	**100,0**

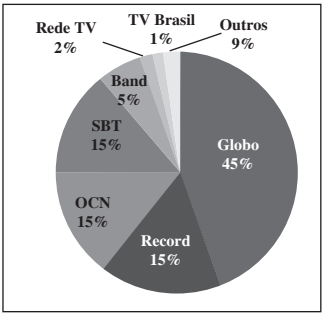
Fonte: IBOPE

Quanto à audiência individual, a Globo permanece na liderança com 40,7% da TV aberta. O SBT, em segundo lugar, aparece com

[1] O Ibope realiza medições de TV móvel em parceria com a Video Research, do Japão, e a Nielsen, por meio de métodos dos Estados Unidos.
[2] TL (Total Ligados): totaliza a audiência de todas as emissoras de TV. Dados do Painel Nacional de Televisão (PNT), das 7h às 24h.
[3] "Outros" inclui dados da MTV, Record News, outros aparelhos, sintonias não identificadas e/ou não cadastradas.

14,2%, seguido pela Record, com 13,9%. A concorrência acirrada entre os 2º e 3º lugares mostra, pela primeira vez desde 2008, o SBT à frente da Record. Observamos também, nos últimos anos, o aumento no índice de audiência de OCN (outros canais), que inclui a TV paga. O segmento cresceu 16% em relação a 2011 e 60% em relação a 2009, fragmentando a audiência e refletindo-se na TV aberta, que já não obtém os altos índices de dez anos atrás.

Gráfico 3. *Share* individual de TV por emissora em 2012



Total Ligados Especial (TLE)[4]	*Share* Individual %
Globo	44,6
Record	15,4
OCN	14,8
SBT	14,7
Band	5,6
Rede TV	1,7
TV Brasil	1,2
Outros[5]	2,0
TOTAL	**100,0**

Fonte: IBOPE

Entre os televisores sintonizados exclusivamente em canais de televisão (TLE), a Globo tem 44,7% de *share,* com leve decréscimo em relação a 2011. Em segundo lugar está a Record, com 15,4%, também com pequena queda. Em terceiro lugar surge o SBT, com 14,4%, porcentagem mais ou menos estável desde 2010. A Band ficou em quarto lugar e, em quinto, a Rede TV, que registrou a maior queda, 32% em relação a 2011. A TV Brasil está na sexta posição, com 1,2%. A Globo também confirma sua hegemonia na programação, sendo que os 47 programas mais vistos em 2012 são da emisso-

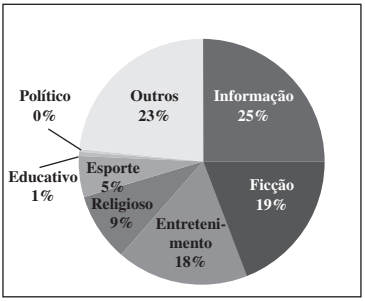
[4] TLE (Total Ligados Especial): totaliza a audiência de todas as emissoras de TV e exclui os índices de VCR (videocassete), *pay-per-view*, videogame, DVD, internet, circuito interno, canais de áudio (programação de rádios AM e FM) e como monitor de computador. O TLE possibilita calcular o *share* das emissoras com base na audiência "pura" de televisão. Dados do Painel Nacional de Televisão (PNT), das 7h às 24h. Universo individual em 2012: 57.936.745.

[5] "Outros" inclui dados referentes a MTV, Record News, outros aparelhos, sintonias não identificadas e/ou não cadastradas.

ra. O primeiro programa de outro canal, em 48º lugar, é a minissérie *Rei Davi*, da Record[6].

Em relação à audiência por meios, a TV aberta continua com a maior penetração (96%) no país, seguida pela mídia extensiva e pelo rádio. A internet é a quarta (56%), ultrapassando a TV paga (40%) e as revistas (36%)[7]. Sem dúvida, o poder de consumo da "nova classe média" é um fator determinante para a penetração dos meios. A TV aberta continua a liderar nesse grupo (98%), mesmo com um aumento do uso de TV paga, games e DVDs. Os meios que tiveram maior aumento de penetração nesse grupo socioeconômico foram o digital *out-of-home*[8], a TV paga e as revistas impressas.

Gráfico 4. Gêneros e horas transmitidos pela TV[9]



Gêneros Transmitidos	Horas de exibição	%
Informação	12.917:00	25
Ficção	10.083:55	19
Entretenimento	9296:45	18
Religioso	4800:45	9
Esporte	2672:05	5
Educativo	312:45	1
Político	107:55	0
Outros	12.271:35	23
TOTAL	**52.462:45**	**100**

Fonte: IBOPE

Os gêneros *informação* e *ficção* ocuparam, juntos, 44% da programação. As *ficções* responderam por mais de 19% da grade, com queda em relação a 2010, quando tinham 21%.

---

[6] Com (muita) folga, a Globo tem os 47 programas mais vistos de 2012. *Portal UOL*. 06/11/2012.

[7] Dados da pesquisa Target Group Index, realizada pelo Ibope.

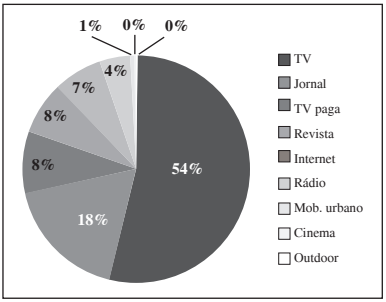
[8] Monitores estrategicamente instalados que transmitem programação segmentada em locais como redes de supermercados, shopping centers, elevadores, ônibus, metrô, trens.

[9] Gêneros: *Entretenimento*: auditório, game show, humorístico, musical, reality show, show, premiação, feminino, moda e making of; *Esporte*: esporte e futebol; *Ficção*: telenovela, série, minissérie, filme, desenho adulto, infantil; *Informação*: documentário, entrevista, jornalismo, reportagem; *Outros*: televendas, rural, turismo, saúde, sorteio, espaço empresarial.

1.2. Investimentos publicitários: na TV e na ficção

O total do investimento publicitário nas mídias em 2012 alcançou 94,9 bilhões de reais, 7% a mais que em 2011. Desse total, 54% foram para a TV aberta, aumento de 10% em relação a 2011. Em seguida vieram jornais, com 18% do total, TV paga, com 8%, e revistas, com 7,2%. O meio com maior crescimento foi a internet, que obteve 7% do total do investimento publicitário (21% a mais que em 2011)[10], refletindo novos hábitos como o *e-commerce* e o crescente engajamento do usuário nas redes sociais.

Gráfico 5 . Investimento publicitário por meios em 2012



Meio	Investimento	%
TV	51,3	54
Jornal	16,8	18
TV paga	8	8
Revista	7,2	8
Internet	6,5	7
Rádio	4,2	4
Mob. urbano	0,5	1
Cinema	0,3	0
Outdoor	0,1	0
TOTAL	**94,9**	**100**

Fonte: IBOPE

Os setores que mais receberam investimento publicitário na televisão foram o comércio e o varejo, responsáveis por 25% do total investido, seguidos pelos setores de higiene pessoal e beleza, mercado financeiro e seguros, bebidas (cervejas) e serviços[11].

1.3. *Merchandising* e *merchandising* social na ficção

As ações de *merchandising* inseridas na trama (*product placement*) continuaram presentes nas ficções. Em 2012, como nos anos anteriores, os principais segmentos anunciantes foram cosméticos, varejo, veículos, alimentos e mercado financeiro.

---

[10] Dados do Monitor Evolution, do Ibope. Os valores consideram a tabela de preços dos veículos.

[11] Fonte: Ibope Media – Monitor Evolution.

Sabemos que a inserção de cenas que, de modo explícito e pedagógico, expõem problemas sociais do país é marca distintiva da telenovela brasileira. Por isso, em 2012, o chamado *merchandising* social[12], ou ações socioeducativas, novamente esteve na TV do país. As abordagens sociais nas telenovelas da Globo foram: abandono de crianças e trabalho infantil, em *Avenida Brasil*; diversidade cultural, adoção ilegal de crianças e tráfico de pessoas, em *Salve Jorge*; condições de trabalho e direitos das trabalhadoras domésticas, em *Cheias de charme*; eventos históricos do início do século XX e tradições da população negra, em *Lado a lado*; desaparecimento de crianças, em *Amor eterno amor*; direitos da infância e preconceito por orientação sexual, em *Aquele beijo*; inclusão e direitos de pessoas com deficiência, *bullying* e engajamento de jovens em questões sociais, em *Malhação*. A Record apresentou inserções sobre violência doméstica, síndrome de Down, prevenção da AIDS e adoção, em *Vidas em jogo*; *bullying* e alcoolismo, em *Rebelde*. No SBT, *Corações feridos* abordou alcoolismo, violência doméstica e uso de drogas.

Um exemplo de ação social que repercutiu para além da ficção ocorreu com as personagens Penha (Taís Araújo) e Lygia (Malu Galli), que eram, respectivamente, empregada e patroa na telenovela *Cheias de charme.* As atrizes participaram da campanha sobre os direitos dos trabalhadores domésticos promovida pelas Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres e pela Organização Internacional do Trabalho. Outro exemplo é o tema do tráfico humano, em *Salve Jorge*, que chegou a mobilizar as mídias e as redes sociais com debates sobre o assunto e repercussão na imprensa internacional.

1.4. Políticas de comunicação

Como já antecipamos, "nova lei da TV paga" ou "nova lei do cabo" marcou as discussões sobre o *Serviço de Acesso Condiciona-*

[12] Atualmente chamado de "temas de responsabilidade social" pela Globo.

do (SeAC)[13] no plano das políticas de radiodifusão e de telecomunicações. Tais regras já estão marcando profundamente o mercado audiovisual no país com a entrada das empresas de telecomunicações como operadoras e com a obrigatoriedade de cotas de conteúdo nacional nos canais pagos.

Testemunhamos o início de uma notável mutação no mercado audiovisual brasileiro, pois, com a nova lei, até 2015 os canais de TV paga deverão exibir, semanalmente, 3h e 30min de conteúdo nacional no horário nobre (metade deverá ser de produtoras brasileiras independentes). Essa implantação progressiva[14] já redundou em mudanças importantes no cenário audiovisual, tais como: aumento no número de produtoras independentes[15]; migração de profissionais da publicidade e cinema para a TV; proporcionalidade de canais nacionais e independentes nos pacotes oferecidos pelas operadoras[16] e aumento dos recursos disponíveis para a produção televisiva. Ainda em 2012, começaram os debates sobre o **marco civil da internet**[17], que pretende estabelecer direitos e deveres de provedores e usuários, além de discutir a questão da neutralidade da rede.

1.5. TV pública

Em 2012, a programação de ficção da TV Brasil, única rede nacional pública, foi inteiramente voltada para o público infantojuvenil, com estreias de ficções importadas de países de fora do âmbito Obitel. O canal continua com dificuldades técnicas de sintonização do sinal analógico, mas em seu site, via WebTV, disponibiliza 24 horas de programação, além de estar nas redes sociais. Já o TV Brasil-Canal Integración, único canal público internacional do Brasil,

---

[13] A lei 12.485 foi sancionada em setembro de 2011.

[14] Exibição obrigatória de 1h e 10min de conteúdo nacional por semana em horário nobre no primeiro ano de implantação da lei (de 09/2012 a 09/2013) e de 2h e 20min no segundo ano (de 09/2013 a 09/2014).

[15] Em 2011 eram 170 produtoras independentes associadas; em 2012, eram 265. Dados da ABPITV.

[16] A cada três canais ofertados nos pacotes, ao menos um deve ser canal brasileiro de espaço qualificado.

[17] Regulação da internet, que já existe em diversos países do mundo.

transmite via satélite para América Latina, Estados Unidos, Portugal e África.

1.6. TV paga

Sistema de canais fechados, a TV paga está passando por grandes mudanças por conta da "nova lei do cabo", que foi aprovada para estimular a produção nacional nesse sistema majoritariamente ocupado por canais internacionais. Se somarmos a esse fato o acesso dos consumidores da "nova classe C", interessados em TV paga e internet, veremos que o ano de 2012 foi especialmente fértil. A TV paga no país alcançou 16,2 milhões de assinantes, o que corresponde ao acesso de 53 milhões de brasileiros[18], um crescimento de 28,3% frente a 2011. Do total de assinantes, mais de 40% são da classe C, e vale lembrar que, em 2008, esse número era de apenas 22%[19]. Apesar disso e da forte expectativa de ampliação, dados do Ibope mostram que a penetração da TV paga brasileira ainda é acanhada, com 30% do total de residências, se comparada a outros países da América Latina, como Argentina ou Colômbia, ambos com aproximadamente 81% do total de residências.

Ficções na TV paga

Frente a esse cenário em mudança, é interessante mostrar alguns dados sobre as produções nacionais na TV paga. Os canais **nacionais** que produziram ficção para TV paga em 2012 foram: Multishow, GNT, Futura e TBS Brasil[20]; já os **internacionais** Fox e HBO apresentaram coproduções.

---

[18] Dados Anatel. O IBGE considera a média de 3,3 pessoas por domicílio.

[19] Dados Obitel, Anuário 2009.

[20] Canal brasileiro de TV paga, parceiro da TV Bandeirantes, que apresenta comédia, filmes e séries.

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 18 FICÇÕES **Multishow – 10 ficções nacionais** 1. *Adorável psicose* (3ª temp.) 2. *Do amor* (1ª temp.) 3. *Meu passado me condena* (1ª temp.) 4. *Malícia* (2ª temp.) 5. *Morando sozinho* (3ª temp.) 6. *Open bar* (1ª temp.) 7. *Os buchas* (1ª temp.) 8. *Quero ser solteira* (1ª temp.) 9. *Oscar Freire, 279* (1ª temp.) 10. *Ed Mort* (1ª temp.) **GNT – 1 ficção nacional** 11. *Sessão de terapia* (1ª temp.) **Canal Futura - 1 ficção nacional** 12. *Família imperial* (1ª temp.) **TBS – 1 ficção nacional** 13. *Elmiro Miranda Show* (1ª temp.)	**FOX – 1 ficção nacional** 14. *A vida de Rafinha Bastos* (1ª temp.) **HBO – 4 ficções nacionais** 15. *Destino: São Paulo* (1ª temp.) 16. *Mandrake* (3ª temp.) 17. *FDP* (1ª temp.) 18. *Preamar* (1ª temp.) **TÍTULOS LATINO-AMERICANOS (Âmbito Obitel) – 2 FICÇÕES** **HBO Latino – 2 ficções** 1. *Capadócia* – México (3ª temp.) 2. *Prófugos* – Chile (1ª temp.) TOTAL FICÇÕES NACIONAIS: 18 TOTAL FICÇÕES LATINO-AMERICANAS: 2

Fonte: Obitel Brasil

Em relação ao **conteúdo**, houve predomínio do gênero comédia para o público jovem/adulto, com experimentações de formato nas produções como derivações de blogs e webséries e um telefilme colaborativo. Destacaram-se também séries dramáticas, como *Sessão de terapia*, versão brasileira da israelense *Be Tipul,* muito bem recebida pela crítica; *Destino: São Paulo*, que apresentou o cotidiano de comunidades de origem estrangeira na metrópole; e *Família imperial,* série infantojuvenil que revisitou a história do Brasil. Em termos de alcance de audiência[21], as lideranças foram, pela ordem, *A vida de Rafinha Bastos*; *Oscar Freire, 279*; *Adorável psicose*; *Meu passado me condena* e *Ed Mort*.

[21] Fonte: Ibope Media – Media Workstation – Paytv. Dados do Universo domiciliar 2012: 5.226.185.

1.7. TICs (internet, celular, TV Digital, VoD)

O Brasil registrou em 2012 mais de 90 milhões de usuários de internet[22]. O Facebook atingiu 35 milhões de pessoas[23] e tornou-se a rede social mais acessada do país. Já no Twitter, os brasileiros representam o segundo maior número de usuários do mundo, com 33 milhões[24]. A classe C respondeu por 56% dos acessos no Facebook e 55% no Twitter. Percebemos o uso cada vez mais intenso das redes para conversações sobre ficções televisivas, em especial as telenovelas. O último capítulo de *Avenida Brasil* ocupou, no Twitter, sete das dez primeiras posições nos *Trending Topics* Brasil[25], entrando também nos *TTs* mundiais. Dados apontam que 73% dos espectadores acessam redes sociais enquanto assistem a programas de TV[26]. Assim, a tendência do mercado audiovisual é oferecer programação em diversas telas: tablet, smartphone, smartTV, ou mesmo TV convencional ligada a console de videogame.

Nesse caminho estão a Globosat, com o Muu, e a Net Serviços, com o Now, buscando atender ao público com conteúdo sob demanda (VoD), do mesmo modo que o americano Netflix, que tem o Brasil como principal mercado na América Latina. A oferta de menus com filmes e séries on-line para assinantes confirma tendência mundial, antecipando a produção específica para o segmento. Globo, Bandeirantes e RedeTV também já disponibilizam sua programação de TV e de rádio em celulares e tablets. Portanto, nesse cenário de convergência midiática e de transmidiação, vemos empresas de televisão atuando com tecnologias da internet e, ao mesmo tempo, empresas de internet produzindo e distribuindo conteúdo de TV.

2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana

As emissoras de televisão brasileiras investiram em formatos tradicionais, mantendo a telenovela como seu principal represen-

---

[22] Brasil atinge 94,2 milhões de usuários de internet. *INFO Online*. 14/12/2012.
[23] Facebook lidera a publicação de anúncios. *Meio e Mensagem*. 08/02/2012.
[24] Brasil é o segundo com mais usuários no Twitter. *Exame*. 02/02/2012.
[25] Último capítulo de *Avenida Brasil* domina redes sociais. *A Tarde*. 20/10/2012.
[26] No mundo, 62% das pessoas usam redes sociais ao assistir TV. *Teletime*. 28/08/2012.

tante. Outros formatos, como série e *soap opera* (*Louco por elas* e *Malhação*), apresentaram renovação de temporadas, confirmando a escolha por títulos já conhecidos do grande público. A renovação de temporada também ocorreu com a telenovela *Rebelde* (duas temporadas), configurando um fato raro em termos de Brasil. Duas emissoras (Band e TV Brasil) não apresentaram ficções inéditas, e a ausência de títulos inéditos importados confirma a predominância da produção 100% nacional.

Tabela 1. Ficções exibidas em 2012
(nacionais e importadas; estreias e reprises; coproduções)

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 35	*TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 0*
Globo – 23 títulos nacionais 1. *A grande família* – 12ª temp. (série) *2. A vida da gente* (telenovela) *3. Amor eterno amor* (telenovela) 4. *Aquele beijo* (telenovela) *5. As brasileiras* (série) *6. Avenida Brasil* (telenovela) 7. *Cheias de charme* (telenovela) 8. *Como aproveitar o fim do mundo* (minissérie) 9. *Dercy de verdade* (minissérie) 10. *Doce de mãe* (telefilme) 11. *Fina estampa* (telenovela) 12. *Gabriela* (telenovela) 13. *Guerra dos sexos* (telenovela) *14. Lado a lado* (telenovela) 15. *Louco por elas* –1ª temp. (série) *16. Louco por elas* – 2ª temp. (série) *17. Malhação* – 19ª temp. (*soap opera*) 18. *Malhação* – 20ª temp. (*soap opera*) 19. *O brado retumbante* (série) 20. *Salve Jorge* (telenovela) 21. *Suburbia* (minissérie) 22. *Tapas & beijos* – 2ª temp. (série) 23. *Xingu* (minissérie) **Record – 9 títulos nacionais** 24. *Balacobaco* (telenovela) 25. *Fora de controle* (série) 26. *Máscaras* (telenovela)	*TÍTULOS DE REPRISES – 20* **SBT** 1. *A usurpadora* (telenovela – México) 2. *Amigas e rivais* (telenovela) 3. *Canavial de paixões* (telenovela) 4. *Fascinação* (telenovela) 5. *Gotinha de amor* (telenovela – México) 6. *Maria do bairro* (telenovela – México) 7. *Maria Mercedes* (telenovela – México) 8. *Marimar* (telenovela – México) 9. *Marisol* (telenovela) 10. *Pequena travessa* (telenovela) 11. *Pícara sonhadora* (telenovela) **Globo** 12. *Da cor do pecado* (telenovela) 13. *Mulheres de areia* (telenovela) 14. *Chocolate com pimenta* (telenovela) **Record** 15. *A história de Ester* (minissérie) 16. *Rei Davi* (minissérie) 17. *Vidas opostas* (telenovela) **TV Brasil** 18. *Brilhante F. C.* (minissérie)

27. *Milagre dos pássaros* (telefilme) 28. *Rebelde* – 1ª temp. (telenovela) 29. *Rebelde* – 2ª temp. (telenovela) 30. *Rei Davi* (minissérie) 31. *Tragédia da rua das flores* (telefilme) 32. *Vidas em jogo* (telenovela) **SBT – 3 títulos nacionais** 33. *Amor e revolução* (telenovela) 34. *Carrossel* (telenovela) 35. *Corações feridos* (telenovela)	19. *Vida de estagiário* (série) **Band** 20. *Julie e os fantasmas* (série) **TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 55**

Fonte: Obitel Brasil

O que de mais interessante ocorreu no cenário da ficção televisiva no país, em 2012, talvez seja o fato de que 100% dos títulos de estreia terem sido produções nacionais e que não tenha havido nenhuma produção importada. No geral, as emissoras de televisão brasileiras investiram em formatos ficcionais tradicionais, mantendo a telenovela como seu principal representante. Outros formatos, como série (*A grande família*, *Louco por elas*, *Tapas & beijos*, Globo) e *soap opera* (*Malhação*, Globo), apresentaram novas temporadas. Um fato raro ocorreu com a exibição de uma segunda temporada de uma telenovela (*Rebelde*, Record). Band e TV Brasil não exibiram ficções inéditas.

Ao todo (títulos inéditos e reprises) foram 55 ficções televisivas em 2012 frente a 67 exibidas no ano anterior, com uma queda de 17,9%. Quanto às ficções de estreia, a Globo continua na liderança, com a produção de 65,7% dos títulos, seguida com larga distância pela Record, com 25,7%, e pelo SBT, em terceiro lugar com 8,5% do total de inéditos. Em relação aos 20 títulos reprisados, observa-se que o número permaneceu constante em relação a 2011, sendo que 15 são nacionais e cinco estrangeiros. Todas as reprises importadas (cinco da mexicana Televisa) foram exibidas pelo SBT. Essa emissora foi responsável por 55% das reprises, seguida por Globo e Record, ambas com 15%, TV Brasil, com 10%, e Band, com 5%.

Tabela 2. A ficção de estreia em 2012: países de origem

País	Títulos	%	Cap./ Epis.	%	Horas	%
NACIONAL (total)	**35**	100%	**2.186**	100%	**1.503:40**	100%
IBERO-AMERICANA (total)	**0**	**–**	**0**	**–**	**0**	**–**
Argentina	–	–	–	–	–	–
BRASIL	35	100%	2.186	100%	1.503:40	100%
Chile	–	–	–	–	–	–
Colômbia	–	–	–	–	–	–
Equador	–	–	–	–	–	–
Espanha	–	–	–	–	–	–
EEUU (produção hispânica)	–	–	–	–	–	–
México	–	–	–	–	–	–
Peru	–	–	–	–	–	–
Portugal	–	–	–	–	–	–
Uruguai	–	–	–	–	–	–
Venezuela	–	–	–	–	–	–
Latino-Americana (âmbito Obitel)	–	–	–	–	–	–
Latino-Americana (âmbito não Obitel)	–	–	–	–	–	–
Otras (produções e co-produc. de outros países ibero-am./iberoam.)	–	–	–	–	–	–
TOTAL	**35**	**100%**	**2.186**	**100%**	**1.503:40**	**100%**

Fonte: Obitel Brasil

Com a **totalidade de produções nacionais**, em 2012, o país teve 35 estreias contra 41 em 2011, representando uma queda de 14,6%. Duas emissoras, Band e TV Brasil, não exibiram títulos de estreia, e a Globo diminuiu sua produção. Apesar da queda no número de títulos, houve pequeno aumento de 2,7% no número de horas.

Tabela 3. Capítulos/Episódios e horas emitidos por faixa horária

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6:00-12:00)	0	0	0	0	–	–	–	–	0	0	0	0
Tarde (12:00-19:00)	573	26,2	312:20	20,8	–	–	–	–	573	26,2	312:20	20,8
Prime Time (19:00-22:00)	1.081	49,5	826:45	55,0	–	–	–	–	1.081	49,5	826:45	55,0
Noite (22:00-6:00)	532	24,3	364:35	24,2	–	–	–	–	532	24,3	364:35	24,2
TOTAL	**2.186**	**100**	**1.503:40**	**100**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2.186**	**100**	**1.503:40**	**100**

Fonte: Obitel Brasil

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais						Ibero-Americanas					
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%
Telenovela	18	51,4	1.739	79,6	1.275:55	84,9	–	–	–	–	–	–
Série	7	20,0	131	6,0	74:35	4,9	–	–	–	–	–	–
Minissérie	5	14,3	52	2,4	39:15	2,6	–	–	–	–	–	–
Telefilme	3	8,6	3	0,1	10:40	0,7	–	–	–	–	–	–
Unitário	0	0	0	0	0	0	–	–	–	–	–	–
Docudrama	0	0	0	0	0	0	–	–	–	–	–	–
Outros (*soap opera* etc.)	2	5,7	261	11,9	103:15	6,9	–	–	–	–	–	–
TOTAL	**35**	**100**	**2.186**	**100**	**1.503:40**	**100**	**0**	**0**	**0**		**0**	

Fonte: Obitel Brasil

O ***prime time*** nacional liderou em relação às demais faixas horárias, concentrando 49,5% dos capítulos/episódios e 55% das horas produzidas em 2012. Na faixa da **tarde**, houve estabilidade no total de horas de ficção em comparação a 2011. A faixa da **noite** diminuiu quase 10% de horas pela queda no número de séries usualmente exibidas no horário. Em 2012, não houve exibição de títulos ibero-americanos.

Novamente, o formato mais exibido foi **telenovela**, com 18 títulos, quatro a mais que em 2011. O aumento se deve ao fato de SBT e Record terem produzido duas telenovelas a mais. A Globo manteve as dez telenovelas exibidas em 2011, mais de 55% do total de títulos no formato. O aumento de títulos pouco influenciou o total de horas (acréscimo de apenas 50 horas). Isso se explica por duas temporadas de *Rebelde*, que altera o número de títulos, mas não o de horas, e pela menor duração dos capítulos e das telenovelas de SBT e Record.

A quantidade de **séries** teve considerável queda de cinco títulos frente aos 13 do ano anterior. Em 2011, a Globo produziu 11 séries, enquanto em 2012 foram seis. As **minisséries**, ao contrário, mantêm um número relativamente estável de títulos: cinco, em 2012, e sete, em 2011. Os formatos **telefilme** e **outros** permaneceram com três e dois títulos, respectivamente. Não houve exibição de **unitários** nem de **docudramas**.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa horária

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	*Prime Time*	%	Noite	%	Total	%
Telenovela	–	–	3	60,0	10	100	5	25,0	18	51,5
Série	–	–	–	–	–	–	7	35,0	6	17,1
Minissérie	–	–	–	–	–	–	5	14,3	6	17,1
Telefilme	–	–	–	–	–	–	3	15,0	3	8,6
Unitário	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Docudrama	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outros (*soap opera* etc.)	–	–	2	40,0	–	–	–	–	2	5,7
TOTAL	**0**	**0**	**5**	**100**	**10**	**100**	**20**	**100**	**35**	**100**

Fonte: Obitel Brasil

As telenovelas dominaram o ***prime time***, reafirmando-se como o formato nobre da TV brasileira. A diversificação de formatos ocorreu novamente na faixa da **noite**, com telenovelas, séries, minisséries e telefilmes. O ***prime time*** exibiu dez **telenovelas,** seis delas da Globo (*Aquele beijo*, *Cheias de charme*, *Guerra dos sexos*, *Fina estampa*, *Avenida Brasil* e *Salve Jorge*). A Record exibiu duas temporadas de *Rebelde*, e o SBT, que não produziu ficção em 2011, apresentou duas telenovelas nessa faixa (*Corações feridos* e *Carrossel*).

O horário **noturno** concentrou o maior número de ficções nacionais, consolidando a tendência, desde 2010, de deslizamento do horário nobre para o noturno. A faixa apresenta maior concentração de séries e minisséries. Em 2012 foram exibidas sete **séries**, seis da Globo (*A grande família*, *As brasileiras*, *Tapas & beijos*, *O brado retumbante* e duas temporadas de *Louco por elas*) e uma da Record (*Fora de controle*), e cinco **minisséries**, quatro da Globo (*Como aproveitar o fim do mundo*, *Dercy de verdade*, *Suburbia* e *Xingu*) e uma da Record (*Rei Davi*). Ainda na faixa noturna, dos 20 títulos exibidos, cinco foram **telenovelas –** uma da Globo (*Gabriela*), uma do SBT (*Amor e revolução*) e três da Record (*Vidas em jogo*, *Máscaras* e *Balacobaco*) **–** e três **telefilmes**, dois da Record (*Milagre dos pássaros* e *Tragédia da rua das flores*) e um da Globo (*Doce de mãe*).

A faixa da **tarde**, antes do *prime time*, foi ocupada pela Globo, com três telenovelas (*A vida da gente*, *Amor eterno amor* e *Lado a lado*) e duas temporadas da *soap opera* juvenil *Malhação*. O horário da **manhã** continuou sem exibir ficção.

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	29	83,0
de Época	5	14,0
Histórica	1	3,0
Outra	–	–
TOTAL	**35**	**100,0**

Fonte: Obitel Brasil

Desde o início do monitoramento Obitel, em 2006, há predomínio de ficções ambientadas no **presente**. Em 2012, a tendência se manteve em 83% das narrativas. Ao contrário dos números significativos de títulos **históricos** no ano anterior (seis), em 2012 houve apenas um, a minissérie *Xingu.* Predominaram ficções ambientadas no **presente** e **de época,** essa última representada pelas minisséries *Dercy de verdade*, *O brado retumbante* e *Suburbia* e pelas telenovelas *Gabriela* e *Lado a lado*, todas da Globo.

Tabela 7. Os dez títulos mais vistos: origem, *rating*, *share*

Título		País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	*Rating*	*Share*
1	*Fina estampa*	Brasil	Globo	Globo	Aguinaldo Silva	42,12	67,3
2	*Avenida Brasil*	Brasil	Globo	Globo	João Emanuel Carneiro	41,51	66,5
3	*Cheias de charme*	Brasil	Globo	Globo	Filipe Miguez e Izabel de Oliveira	33,92	58,3
4	*Salve Jorge*	Brasil	Globo	Globo	Gloria Perez	32,80	56,4
5	*Tapas & beijos*	Brasil	Globo	Globo	Claudio Paiva	27,83	48,0
6	*Aquele beijo*	Brasil	Globo	Globo	Miguel Falabella	27,49	50,3
7	*A grande família*	Brasil	Globo	Globo	Oduvaldo Vianna Filho	27,48	48,4
8	*Amor eterno amor*	Brasil	Globo	Globo	Elizabeth Jhin	26,16	49,6
9	*Doce de mãe*	Brasil	Globo	Globo	Jorge Furtado e Ana Luiza Azevedo	25,60	47,4
10	*Guerra dos sexos*	Brasil	Globo	Globo	Silvio de Abreu	24,92	48,2
Total de produções: 10				**Roteiros estrangeiros: 0**			
100%				0%			

Fonte: Obitel Brasil

Pelo sexto ano consecutivo, os títulos da Globo ocupam integralmente o quadro das **dez ficções mais vistas**, com produções nacionais e roteiros originais. Nos dois primeiros lugares estão telenovelas do horário das 21h, *Fina estampa* e *Avenida Brasil*. Destaca-se, no sétimo lugar, a longevidade da série *A grande família*, no ar desde 2001, que esteve entre os *Top Ten* em todos os anos monitorados pelo Obitel. Registra-se em 2012 a presença de novos autores, como Filipe Miguez e Izabel de Oliveira (*Cheias de charme*), ao lado de já consagrados, como Aguinaldo Silva e João Emanuel Carneiro. Destaca-se a média de *rating* das dez ficções mais assistidas, com aumento de 5,4% em relação ao ano passado. O *share*, que indica a fidelização da audiência, manteve a média anteriormente registrada.

Tabela 8. Os dez títulos mais vistos: formato, duração, faixa horária

Título		Formato	Gênero	Nº de cap./ep. (em 2012)	Data da primeira e última emissão (em 2012) (*)	Faixa horária
1	*Fina estampa*	Telenovela	Drama	72	02/01 a 24/03	Horário nobre
2	*Avenida Brasil*	Telenovela	Drama	179	26/03 a 20/10	Horário nobre
3	*Cheias de charme*	Telenovela	Comédia Romântica	143	16/04 a 29/09	Horário nobre
4	*Salve Jorge*	Telenovela	Drama	62	22/10 (cont.)	Horário nobre
5	*Tapas & beijos*	Série	Comédia Romântica	37	03/04 a 18/12	Noturno
6	*Aquele beijo*	Telenovela	Comédia Romântica	74	02/01 a 14/04	Horário nobre
7	*A grande família*	Série	Comédia	37	05/04 a 20/12	Noturno
8	*Amor eterno amor*	Telenovela	Romance	161	05/03 a 08/09	Tarde
9	*Doce de mãe*	Telefilme	Comédia	1	27/12	Noturno
10	*Guerra dos sexos*	Telenovela	Comédia Romântica	80	01/10 (cont.)	Horário nobre

Fonte: Obitel Brasil

A Tabela 8 mostra sete **telenovelas** entre os **dez títulos mais vistos** de 2012, reiterando a preferência do brasileiro pela longa se-

rialidade; dois são **séries**, e um é **telefilme**, *Doce de mãe*, formato que surge pela primeira vez entre os dez mais.

Em relação ao **gênero**, observa-se a primazia da comédia romântica, seguido de perto pelo drama. Entre as comédias românticas estão três telenovelas e uma série; já as três telenovelas das 21h enquadram-se no gênero drama. As comédias são representadas por uma série e um telefilme. O romance é representado por uma telenovela da faixa das 18h.

Seis das telenovelas do *Top Ten* são do **horário nobre**, sendo os dois primeiros e o quarto lugares ocupados por telenovelas das 21h. O **horário noturno** exibiu duas séries e um telefilme, e a **faixa da tarde** apresentou também uma telenovela. Configura-se, quanto ao gênero, uma espécie de tradição da telenovela brasileira: novela das seis, romance; novela das sete, comédia romântica; novela das nove, drama. Entre os *Top Ten* registrou-se uma queda expressiva no **número médio de capítulos/episódios**: foram 64,6 contra 92,1 em 2011.

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos (*)

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)	TEMÁTICAS SOCIAIS (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)
1	*Fina estampa*	– Honestidade e trabalho como valores sociais – Desigualdade e confronto entre classes sociais – Segredos do passado – Disputa pela guarda de menores – Percepção extrassensorial	– Violência doméstica – Direitos da infância e adolescência – Incentivo à leitura e à escrita – Fertilização *in vitro* e reprodução assistida – Preconceito e discriminação sexual
2	*Avenida Brasil*	– Casamento por interesse e infidelidade – Vingança, segredos do passado e troca de identidade – Cotidiano da classe C – Universo do futebol – Primeiro amor	– Identidade da nova classe C – Incentivo ao hábito da leitura – Abandono de crianças

3	*Che-ias de charme*	– *Show Business* popular – Cotidiano das empregadas domésticas – Relação patroa e empregada – Trabalho e família da mulher contemporânea – Usos da internet	– Direitos das empregadas domésticas – Cultura do grafite – Responsabilidade paterna na educação dos filhos
4	*Salve Jorge*	– Interculturalidade – Crime organizado – Busca da origem familiar – Adoção ilegal – Relacionamentos familiares	– Tráfico de pessoas – Exploração sexual – Pacificação Morro do Alemão – Alienação parental – Oneomania (vício em compras)
5	*Tapas & beijos*	– Amizade – Relacionamento amoroso e extra-conjugal – Amizade de mulheres acima de 30 anos	– Cultura suburbana
6	*Aquele beijo*	– Revelação de identidades – Transexualidade – Preconceito social e racial – Corrupção e crime organizado – Abandono e maltrato de menores	– Direitos da infância e adolescência – Divulgação da cultura e das artes – Educação formal / alfabetização – Assédio sexual – Atividades ilegais e corrupção
7	*A grande família*	– Relações familiares – Relações entre vizinhos – Cotidiano das famílias das classes populares	– Protagonismo feminino – Cultura suburbana
8	*Amor eterno amor*	– Vidas passadas, espíritos, regressão – Amor de infância – Busca de alma gêmea – Sequestro de criança – Ambição e dinheiro	– Crianças desaparecidas – Espiritualidade
9	*Doce de mãe*	– Terceira idade – Família, amizade e camaradagem	– Problemáticas da terceira idade
10	*Guerra dos sexos*	– Disputas e relações entre gêneros – Divisão de herança – Desigualdade e confronto entre classes sociais – Ambição	– Relações de gênero – Antitabagismo

Fonte: Obitel Brasil

A maior parte das temáticas dominantes nas ficções do *Top Ten* de 2012 refere-se à matriz do gênero melodramático como relações familiares, vingança, ambições, adultério, revelações de identidade, disputas entre classes sociais, preconceitos raciais, de classe e de gê-

nero, abandono de menores, corrupção. No entanto, mais uma vez, constata-se que é no desdobramento desses temas, a partir de sua apropriação no universo social brasileiro, que surgem abordagens, se não inovadoras, pelo menos questionadoras em relação ao *status quo*, como ocorre com o enfoque de temas que colocam em debate questões sociais e morais de impacto na sociedade, como: homossexualidade e transexualidade, direitos das crianças ou corrupção. Ou ainda, o reconhecimento de novos atores sociais com a ascensão de boa parte da população brasileira à chamada "nova classe C". O refinamento dessas discussões e suas implicações sociais ganha força por meio da abordagem dos temas sociais nas tramas ficcionais, principalmente nas telenovelas, fato que as caracteriza como recurso comunicativo (Lopes, 2009). Assim, ganham corpo não apenas questões como direitos das empregadas domésticas, das mulheres, das crianças, mas também se discutem novos hábitos de consumo e práticas sociais de camadas da população alijadas do cenário econômico nacional. Essa aproximação realizada pelas telenovelas (como *Fina estampa*, *Cheias de charme*, *Avenida Brasil*, *Salve Jorge*), e também por séries *(A grande família*, *Tapas & beijos)*, propicia o debate de temas que caracterizam as transformações da sociedade brasileira atual. Elemento definidor da narrativa da telenovela brasileira, as temáticas sociais se desenvolvem ao longo da trama em diferentes núcleos, possibilitando o tratamento do assunto a partir de diversas perspectivas, complementares e antagônicas, o que confere à telenovela a condição de "narrativa televisiva complexa" (Mittell, 2012) desde a década de 1970.

Tabela 10. Perfil de audiência dos dez títulos mais vistos: gênero, idade, nível socioeconômico

	Títulos	Canal	Gênero %		Faixas de idade %						Nível socio-econômico %		
			Mu-lheres	Ho-mens	4-11	12-17	18-24	25-34	35-49	50+	AB	C	DE
1	*Fina estampa*	Globo	62,95	37,05	8,9	8,5	9,7	17,1	23,5	32,1	32,0	52,7	15,3
2	*Avenida Brasil*	Globo	62,23	37,77	8,9	8,5	9,7	17,7	24,0	31,2	33,6	52,3	14,1
3	*Cheias de charme*	Globo	65,66	34,34	9,6	8,8	9,7	16,3	22, 9	32,7	31,5	52,7	15,8
4	*Salve Jorge*	Globo	62,20	37,80	8,6	8,8	9,6	17,2	23,9	31,9	33,4	51,7	14,9
5	*Tapas & beijos*	Globo	62,40	37,60	9,3	9,5	11,4	19,1	24,4	26,2	35,4	51,3	13,2
6	*Aquele beijo*	Globo	65,89	34,11	8,1	7,6	9,2	15,6	23,4	36,1	31,0	52,6	16,4
7	*A grande família*	Globo	61,91	38,09	9,5	9,6	10,5	19,0	24,3	27,1	35,5	51,8	12,6
8	*Amor eterno amor*	Globo	67,11	32,89	7,6	8,2	9,7	14,7	22,6	37,2	31,3	52,0	16,7
9	*Doce de mãe*	Globo	62,93	37,07	8,6	9,2	11,2	16,2	23,7	31,2	36,4	52,2	11,4
10	*Guerra dos sexos*	Globo	64,49	35,51	9,1	8,8	9,4	15,6	22,8	34,3	31,8	51,6	16,6

Fonte: Obitel Brasill

A amostra de **perfil de audiência** dos dez títulos mais vistos demonstra que o **público feminino** continua predominando na audiência da ficção televisiva, e, apesar de as telenovelas exibidas às 18h e às 19h chamarem mais sua atenção, observa-se que há um aumento na porcentagem de **público masculino** na composição da audiência após as 21h (nas telenovelas *Avenida Brasil* e *Salve Jorge* e nas séries *A grande família* e *Tapas & beijos*). Os dados de *A grande família* continuam a subir na audiência do público masculino há mais de três anos.

Quanto à **faixa etária**, *Cheias de charme*, telenovela das 19 horas, atingiu a mesma audiência da telenovela das 21 horas – com

mais de 70% do público acima de 25 anos. As séries *A grande família* e *Tapas & beijos*, apesar de exibidas no horário noturno, atraem faixas etárias distintas, destacando-se o público mais jovem. Pessoas acima de 50 anos preferiram as tramas das telenovelas *Amor eterno amor* e *Aquele beijo.*

Quanto ao **nível socioeconômico**, a classe C foi audiência predominante em todas as ficções *Top Ten.* Destaca-se o telefilme *Doce de mãe*, exibido no final de dezembro, que chamou a atenção da classe AB, seguido pelas séries *A grande família* e *Tapas & beijos.*

3. A recepção transmidiática

A telenovela *Avenida Brasil* marcou a história da televisão brasileira no que se refere a índices de engajamento da audiência com a trama ficcional do horário nobre, repercutindo de maneira surpreendente diante do atual contexto de espalhamento das audiências e consumo de conteúdos em multiplataformas. Um dos reflexos desse êxito foi o volume de conteúdos gerados por produtores e usuários sobre a ficção, propagado nas redes sociais, fato que chamou a atenção da imprensa internacional[27]. As *hashtags* #avenidabrasil e #oioioi (+ nº do capítulo) foram, ao longo da última semana da telenovela, *Tops* no Twitter *Worldwide Trends*. As alterações na agenda da presidente da República e o transbordamento da temática da telenovela para a inteira programação da Globo, criando um reforço das expectativas por contágio dos programas, às vésperas da exibição do último capítulo na TV, também são indicativos do fenômeno. Nas redes, dois fatores contribuíram para o engajamento e a transmidiação do conteúdo ficcional de *Avenida Brasil*: o hábito dos brasileiros de assistir TV ao mesmo tempo em que buscam e geram conteúdos sobre a grade horária nas redes sociais[28], e o volume de conteúdos

[27] Fonte: *Groundbreaking soap opera grips Brazil*. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-20001198. Acesso em: 19/10/2012.

[28] De acordo com a pesquisa "Social TV", do Ibope, dentre os internautas brasileiros, 43% têm o hábito de assistir TV enquanto navegam na internet. Jovens entre 20 e 24 anos são os mais adeptos desse comportamento, já os adolescentes de 15 a 19 anos são os que mais geram conteúdo sobre TV na internet. As telenovelas são as que mais recebem comentários dos internautas.

gerados pelo produtor na *fanpage* da Rede Globo[29] e na página oficial da telenovela no Facebook[30], que reuniu aproximadamente meio milhão de fãs.

Tabela 11. A ficção transmidiática: tipos de interação e práticas dominantes

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

Fonte Obitel Brasil

[29] Disponível em: http://www.facebook.com/RedeGlobo. Acesso em: 12/03/2012.

[30] Disponível em: www.facebook.com/AvenidaBrasilNovela. Acesso em: 15/12/2012. Mais de 2.700 posts e 4 mil fotos foram disponibilizadas pelos produtores na *fanpage* durante o período de exibição de *Avenida Brasil.*

Virais[31] no formato fotomensagem divulgados no Facebook foram apropriados e disseminados pelos usuários nas redes sociais. Outro destaque foram os aplicativos desenvolvidos pelos produtores, que geraram grande volume de apropriação: o mais famoso foi "Congele seu Avatar"[32], que permitia aos fãs congelar fotos no perfil.

O site oficial da telenovela disponibilizou a trilha sonora nacional e internacional, e o blog Oioioi trouxe os pontos quentes da trama em formato de imagens em GIF animado, permitindo o acesso a cenas e comentários. Games e receitas da personagem Nina foram passadas para o público por meio do site oficial. *Avenida Brasil* foi transformada na websérie *Novela Brasil*, com quase 2 milhões de visualizações no YouTube, e, posteriormente, em peça de teatro com o mesmo nome[33]. A telenovela também foi tema do enredo da escola de samba carioca São Clemente no Carnaval do Rio de Janeiro de 2013. Destaquem-se as diversas operações transmídia da telenovela, que engajaram produtores, fãs, atores, agentes culturais.

A pesquisa empírica realizada no YouTube durante a última semana de exibição da telenovela (15/10/12 a 20/10/12) apontou 37 vídeos publicados por 23 usuários. Esses vídeos apresentaram 1.254.011 visualizações, 5.927 curtir e 441 usuários que clicaram em "Não Gostei". Ao todo, 2.082 comentários foram postados. Destaca-se como o vídeo mais visto na semana *Último capítulo da telenovela [Avenida Brasil]*[34], retirado do ar em razão de direitos autorais. Contudo, apropriações criativas no YouTube se deram através do trabalho dos fãs em transpor a história dos personagens para o funk carioca.

---

[31] Novela na Internet: relembre alguns "virais" de *Avenida Brasil*. *Portal Terra*. 09/10/2012. Disponível em: http://diversao.terra.com.br/tv/novelas/avenida-brasil/novela-na-internet-relembre-alguns-virais-de-avenida-brasil,ab09c1851366a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html?vgnextfmt=fmtExpandedPics

[32] Fonte: http://tvg.globo.com/novelas/avenida-brasil/Fique-por-dentro/noticia/2012/08/me-congela-transforme-suas-fotos-com-o-efeito-do-final-de-avenida-brasil.html. Acesso em: 22/08/2012.

[33] Fonte: http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/14/aprovada-pelo-elenco-de-avenida-brasil-parodia-da-novela-vira-peca-de-teatro.htm. Acesso em: 14/09/2012.

[34] http://youtu.be/kHZvj4KFAPQ

Segundo Laignier (2012), o funk carioca caracteriza-se como apropriação musical de caráter popular que inclui elementos para o entendimento de certos contextos sociais urbanos contemporâneos. Apesar disso, essas apropriações são muitas vezes observadas de longe e discriminadas como superficiais. A apropriação da história dos personagens de *Avenida Brasil* para o funk trouxe à tona discussões sobre traição, poligamia, padrões de beleza da mulher brasileira e a condição das empregadas domésticas em a *Dança do Amendoim*[35] – protagonizada pela personagem Zezé, que trabalhava na casa de Tufão e Carminha. As personagens Nina e Carminha também ganharam o funk *Me serve vadia,* e o *Funk da Carminha*[36], que remetiam à vingança entre as protagonistas. Outros personagens foram homenageados por meio do funk, entre eles, Tufão, Suélen, Ágata e Cadinho.

4. O mais destacado do ano

"Nunca houve uma novela como Avenida Brasil."[37]

Desde a estreia, a telenovela *Avenida Brasil* (Globo, 2012) – escrita por João Emanuel Carneiro e dirigida por Ricardo Waddington, Amora Mautner e José Luiz Villamarim – foi destaque em todos os meios de comunicação (rádio, TV, internet, redes sociais[38]), que repercutiam o impacto da trama das 21h. Impacto que ganhou força ao longo dos 179 capítulos, culminando com a polarização das atenções não apenas dos habituais telespectadores ou comentaristas de telenovelas, mas também de veículos de comunicação internacionais (*Forbes*, *The Guardian*, *Le Figaro*), que procuravam entender o "fenômeno" *Avenida Brasil*. Entre os muitos fatos que

---

[35] https://www.youtube.com/watch?v=ZSYUc_8P4b8

[36] http://youtu.be/6Z1uhIgmkBY

[37] A novela que mudou o espectador, *Época*, 18/10/2012. Disponível em: http://revistaepoca.globo.com/cultura/luis-antonio-giron/noticia/2012/10/novela-que-mudou-o--espectador2.html

[38] Fenômeno das redes sociais ao longo de sua exibição, a telenovela congestionou as redes sociais em seu último capítulo (19/10/2012). A repercussão da telenovela nas redes sociais é analisada no tópico 3 deste capítulo.

permitem dimensionar a *comoção social* (Mulgan, 1990) causada pela telenovela, citamos dois: (1) as ações do Operador Nacional do Sistema Elétrico para atender a um aumento estimado de mais de 5% no consumo de energia durante a exibição do último capítulo da trama; (2) as mudanças e até mesmo adiamento de eventos públicos planejados para o mesmo horário de exibição da telenovela. Destaca-se aqui o cancelamento, em pleno período de campanha para as eleições municipais, de um importante comício político do qual participaria a presidente da República. Esse cenário leva-nos a considerar *o fenômeno Avenida Brasil* como *popular media event*, ou seja, como um evento que, entre outras coisas, "quebra o dia a dia, mas de uma maneira mais rotineira", com características de ritual e que possui um papel na integração das sociedades (Couldry; Hepp, 2010, p. 8). Observamos nessa relação com a telenovela a criação de comunidades de sentimentos (ou sentimentos coletivos) através dos meios de comunicação na constituição de "condições de leitura, crítica e prazer coletivos" (Appadurai, 2004, p. 20).

Cabe ainda destacar o protagonismo da chamada "nova classe C" brasileira no roteiro – elemento de construção ficcional ou espelho de uma realidade que aflora no país e que redimensiona a economia e a sociedade brasileiras? Esse foi o tema principal e motor de inúmeros artigos sobre costumes e hábitos de consumo dos personagens em cadernos de economia de jornais e revistas[39]. O crescimento constante do engajamento da audiência ao longo da trama acarretou a preparação de campanhas publicitárias com até seis meses de antecedência para aproveitar a audiência recorde esperada para o capítulo final, que arrebanhou mais de 500 anunciantes nacionais, regionais e locais, que tiveram suas peças publicitárias veiculadas entre as 122 exibidoras da emissora[40]. Em termos de au-

---

[39] Nos Anuários 2011 e 2012, a questão da ascensão da " nova classe C" foi destaque em nossas análises. Entre os inúmeros artigos, Avenida Brasil: um retrato do Brasil emergente, *Exame.com*, 10/10/2012. Disponível em: http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/entretenimento/noticias/avenida-brasil-um-retrato-do-brasil-emergente

[40] Avenida Brasil: Quem matou o Max? Só depois de longos comerciais. *O Estado de S. Paulo*, 19/10/2012.

diência domiciliar, o último capítulo da telenovela obteve 56% de *rating* e 81% de *share*, dados que evidenciam *per se* a importância da trama no cenário televisivo brasileiro de 2012. Cifras, porcentagens, dados de investimento e audiência que à sua maneira traduzem o engajamento de milhões de brasileiros em torno da trama de *Avenida Brasil*, mas que, ainda assim, precisam ser analisados em termos discursivos e simbólicos para que possamos dimensionar o impacto dessa telenovela.

Avenida Brasil *é o suburbano* Divino

Entendemos a telenovela e seus desdobramentos a partir da qualidade do ambiente produtivo baseando-nos em Buonanno (2004), Lopes e Mungioli (2011) e no papel da produção televisiva na sociedade contemporânea (Mulgan, 1990) e mais especificamente da telenovela na sociedade brasileira e sua constituição como narrativa da nação (Lopes, 2009).

O roteiro de *Avenida Brasil* tem como arco principal a vingança de Rita/Nina (Mel Maia/Débora Falabella) contra sua madrasta, Carminha (Adriana Esteves). Sob o clássico enredo da vingança e da busca de reparação, a trama de *Avenida Brasil* apresentou um tratamento narrativo e estético que chamou a atenção de telespectadores e críticos desde o primeiro capítulo. Porém, o sucesso e o impacto de *Avenida Brasil* decorrem de um conjunto de fatores que, em nosso entender, elevou o grau de exigência do público e da crítica a um novo patamar. Esse patamar se caracteriza pela adoção de recursos narrativos e estéticos que colocam *Avenida Brasil* como uma espécie de divisor de águas em termos de telenovela. Como ocorreu com *Beto Rockfeller* (Tupi, 1968) – telenovela considerada responsável pela criação de um novo paradigma de telenovela pela adoção de um modo de narrar (Lopes, 2009) e de representar os brasileiros (em teledramaturgia) na TV –, *Avenida Brasil* abordou temas e problemas já vistos em outras telenovelas, mas o fez incorporando e traduzindo de maneira magistral o *esprit du temps* de um país no qual ocorrem grandes mudanças sociais que criam espaços simbólicos nos quais

reverberam os discursos de novos protagonistas. Entre as mudanças sociais está a ascensão de milhões de brasileiros à "nova classe C".

A ascensão foi representada na telenovela, embora ainda com traços de estereotipia, a partir das enunciações de personagens do subúrbio: o fictício *Divino*. Nesse local vivia quase a totalidade dos personagens, e no qual pulsava a grande paixão de seus moradores, o Divino Futebol Clube. Um subúrbio que não funcionava como pano de fundo para o desenrolar das ações, mas que assumia, ele próprio, a condição de protagonista, e que, aliado aos discursos das personagens, constituía um sistema retórico estruturado com um estilo de uso, maneira de ser e maneira de fazer (Certeau, 2007). Nesse cenário, surge a enunciação do subúrbio idealizado: as conversas de bar sobre futebol e mulheres, as cadeiras na calçada, a solidariedade entre a vizinhança, o pagode, a intensidade dos dramas familiares, mas também o subúrbio da violência e da pobreza representadas pelo lixão – local de partida e de chegada dos protagonistas.

Em *Avenida Brasil*, e no *Divino*, o time de futebol, as reuniões da diretoria do clube, o lixão, as lojas populares, os alto-falantes anunciando promoções e tocando música popular e a linguagem popular das conversas atualizam o espaço imaginado e o confrontam com o espaço praticado, possibilitando observar as camadas do palimpsesto cultural que compõem os grandes centros urbanos do país. A complexidade da tessitura desse subúrbio imaginado/praticado permite-nos analisá-lo como espaço matricial (Martin-Barbero, s/d), que se ancora em uma complexa rede intertextual e interdiscursiva.

É nesse espaço que ganha corpo o plano de vingança de Nina/Rita (Débora Falabella) contra Carminha (Adriana Esteves), que, embora tenha como arco narrativo principal um dos motivos mais comuns e exitosos dos folhetins e melodramas, incorpora a ambivalência como característica-chave das protagonistas, imprimindo-lhes matizes que não se resumem à simples dicotomia bem x mal. Destaca-se ainda no desfecho da trama a condenação de Carminha à prisão e, após o cumprimento da pena, ao ostracismo no lixão – lugar de seus sofrimentos e tormentos quando menina. Exílio a que

ela própria se condena como forma de expiar seus pecados. O final melancólico da mulher ambiciosa e criminosa reveste-se de simbolismo e aponta para um acerto de contas não apenas entre Nina e Carminha, mas entre a sociedade e a vilã. Cabe ainda mencionar a estrutura do roteiro caracterizado pelo ritmo acelerado das ações e pela agilidade dos diálogos. Além disso, registra-se a utilização de ganchos dramáticos fortes ao final de cada capítulo (recuperando e atualizando essa técnica comum às telenovelas das décadas de 1970-1980), que conferiram à trama um caráter único em termos de impacto.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

Hoje os processos de digitalização nos permitem achar artefatos e narrativas de nossa herança cultural em, até então, inimagináveis mídias e plataformas. A acessibilidade a recursos escritos, visuais, sonoros e audiovisuais aumentaram incrivelmente. Queremos falar neste tópico do Anuário Obitel sobre a memória televisiva como parte da *memória midiática* (*media memory*) (Neiger et al., 2011). Estas são, de partida, um fenômeno complexo, multidimensional e interdisciplinar integrando campos maiores dos estudos da memória e dos estudos da mídia.

Segundo a história das mentalidades, a memória oral e as histórias de vida intervêm na historiografia oficial, pois fazem emergir pontos de vista ocultos e contraditórios. Nos "lugares da memória" (Nora, 1989), a "memória coletiva" (Halbwachs, 2006) trabalhada pelas instituições, e a memória individual do recordador/narrador (Benjamin, 1986), se mesclam e fazem com que a descrição da narrativa seja diferenciada e viva, mostrando a complexidade do acontecimento lembrado. O afloramento do passado se combina com o processo presente da percepção, pois é do presente que parte o chamado ao qual a lembrança responde. São os "trabalhos da memória" (Bergson, 2000).

Memórias coletivas não existem em abstrato. Sua presença e influência somente podem ser percebidas através de seu uso perma-

nente, tal como formas públicas de rituais, cerimoniais, comemorações e meios de comunicação.

Estão aí colocadas as questões da capacidade e autoridade de a televisão operar como agente da memória coletiva e o fato de que as fronteiras das coletividades se tornaram inseparáveis do uso dessa mídia. Nos gêneros (notícia, documentário, docudrama, ficção), nos processos de produção-recepção (culturas e classes sociais) e nos diferentes meios (televisão, imprensa, rádio, novas mídias) estão os espaços e lugares de narrar a memória de uma nação.

Narrativas televisivas e memória social

O papel da memória na ficção televisiva brasileira pode ser explicado a partir do signo do reavivamento das memórias sociais e afetivas. Buscamos compreender como a ficção televisiva e a telenovela, em particular, instauram por meio dos rastros e das marcas deixadas pelas narrativas – mas também pelos personagens, pelo tempo social (Elias, 1983) e suas representações – produções de sentido que redimensionam sentimentos de pertencimento, de identidade que ancoram a construção da memória social. Barbosa (2007, p. 25) considera "que os rastros são signos de representação. Seguir um rastro significa percorrer um caminho já trilhado pelos homens do passado". O rastro que seguimos conduz a caminhos que se confundem, que se cruzam em diversos momentos, mas cujas características permitem observar as camadas do palimpsesto que os compõem, como local privilegiado para se dimensionar como as narrativas das telenovelas brasileiras desempenham o papel de *narrativa da nação* (Lopes, 2004).

Ao longo dos últimos 50 anos, a ficção televisiva destacou-se, entre outros aspectos, como "forma de memória que registra, no curso do tempo, o processo de transformação da sociedade brasileira" (Motter, 2000-2001, p. 76). Essa memória se elabora por meio do jogo constante entre presente e passado e se enuncia por discursos, mas também pelos espaços e temporalidades ficcionais que remetem de maneira indelével a um momento histórico e social.

Esse jogo permite a criação de "uma complexa estratégia retórica de referência social". (Bhabha, 2003, p. 206). É sobre esse aspecto de construção processual da memória coletiva e do sentido de pertencimento que Lopes enfatiza que "a capacidade da televisão de conectar dimensões temporais de presente, passado e futuro por meio da comemoração e da construção de uma memória coletiva [...] provoca, mesmo que de forma elementar, um sentido de *pertencimento*" (Lopes 2004, p. 135).

As lembranças fazem parte de um arquivo ao mesmo tempo pessoal e coletivo, e como tal são retratadas e reproduzidas pela mídia a fim de eternizá-las. Assim, além dos fatos históricos, documentais e das práticas culturais cotidianas, a memória pode surgir ou ser reativada pela televisão, que, por participar ativamente do processo de construção e resgate de um momento específico, gera uma relação emocional e afetiva muito mais intensa. Essa afetividade, no caso da televisão, adquire proporções coletivas. Nos dias de hoje, a influência das mediações das novas tecnologias de mídia funcionam "como veículo para todas as formas de memória" (Huyssen, 2000, p. 20-21).

A TV relembra a ficção: reprises *e* remakes

Um dos mais tradicionais dispositivos de memória da ficção televisiva é a *reprise.* A Globo apresenta toda tarde, desde 1980, o programa *Vale a pena ver de novo*, que retransmite telenovelas da própria emissora que tiveram destaque em épocas passadas. De 2006 a 2012[41], foram 17 telenovelas. Também entre as iniciativas da Globo para preservação da memória da emissora está o *Projeto Memória das Organizações Globo*, que tem o portal *Memória Globo*[42] como seu arquivo on-line. Por meio dele é possível acessar cenas, fatos marcantes, curiosidades e informações sobre os programas

[41] Para o desenvolvimento deste Tema do Ano, tomamos como tempo de análise os anos de 2006 a 2012, que é o tempo do monitoramento feito pelo Obitel, o qual consta dos sete anuários publicados até hoje.

[42] http://memoriaglobo.globo.com/

exibidos desde 1965. O projeto também publicou cinco livros com registros de programas, relatos de autores e uma biografia.

A Globo lançou em 2010 o Canal Viva, na TV paga, cuja programação reprisa minisséries, seriados, filmes, novelas e variedades produzidos pela própria emissora, sendo a maioria ícones de uma época. O canal já transmitiu 12 telenovelas das décadas de 1980 e 1990. Pensado para atender a um público composto por donas de casa e à demanda da classe C, que, cada vez mais, adere à TV paga, o canal tem tido entre os adolescentes um considerável público que comenta e repercute a programação nas redes sociais. Atualmente, o Canal Viva está acima da média de crescimento do mercado de TV por assinatura e do aumento da base de assinantes, figurando entre os dez canais mais vistos[43].

O SBT e a Record também apresentam em sua programação reprises de telenovelas e minisséries, inclusive no horário nobre, por vezes no mesmo ano de sua estreia. Vale destacar que o SBT reprisou telenovelas memoráveis da extinta TV Manchete: em 2008 reapresentou *Pantanal* (1990); em 2009-2010, *Dona Beija* (1986); e em 2010-2011, *A história de Ana Raio e Zé Trovão* (1990-1991).

Através da produção de *remakes*, os telespectadores são levados a produzir novas significações das histórias contadas e também a resgatar uma "memória midiática" feita de sensações anteriormente experienciadas. Em 2006, a Globo produziu dois *remakes* de telenovelas, *O Profeta* (1977) e *Sinhá moça* (1986), e a Record exibiu a telenovela *Bicho do mato* (1972). Em 2008, a Globo regravou as telenovelas *Ciranda de pedra* (1981); em 2009, *Paraíso* (1982); e em 2010, *Ti-ti-ti* (1985). Ainda em 2010 a Record adaptou a minissérie *A história de Ester* (1998), e o SBT, a telenovela *Uma rosa com amor* (Globo, 1973). Em 2011, a Globo exibiu o *remake* da telenovela *O Astro*, escrita por Janete Clair em 1977.

Em 2012, a Globo produziu os *remakes* das telenovelas *Gabriela*, baseada em romance de Jorge Amado, exibida com grande

---

[43] Canal Viva cresce em cobertura e audiência e entra no TOP 10 da TV por assinatura. *UOL*. 18/04/2012.

sucesso em 1975, e *Guerra dos sexos*, original de 1984. Em 2013, dois grandes sucessos da década de 1970 devem seguir a tendência das releituras: pela Globo, *Saramandaia* (Globo, 1976), e pela Record, *Dona Xepa* (Globo, 1977).

A TV relembra o passado: história e época

Uma vez que o sistema midiático passou a ter um papel decisivo nos processos de construção da sociedade (sua onipresença no cotidiano, sua predominância na memória coletiva atual), é possível ponderar sobre a relação da mídia com a história, como faz Edgerton (2000, p. 1) em seu artigo "A televisão como historiador":

> A televisão é o principal meio pelo qual a maioria das pessoas aprende história hoje. Como a televisão afetou profundamente e alterou todos os aspectos da vida contemporânea – da família à educação, governo, negócios e religião – os retratos não ficcionais e ficcionais desse veículo transformaram igualmente os modos de dezenas de milhões de espectadores de pensar sobre os personagens históricos.

A narração de fatos da história brasileira aparece com mais frequência no formato minissérie exibido pela Globo, as chamadas *minisséries brasileiras*, embora esse formato não seja exclusivamente dedicado às narrativas históricas ou de época. Com tratamento estético diferenciado – desde sua primeira produção, *Lampião e Maria Bonita* (1982) –, as minisséries da Globo abordam, em produções com roteiros originais ou adaptados de obras literárias, fatos sociais e políticos que marcaram a história do país.

Passemos aos dados do período de 2006 a 2012. Em 2006, a Globo exibiu a minissérie *JK*, que retratou a vida do ex-presidente Juscelino Kubitschek, nos anos 1902 a 1976. Em 2008, outra minissérie da Globo, *Queridos amigos*, ambientada em 1989, relembrava as lutas do final da década de 1960 contra o regime militar no Bra-

sil. O SBT exibiu, em 2011, a telenovela *Amor e revolução*, sobre o período da ditadura militar no Brasil. A ambientação no passado com base em época histórica é encontrada em ficções de temas bíblicos, como nas minisséries *A história de Ester*, *Rei Davi* e *Sansão e Dalila*, exibidas pela Record em 2011. Outros exemplos são as minisséries biográficas de cantores, reconstruindo épocas da música brasileira. A Globo produziu *Maysa – Quando fala o coração*, em 2009, baseada na vida da cantora Maysa, retratando as décadas de 1950 a 1970; *Dalva e Herivelto*, exibida em 2010, mostrava, além da vida amorosa dos protagonistas, a "Era do Rádio" no Brasil entre as décadas de 1930 e 1960. Também da Globo são a minissérie *Chico Xavier*, sobre o médium mineiro divulgador da doutrina espírita no Brasil, e a série de docudramas *Por toda minha vida*, que, desde 2006, exibiu biografias de 15 personalidades da música popular brasileira.

A ficção também relembra o passado quando conta histórias ambientadas em outras épocas e retrata seus costumes. Em 2006, foi exibida a telenovela *Alma gêmea* (Globo), situada na década de 1920, e *Bang bang* (Globo), que remetia ao tempo do faroeste americano. Outras telenovelas foram *Os ricos também choram* (SBT), retratando a década de 1930; *Paixões proibidas* (Band), com cenário do início do século XIX; e *Cidadão brasileiro* (Record), que retratou a vida do protagonista ao longo da segunda metade do século XX.

Em 2007, a Globo apresentou as minisséries *Amazônia*, que retratou a formação da região e os problemas ambientais ao longo século XX, e *A pedra do reino*, ambientada entre os séculos XIV e XIX. A emissora exibiu ainda as telenovelas *Desejo proibido*, mostrando a crise cafeeira dos anos 1930, e *Eterna magia*, que se passava em meados do século XX. Em 2008, a Globo apresentou a minissérie *Capitu*, adaptação do romance de Machado de Assis, ambientada no século XIX, e a telenovela *Ciranda de pedra,* que retratava os anos 1950. Entre os especiais, a Record exibiu *Os óculos de Pedro Antão* e *Sertão: Veredas*, adaptações de clássicos da literatura, e a Globo, *O natal do menino Imperador*, retratando a chegada, em

1808, da família Real ao Brasil. Em 2009, foram exibidos a minissérie e o especial *Decamerão – A Comédia do sexo* (Globo), baseados nos contos de Boccaccio, e o telefilme *Uns braços* (Record), adaptado de conto de Machado de Assis ambientado em 1875.

Em 2011, a Globo exibiu a telenovela *Cordel encantado*, ambientada no início do século XX, e a minissérie *O bem-amado*, um *remake* da história passada nos anos 1970. A Record exibiu o unitário *As mãos de meu filho*, adaptação do conto de Érico Veríssimo retratando os anos 1920, e o telefilme *Menino Grapiúna*, do romance de Jorge Amado ambientado nos anos 1920. Em 2012, através de reconstituição detalhada da cidade do Rio de Janeiro do início do século XX, a telenovela *Lado a lado* (Globo) abordou os conflitos sociais decorrentes do fim da escravidão e da emancipação da mulher. A boa audiência obtida certamente deveu-se também à memória do passado vista em sua confluência com a percepção do presente (Bergson, 2010). Finalmente, a minissérie *Suburbia* (Globo) mostrou o cotidiano na década de 1990 de uma comunidade negra na periferia do Rio de Janeiro.

O desfile da memória: o carnaval relembra a telenovela

Além da presença nas diversas mídias móveis, nas exteriores, na internet, em revistas, livros, TV paga, a telenovela teve destaque no carnaval, numa convergência, se assim podemos dizer, de dois verdadeiros *media events* da cultura do país. A escola de samba Grêmio Recreativo Escola de Samba São Clemente tornou-se *lugar de memória* da telenovela quando usou memórias sociais e afetivas em seu desfile no Sambódromo. Bem antes, produziu um site e uma revista eletrônica[44] revelando todo o processo que foi a recuperação de sua memória das telenovelas com detalhes sobre os critérios de seleção dessa memória. A escola de samba fez uma

[44] Endereço eletrônico: http://www.saoclemente.com.br. Acessado em 06 de abril de 2013. *Revista eletrônica G.R.E.S.* São Clemente: http://www.eupensomais.com.br/revista/saoclemente/?pg=auth&evento=revista&id ConviteDestino=saoclemente#/SAO%20CLEMENTE/14. Acessado em 06/04/2013.

pesquisa sobre as telenovelas mais lembradas (porque queridas) do público perguntando a cerca de 200 pessoas nas ruas, no Facebook e no seu site "Que novela marcou sua vida?". Com base nas respostas, as lembranças foram reelaboradas, ressemantizadas, reapropriadas na criação de um enredo: afinal, "pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como também empurra, 'desloca' estas últimas" (Bosi, 1987, p. 9). Retratando personagens e situações do universo das telenovelas, o enredo falou dos telespectadores, dos produtores e artistas e, também, dos títulos, capítulos, cenas e personagens de 54 telenovelas. Todas as lembradas foram da Globo, sendo 28 produzidas nas décadas de 1970 (*Selva de pedra*, *O bem amado*, *Roque Santeiro*, *Dancin' days*) e de 1980 (*Ti-ti-ti*, *Sinhá moça*, *O salvador da pátria*). Esse fato por si só reitera a importância desse período para a teledramaturgia nacional.

Uma história da telenovela foi recordada e televisionada e se apresentou mediante uma narrativa cantada, dançada, coreografada e desfilada por uma escola de samba. Caberia falar de uma "história popular televisiva", configurada mediante a intersecção de exercícios de dramatização, condensação argumentativa, simplificação, tratamento dúctil do passado e de compartilhamento, como espaço de mediação, de uma "comunidade imaginada", de uma certa memória comum. Essa memoria é naturalmente nutrida por referentes existenciais, o que permite práticas de identificação guiadas por mecanismos de lembrança e de reconhecimento.

Referências

APPADURAI, Arjun. *Dimensões culturais da globalização*: a modernidade sem peias. Lisboa: Editorial Teorema, 2004.

BARBOSA, Marialva C. Meios de comunicação e história: um universo de possíveis**.** In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria A. (orgs.) *Mídia e memória*: a produção de sentidos nos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BENJAMIN, Walter. O Narrador. In: Walter Benjamin. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

BERGSON, Henri. *Matéria e memória*: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

BOSI, Ecléa. *Memória e* sociedade: lembranças de velhos. São Paulo: T.A.Queiroz, Editor, 1983.

BUONANNO, Milly. La qualità della fiction. Dal prodotto all'ambiente produttivo. In: BUONANNO, Milly (org.) *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction tv*. Napoli: Liguori, 2004.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*: 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Introduction: Media events in globalized media cultures. In: COULDRY, Nick; HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich. *Media Events in a Global Age*. New York: Routledge, 2010.

EDGERTON, Gary. Television as historian: an Introduction. In: EDGERTON, G. R.; ROLLINS, P.C. (eds.). *Television Histories: Shaping Collective Memory in the Media Age*. Lexington, KY: University Press of Kentucky, 2001.

ELIAS, Norbert. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1984.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.

HUYSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

LAIGNIER, Pablo Cezar. Pedagogias do funk carioca: Deus e o Diabo na terra do som. *MATRIZes*, v. 6, n. 1, 2012.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZEs*, v. 3, n.1, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Telenovela:* internacionalização e interculturalidade. São Paulo, Loyola, 2004.

LOPES. Maria Immacolata Vassallo de; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Brasil, Caminhos da ficção: entre novos e velhos meios. In: LOPES. Maria Immacolata Vassallo de; Orozco-Gómez, Guillermo. *Anuário Obitel 2011*: qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências. São Paulo: Editora Globo, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Entre urbanías y ciudadanías*. Mimeo, (s/d).

MITTEL, Jason. Complexidade narrative na televisão americana contemporânea. *MATRIZEs,* v.5, n.2, 2012.

MULGAN, Geoff. Television's Holy Grail: seven types of quality. In: MULGAN, Geoff. *The question of quality*. London: British Film Institute, 1990.

NEIGER,Motti, MEYERS, Oren; ZANDBERG, Eyal (eds.). *On Media Memory*. Collective Memory in a New Media Age. London: Palgrave MacMillan, 2011.

NORA, Pierre. Between memory and history: les lieux de mémoire. *Representations 26*, Spring 1989.