

BRASIL: A “TV TRANSFORMADA” NA FICÇÃO TELEVISIVA BRASILEIRA

Autoras:

Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Clarice Greco

Equipe:

Daniela Ortega, Fernanda Castilho, Lígia Maria Prezia Lemos,
Lucas Martins Néia, Maria Alice Carnevalli, Mariana Lima,
Tissiana Pereira

1. O contexto audiovisual do Brasil em 2015

Como era esperado, a forte crise política e econômica por que passa o país provocou efeitos nas mais diversas esferas do audiovisual. No entanto, paradoxalmente, o panorama televisivo em 2015 mostrou um dinamismo poucas vezes visto: a Globo completou 50 anos de existência e a Record levou ao ar sua ficção de maior sucesso dos últimos tempos. Esse cenário ambivalente levou a uma síntese das mais interessantes: mesmo em meio à crise (ou para sobreviver a ela), observamos o reforço de tendências apontadas em anos anteriores – como a adesão cada vez maior a novas formas de produção, distribuição e consumo da ficção televisiva, como conteúdo *on demand* e aplicativos móveis, a proeminência de um “ciclo de histórias curtas”, com novos formatos de ficção televisiva, além da contínua abundância de produções nacionais na TV paga. Isso nos levou a refletir mais detidamente sobre a presença de uma “TV transformada”¹ no Brasil – tanto em seu conteúdo quanto nas formas

¹ A noção de “TV Transformada” (*TV Transformed*) foi inspirada nas observações de Terrence Rafferty sobre as transformações no meio televisivo atual, feitas no artigo “New twists for the TV plot, as viewer habits change”, publicado no *The New York Times* em 3 de outubro de 2015, cuja síntese seria “*Everything about the medium – how*

de produção, de consumo e de interação – a ser engendrada justamente como resposta em tempos de crise, por meio da expansão e consolidação dessas tendências.

Desenvolveremos esse raciocínio ao longo deste capítulo, que, por uma feliz coincidência, encerra-se com o **tema do ano** apontando para um dos fatores mais representativos do trilhar dessa TV Transformada: a (re)invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva brasileira.

1.1. A televisão aberta no Brasil

No Brasil existem seis redes nacionais de televisão aberta – cinco privadas e uma pública. Como no ano anterior, quatro emissoras produziram e exibiram ficções nacionais inéditas: Globo, Record, SBT e TV Brasil.

Quadro 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Brasil

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

Fonte: Obitel Brasil

A audiência de televisão aberta em 2015

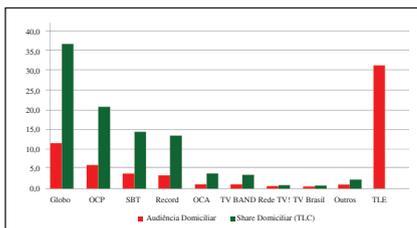
Por mais um ano, a Globo foi líder de audiência na TV, fato que ocorre desde o início, em 2007, da série histórica do Anuário Obitel, que neste ano completa 10 anos. O canal teve média geral de 12,4 pontos e foi a única emissora que, sozinha, ultrapassou o conjunto de canais de TV paga (OCP). O SBT, com 5,0 pontos de audiência, manteve-se no segundo lugar, ultrapassando, por três décimos, a Re-

we receive it, how we consume it, how we pay for it, how we interact with it – has been altered". Recuperado em 04 out. 2015 de <http://www.nytimes.com/spotlight/tvtransformed?ref=television>.

cord, que registrou 4,7 pontos. Os dois canais, há anos, travam uma acirrada disputa pela vice-liderança. Na sequência, surgem Band e RedeTV!, sendo que a TV Brasil, único canal público do país, permaneceu em último lugar.

Gráfico 1. Audiência e share de TV por emissora em 2015

Emissora	Audiência domiciliar	Share (TLE) domiciliar
Globo	12,4	37,9
OCP	7,1	21,9
SBT	5,0	15,3
Record	4,7	14,4
OCA	1,6	5,0
Band	1,5	4,6
RedeTV!	0,5	1,5
TV Brasil	0,2	0,6
Outros canais ²	1,2	3,5
TLE	32,6	100
Periféricos	2,3	-
Cont. Gravado	0,07	-
Cont. VoD	0,02	-
Outras Sintonias	0,19	-
TL	34,9	-



Fonte: Kantar Ibope Media – Media Workstation – 15 Mercados

Verificamos o crescimento de audiência dos canais pagos (OCP) – de 6,6 pontos em 2014 para 7,1 em 2015. Os índices de OCP representam a somatória da audiência de todas as emissoras da TV paga, o que impossibilita a comparação direta entre os canais.

No que diz respeito ao *share* domiciliar dos televisores ligados exclusivamente em canais de televisão (TLE), a chamada “audiência pura” da TV, o cenário não se altera: a Globo se mostra novamente

² Outros canais: Record News, TV Senado, TV Câmara, TV Justiça, Não Identificado/Cadastrado.

Periféricos: DVD, blu-ray, videogame, Apple TV etc.

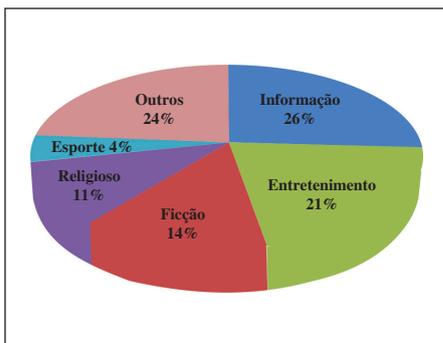
Outras sintonias: circuito interno de prédios, rádios, navegação na internet.

muito à frente das outras emissoras; o SBT, em uma comparação com os índices de *share* domiciliar registrados em 2014, subiu uma posição, ficando à frente da Record.

Quanto à penetração de audiência por meios³, a TV aberta segue na liderança, com 93,3%. Mídia extensiva, que inclui meios como *outdoor*, obteve 75,6% de penetração, ocupando o segundo lugar. Internet subiu para o terceiro (68,2%), ultrapassando, pela primeira vez, o rádio (68%). TV paga, com aumento de 4% em relação a 2014, alcançou 50% de penetração. Em seguida, aparecem jornal (24,3%), revista (22,6%) e cinema (17,2%).

Gráfico 2. Gêneros e horas transmitidos na programação de TV

Gêneros transmitidos	Horas de exibição	%
Informação	13.585:37	25,9
Entretenimento	11.226:33	21,4
Ficção	7.043:45	13,4
Religioso	5.744:18	11,0
Esporte	2.200:31	4,2
Educativo	103:23	0,2
Político	61:34	0,1
Outros ⁴	12.466:10	23,8
TOTAL	52.431:51	100,0



Fonte: Kantar Ibope Media – Media Workstation – 15 Mercados

A divisão das horas de exibição por gêneros televisivos apresentou quadro bem semelhante ao de 2014. Informação aparece em primeiro lugar, ocupando quase 26% da grade televisiva, seguida por entretenimento, com 21,4%; ficção está em terceiro lugar, com 13,4%. Os três gêneros totalizam 60,8% das horas exibidas da TV e continuam sendo a base da programação televisiva brasileira.

³ Dados da Kantar Ibope Media – Target Group Index – ago./2014 a set./2015. Consumiu nos últimos sete dias: TV, mídia OoH, internet e rádio | Consumiu recentemente: revista e jornal | Consumiu nos últimos 30 dias: cinema.

⁴ A categoria “outros” se refere aos gêneros classificados pela Kantar Ibope Media como: televidas, rural, turismo, saúde, sorteio, “outros” e “não consta”.

Apesar da queda nas horas de ficção nos últimos três anos, houve uma reação em 2015, subindo de 12,4% para 13,4%. A informação também teve um aumento, mas menor, de 25,1% para 25,9%, refletindo o cenário instável do país. Em oscilação contrária, o entretenimento, que vinha ganhando espaço nos últimos cinco anos, caiu de 22,3% para 21,4%.

1.2. Tendências da audiência no ano

O ano de 2015 foi marcado pelo rearranjo dos hábitos da audiência e pela adesão definitiva dos produtores às possibilidades de expansão de conteúdo digital, especialmente no sentido de oferecer conteúdo sob demanda. É interessante notar, contudo, que o aparelho de TV ainda se coloca como o principal acesso para esses conteúdos – é, por exemplo, na TV que os brasileiros mais acessam a Netflix.

Uma tendência crescente é a proliferação de aplicativos que oferecem mobilidade à audiência. Nesse sentido, temos o Globo Play (estreia da Globo em 2015), o TV SBT, do SBT, o Now, da Net, o Vivo Play, da Vivo, e *apps* de canais específicos, como o Humor Multishow, do canal Multishow (Globosat), entre outros, que somaram milhões de downloads via App Store (IOS), Google Play (Android) e Windows Phone Store e que são, em geral, gratuitos e abertos até mesmo para não assinantes dos canais.

Segundo o Ibope Inteligência, o brasileiro está se tornando cada vez mais multitela: 88% dos internautas assistem à TV e navegam na internet ao mesmo tempo por smartphone (65%), computador (28%) ou tablet (8%).⁵ Apesar do corte de despesas devido à crise econômica no país, a classe C ainda considera a internet essencial.

1.3. Investimentos publicitários: na TV e na ficção

Apesar da crise econômica, os investimentos em publicidade em 2015 foram de cerca de 132 bilhões de reais, um aumento de

⁵ Cf. <http://convergecom.com.br/telaviva/paytv/16/09/2015/88-dos-internautas-brasileiros-assistem-tv-e-navegam-na-internet-ao-mesmo-tempo/>. Acesso em: mar. 2016.

9% em relação a 2014.⁶ A TV aberta respondeu por mais da metade desses investimentos, com 58,2%, seguida bem distante pelo jornal, com 12,8%, e em terceiro lugar pela TV paga, com 11,4%. Os setores que mais investiram na TV aberta continuam sendo, pela ordem: comércio e varejo; higiene pessoal e beleza; mercado financeiro e seguros; farmacêutico e serviços ao consumidor.

1.4. *Merchandising* e ações socioeducativas na ficção⁷

Permaneceu forte o uso do *merchandising* (*product placement*) na teleficção. Nos dois últimos capítulos da telenovela *Império* (Globo), por exemplo, uma lata de refrigerante (com um nome gravado que correspondia ao de um personagem central) teve participação “crucial” numa cena quando foi atirada ao longe para distrair o vilão, ação essa que teve forte repercussão no Twitter. Duas outras ações que chamaram atenção aconteceram em *A Regra do Jogo* (Globo), com a criação de produtos de marcas fictícias com embalagens feitas especialmente para a trama; e a articulação entre o comercial da campanha de um banco com uma cena da ficção.

Registramos, mais uma vez, a importância e variedade de temas vinculados a ações socioeducativas presentes nas ficções televisivas brasileiras. Em 2015, em telenovelas da Globo, questões como identidade de gênero, relações homoafetivas e homofobia foram discutidas em *Império*, *Babilônia* e *O Canto da Sereia*. Foram tratados preconceitos, como o de obesidade, em *Alto Astral*; de classe social, em *I Love Paraisópolis*; e racial, em *Além do Tempo*. *A Regra do Jogo* abordou a violência contra a mulher. O tema da tolerância/coexistência de diferentes credos surgiu nas telenovelas *Babilônia* (Globo) e *Cúmplices de um Resgate* (SBT). Em gêneros histórico e religioso, questões morais e comportamentais foram vistas em *Os Dez Mandamentos* e *Milagres de Jesus* (Record).

⁶ Cf. <http://www.kantaribopemedia.com/investimento-publicitario-soma-r-132-bilhoes-em-2015-indica-kantar-ibope-media/>. Acesso em: mar. 2016.

⁷ Substituímos o termo “*merchandising social*” pelo termo “ações socioeducativas”, por compreender que este nos possibilita abranger diferentes manifestações de caráter pedagógico que emergem das temáticas sociais envolvidas nas tramas das ficções.

1.5. Políticas de comunicação

Sancionada em 2014, a Lei do Marco Civil da Internet está na segunda fase do processo de consulta pública para regulamentação – esbarra-se, contudo, em dificuldades de se regular a tecnologia. Em 2015, numa parceria entre os Ministérios das Comunicações e da Cultura, essas questões foram levadas, on-line, a uma primeira fase de debate público com toda a sociedade. Também houve novos acertos no cronograma de desligamento da TV analógica, previsto para início em fevereiro de 2016 e fim em 2023.

Também tramitou consulta pública do Ministério das Comunicações sobre o novo modelo de telecomunicações, que privilegia a banda larga em detrimento da telefonia fixa, base do modelo anterior. Atualmente prestado em regime privado, o serviço de banda larga pede um redesenho das políticas públicas para permitir a expansão do acesso a diversas camadas da sociedade, com foco na dimensão continental do país.

1.6. Tendências das TICs (internet, celular, TV Digital, VoD)

Em 2015, ano em que a internet completou 20 anos no Brasil, houve 95,4 milhões de acessos por pessoas de 10 anos de idade ou mais. Segundo dados do Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), 32,5 milhões de domicílios possuem microcomputador e, desses, 28,2 milhões contam com acesso à internet.⁸ Outra pesquisa⁹ indica que o smartphone é o dispositivo com maior penetração entre a população brasileira (90%), e o Android é o sistema operacional dominante (78%). A média de aplicativos por usuário é de 20, sendo que seis deles são utilizados semanalmente.

No rastro das tendências mundiais, o espectador brasileiro é adepto de séries e filmes *on demand*. Dados recentes¹⁰ indicam que

⁸ Cf. <http://convergecom.com.br/teletime/13/11/2015/numero-de-internautas-sobe-114-em-um-ano-mas-proporcao-de-lares-com-pc-cai-mostra-ibge/>. Acesso em: mar. 2016.

⁹ MMA Mobile Report 2015. Cf. <http://www.adnews.com.br/internet/internet-e-considerada-o-meio-mais-indispensavel-na-vida-do-brasileiro>. Acesso em: mar. 2016.

¹⁰ Cf. <http://convergecom.com.br/teletime/03/09/2015/vod-corresponde-a-36-do-tempo-gasto-com-video-pelo-consumidor-brasileiro/>. Acesso em: mar. 2016.

os brasileiros dedicam 36% do tempo diário de consumo de vídeos a esses conteúdos, o que faz com que o país possua consumo de VoD acima da média global. Esses dados convergem no debate acerca da queda do número de assinantes da TV paga: afinal, é devida à crise econômica ou ao crescimento da modalidade *on demand*? Apesar da importância e popularidade da TV tradicional, novos hábitos – como assistir a vários episódios de uma série em sequência (*binge watching*) – vêm se tornando corriqueiros, especialmente entre assinantes de serviços como o Netflix. Também cresceram as relações com as plataformas de CGU (conteúdo gerado pelo usuário), sendo que, segundo a pesquisa mencionada, um em cada dez consumidores assiste ao YouTube por mais de três horas por dia.

Visando capturar esses novos hábitos e fluxos de audiência, a Globo lançou, em novembro de 2015, a plataforma Globo Play, que transmite a programação da emissora ao vivo e oferece acervo de programas em sistema *on demand*. SBT, Record e RedeTV!, por sua vez, se uniram para criar uma *joint venture*, a Newco, com o objetivo de atuar no licenciamento de canais abertos das três redes para a TV paga e nas plataformas *on demand*, internet, VoD e outros serviços.

A Netflix afirmou ter ultrapassado a marca de 75 milhões de assinantes no mundo. Produção de 2015 desse canal *on demand*, a série *Narcos* obteve indicações ao Globo de Ouro 2016 como Melhor Série de TV (Drama) e Melhor Ator (Drama) – esta pela interpretação do ator brasileiro Wagner Moura como Pablo Escobar. Essa série é, até agora, a segunda mais popular do mundo nas redes sociais.¹¹ A Netflix anunciou sua primeira produção ficcional brasileira para o segundo semestre de 2016: *3%*, cuja origem está em um piloto produzido em 2010 para um edital da TV Brasil e disponibilizado, no ano seguinte, em um canal do YouTube. Disponibilizou, ainda, a telenovela *Os Dez Mandamentos* (Record) e outras ficções bíblicas dessa emissora.

¹¹ Cf. <http://rd1.ig.com.br/narcos-e-segunda-serie-mais-comentada-nas-redes-sociais-revela-pesquisa/>. Acesso em: mar. 2016.

1.7. TV pública

Em 2015, a TV Brasil, única televisão pública de cobertura nacional, continuou a apresentar baixa audiência, que se mantém desde sua implantação, em 2007. No âmbito da teleficção, estreou a série brasileira *República do Peru*, que trata dos desafios da terceira idade. E lançou um catálogo de licenciamento de títulos produzidos ou coproduzidos pela emissora com produtores independentes brasileiros e canais internacionais.

1.8. TV paga

A Lei 12.485 (Lei da TV Paga) completa quatro anos com muito a comemorar: em 2015, destacaram-se séries de notável qualidade, como: *Magnífica 70* (HBO), *Zé do Caixão* (Space), *Romance Policial – Espinosa* (GNT) e *O Grande Gonzalez* (Fox).

Por outro lado, as operadoras fecharam o ano com 19,399 milhões de assinantes, uma queda de 2,8%, o que não ocorria desde 2002. Tal fato foi atribuído à crise econômica e ao aumento de impostos na assinatura, mas é possível que a causa seja a concorrência com os modelos de distribuição de conteúdo pela internet (OTTs). Para manterem-se competitivas em relação a esses modelos, apostam no lançamento de serviços de VoD e *TV everywhere*¹², próprios para conquistar o público que prefere conteúdo on demand.

Ficções na TV paga

O número de canais pagos que exibiram ficção televisiva brasileira se manteve igual ao do ano anterior: 11 emissoras, quatro nacionais e sete internacionais. Foram 27 ficções brasileiras inéditas, cinco a menos que em 2014. Em termos de gênero, apesar de prevalecer a comédia, destacam-se gêneros híbridos, como *No Divã do Dr. Kurtzman* (Canal Brasil), misto de entrevista e ficção, e *Segredos Médicos* (Multishow), no qual atores e não atores encenam histórias baseadas em fatos reais.

¹² No conceito de *TV everywhere*, o assinante acessa conteúdos de TV paga em qualquer local, em qualquer dispositivo.

Neste Anuário Obitel 2016, passamos a registrar também as ficções ibero-americanas do âmbito Obitel, exibidas na TV paga brasileira. Foram oito títulos transmitidos em quatro canais, um nacional e três internacionais. Abaixo, listamos a produção inédita exibida em 2015 pelos canais de TV paga.

<p>TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 27</p> <p>GNT – 7 títulos nacionais 1. <i>Amor Verdíssimo</i> (2ª temp.) 2. <i>As Canalhas</i> (3ª temp.) 3. <i>Odeio Segundas</i> 4. <i>Os Homens São de Marte... E É pra lá que Eu Vou</i> (2ª temp.) 5. <i>Questão de Família</i> (2ª temp.) 6. <i>Romance Policial – Espinosa</i> 7. <i>Vizinhos</i></p> <p>Multishow – 7 títulos nacionais 8. <i>Acredita Na Peruca</i> 9. <i>Aí Eu Vi Vantagem</i> 10. <i>Alucinadas</i> 11. <i>Fred e Lucy</i> 12. <i>Os Suburbanos</i> 13. <i>Segredos Médicos</i> (2ª temp.) 14. <i>Trair e Coçar É só Começar</i> (2ª temp.)</p> <p>Canal Brasil – 2 títulos nacionais 15. <i>Fora de Quadro</i> 16. <i>No Divã do Dr. Kurtzman</i></p> <p>Play TV – 1 título nacional 17. <i>Os Amargos</i></p> <p>HBO – 3 títulos nacionais 18. <i>Magnífica 70</i> 19. <i>O Hipnotizador</i> (coprodução Brasil/Argentina/Uruguai) 20. <i>Psi</i> (2ª temp.)</p> <p>Fox – 2 títulos nacionais 21. <i>O Grande Gonzalez</i> 22. <i>Se Eu Fosse Você</i> (2ª temp.)</p>	<p>FX Brasil – 1 título nacional 23. <i>Na Mira do Crime</i></p> <p>Space – 1 título nacional 24. <i>Zé do Caixão</i></p> <p>AXN – 1 título nacional 25. <i>Santo Forte</i></p> <p>Sony – 1 título nacional 26. <i>Desconectados</i></p> <p>Warner – 1 título nacional 27. <i>Quero Ter Um Milhão de Amigos</i></p> <p>TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS (ficções ibero-americanas) – 8</p> <p>+GLOBOSAT – 4 títulos importados 1. <i>Grande Hotel</i> (Espanha) 2. <i>Isabel, a Rainha de Castela</i> (Espanha) 3. <i>La Reina del Sur</i> (EUA, Espanha, Colômbia) 4. <i>Viento Sur</i> (Argentina)</p> <p>TNT – 2 títulos importados 5. <i>Señorita Polvora</i> (Méx., Colômbia, EUA) 6. <i>El Dandy</i> (Colômbia)</p> <p>Fox – 1 título importado 7. <i>Cumbia Ninja</i> (Colômbia)</p> <p>Fox Life – 1 título importado 8. <i>Entre Canibais</i> (Argentina)</p> <p>TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS NA TV PAGA (nacionais, importados e coprodução): 35</p>
---	---

1.9. Produtoras independentes

A Lei da TV Paga está sendo, claramente, um ponto de inflexão na indústria televisiva brasileira, notadamente pelo grande estímulo dado à produção independente no Brasil. Esta já apresenta crescimento significativo, além de fortes investimentos na qualidade de algumas produções. O desenvolvimento do setor abriu um novo mercado de trabalho com exigência de maior qualificação. Duas consequências imediatas podem ser notadas: 1) no aumento de estágios, cursos técnicos e de especialização em áreas como roteiro, interpretação, direção, iluminação, efeitos especiais etc.; e 2) no fortalecimento das séries no país. A nosso ver, é essa nova produção que progressivamente (mas em tempo acelerado) pode levar à constituição de uma “cultura da série nacional”, tanto em termos da produção (“reaprender” a fazer esse formato) como da circulação (distribuição através de parcerias com *majors* internacionais) e do consumo (diversificação nos modos de assistir pelo espectador), numa espécie de resposta nacional ao cenário midiático globalizado caracterizado por uma “TV Transformada”.

1.10. Tendências internacionais

A WIT (World Information Tracking) apontou cinco tendências no mercado televisivo internacional¹³: as *superséries*, um formato entre a novela e a série; a boa aceitação de ficções policiais nórdicas; as adaptações de ideias testadas em outras mídias (cinema, livros, videogames, HQs etc.); os enredos universais, exemplificados pelo inesperado sucesso das novelas turcas na América Latina¹⁴; e o investimento em coproduções internacionais.

É possível identificar no contexto brasileiro boa parte dessas tendências. As *superséries* nas telenovelas curtas, que, desde 2011, são apresentadas no horário das 23h da Globo. As coproduções in-

¹³ Cf. <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2015/06/26/conheca-cinco-tendencias-da-televisao-no-mundo/>. Acesso em: mar. 2016.

¹⁴ Para uma melhor noção desse fenômeno, ver o capítulo do Chile no Anuário Obitel 2015.

ternacionais, apesar de ausentes na TV aberta, estão nos casos da já citada série *Narcos* (Netflix), coprodução entre Brasil, Estados Unidos e Colômbia, e de *O Hipnotizador* (HBO), parceria entre Brasil, Argentina e Uruguai. Essa série, adaptada de quadrinhos argentinos homônimos, foi uma interessante produção bilíngue (falada em português e espanhol) rodada no Uruguai com elenco latino-americano.

Quanto à tendência de ficções de enredo universal, explicitamente referida às novelas turcas, encontrou na Band, emissora errática na exibição de ficção, o seu canal no Brasil. Ainda que não obtenha aqui o grande sucesso ocorrido em outros países, como o Chile, não podemos deixar de ressaltar que as duas telenovelas exibidas em 2015, *Mil e Uma Noites* e *Fatmagül, a Força do Amor*, aumentaram e consolidaram a audiência da emissora (em torno de 3 pontos) em faixa do horário nobre, já de acirrada concorrência entre ficções televisivas nacionais.¹⁵ As duas tramas foram exibidas originalmente na Turquia como séries, adaptadas posteriormente ao formato telenovela para facilitar sua comercialização nos países latinos. O apelo parece estar tanto no exotismo, que leva o telespectador a se aproximar de uma cultura remota, mas que não lhe parece tão diferente, como na história de amor tradicional, mas que é bem contada.¹⁶

Também registramos, neste tópico, o prêmio Emmy Internacional 2015 conquistado por *Império*, na categoria melhor telenovela, e por *Doce de Mãe*, como melhor série de comédia, ambas da Globo. Fernanda Montenegro, por sua atuação nessa última ficção, e a série dramática *Psi*, do canal pago HBO, também foram indicadas à premiação.

Em síntese, dentre os dados do contexto audiovisual de 2015, enfatizamos a predominância da televisão como veículo de acesso a conteúdos, inclusive sob demanda; o crescimento da penetração da TV paga, mesmo em ano de crise econômica; o rearranjo dos hábitos da audiência, que tem aderido acentuadamente à mobilida-

¹⁵ Desenvolveremos esse ponto mais à frente, no tópico “O mais destacado do ano”.

¹⁶ Cf. <http://www.pri.org/stories/2015-05-25/why-some-latin-americans-are-naming-their-children-onur-and-sherezade/>. Acesso em: mar. 2016.

de e ao conteúdo sob demanda; a oferta de aplicativos móveis; e a utilização de múltiplas telas. Esses são alguns pontos que, a nosso ver, fundamentam nossa tese de que vivemos em 2015 o cenário de uma “TV Transformada”, especialmente no que concerne à ficção televisiva brasileira.

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

Tabela 1. Ficções exibidas em 2015

(nacionais e importadas; estreias e reprises; coproduções)

<p>TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 51</p> <p>Globo – 41 títulos nacionais</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>A Cura – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 2. <i>A Mulher Invisível – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 3. <i>A Regra do Jogo</i> (telenovela) 4. <i>A Teia – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 5. <i>Além do Tempo</i> (telenovela) 6. <i>Alto Astral</i> (telenovela) 7. <i>Amores Roubados – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 8. <i>Amorteamo</i> (série) 9. <i>Animal</i> (telefilme) 10. <i>Anos Dourados – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 11. <i>As Noivas de Copacabana – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 12. <i>Babilônia</i> (telenovela) 13. <i>Boogie Oogie</i> (telenovela) 14. <i>Carga Pesada – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 15. <i>Chapa Quente – 1ª temp.</i> (série) 16. <i>Dalva & Herivelto, Uma Canção de Amor – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 17. <i>Dercy de Verdade – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 18. <i>Dona Flor e Seus 2 Maridos – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 19. <i>Felizes para Sempre?</i> (minissérie) 20. <i>Força-Tarefa – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 21. <i>Hoje é Dia de Maria – Luz, Câmera 50</i> 	<p>SBT – 4 títulos nacionais</p> <ol style="list-style-type: none"> 47. <i>A Mansão Bem Assombrada</i> (unitário) 48. <i>Chiquititas</i> (telenovela) 49. <i>Cúmplices de um Resgate</i> (telenovela) 50. <i>Patrulha Salvadora</i> (série) <p>TV Brasil – 1 título nacional</p> <ol style="list-style-type: none"> 51. <i>República do Peru</i> (série) <p>TÍTULOS DE COPRODUÇÕES – 0</p> <p>TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 4</p> <p>SBT – 4 títulos importados</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>A Dona</i> (telenovela – México) 2. <i>Coração Indomável</i> (telenovela – México) 3. <i>Sortilégio</i> (telenovela – México) 4. <i>Teresa</i> (telenovela – México) <p>TÍTULOS DE REPRISES – 17</p> <p>SBT – 9 reprises</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>A Feia Mais Bela</i> (telenovela – México) 2. <i>A Usurpadora</i> (telenovela – México) 3. <i>Carrossel</i> (telenovela) 4. <i>Cuidado com o Anjo</i> (telenovela – México) 5. <i>Esmeralda</i> (telenovela) 6. <i>Maria Esperança</i> (telenovela) 7. <i>Patrulha Salvadora</i> (série)
---	--

<p>Anos (telefilme) 22. <i>I Love Paraisópolis</i> (telenovela) 23. <i>Império</i> (telenovela) 24. <i>Lampião e Maria Bonita – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 25. <i>Malhação – 22ª temp. (soap opera)</i> 26. <i>Malhação – 23ª temp. (soap opera)</i> 27. <i>Mayra, Quando Fala o Coração – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 28. <i>Mister Brau</i> (série) 29. <i>Não se Apega, Não</i> (quadro do <i>Fantástico</i>) 30. <i>O Canto da Sereia – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 31. <i>O Pagador de Promessas – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 32. <i>Ó Pai Ó – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 33. <i>Os Experientes</i> (série) 34. <i>Pé na Cova – 4ª temp. (série)</i> 35. <i>Presença de Anita – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 36. <i>Sete Vidas</i> (telenovela) 37. <i>Subúrbia – Luz, Câmera 50 Anos</i> (telefilme) 38. <i>Tapas e Beijos – 5ª temp. (série)</i> 39. <i>Tim Maia – Vale o que Vier</i> (docudrama) 40. <i>Totalmente Demais</i> (telenovela) 41. <i>Verdades Secretas</i> (telenovela)</p> <p>Record – 5 títulos nacionais 42. <i>Milagres de Jesus – 2ª temp. (minissérie)</i> 43. <i>Milagres de Jesus, o Filme</i> (telefilme) 44. <i>Na Mira do Crime</i> (série) 45. <i>Os Dez Mandamentos</i> (telenovela) 46. <i>Vitória</i> (telenovela)</p>	<p>8. <i>Pérola Negra</i> (telenovela) 9. <i>Rebelde</i> (telenovela – México)</p> <p>Record – 5 reprises 10. <i>Chamas da Vida</i> (telenovela) 11. <i>Dona Xepa</i> (telenovela) 12. <i>Milagres de Jesus</i> (minissérie) 13. <i>Prova de Amor</i> (telenovela) 14. <i>Rei Davi</i> (minissérie)</p> <p>Globo – 3 reprises 15. <i>Caminho das Índias</i> (telenovela) 16. <i>Cobras e Lagartos</i> (telenovela) 17. <i>O Rei do Gado</i> (telenovela)</p> <p>TÍTULOS NACIONAIS (inéditos): 51 TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS (nacionais, importados e coprodução): 55</p>
---	---

Fonte: Obitel Brasil

Em 2015, o Brasil teve o maior número de **títulos inéditos** e de **títulos exibidos** (inéditos e reprises) desde o início do monitoramento Obitel, há dez anos, sendo que o mesmo total de 55 ficções inéditas havia sido alcançado apenas em 2010. Comparando com o ano de 2014, houve um aumento de 22% no número de **títulos exibidos**. No que se refere à **produção nacional**, esse aumento foi

mais expressivo, figurando em torno de 31%. O número de **títulos importados** do âmbito Obitel, porém, sofreu queda de 20%.

A Globo ainda detém a maior parte da **produção inédita nacional** – 80%. A Record aparece em segundo lugar, com 10%, o SBT em terceiro, com 8%, e a TV Brasil em último, com os 2% restantes.

No âmbito das **reprises**, tivemos a aposta da Record com telenovelas no horário vespertino, visando alavancar sua audiência – prática há muito adotada pelo SBT.

Tabela 2. A ficção de estreia em 2015: países de origem

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	51	92,7	1927	83,7	1363:45	83,6
PAÍSES OBITEL (total)	4	7,3	374	16,3	266:35	16,4
Argentina	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Brasil	51	92,7	1927	83,7	1363:45	83,6
Chile	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Colômbia	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Equador	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Espanha	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
EUA (produção hispânica)	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
México	4	7,3	374	16,3	266:35	16,4
Peru	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Uruguai	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
TOTAL	55	100,0	2301	100,0	1630:20	100,0
COPRODUÇÕES NACIONAIS	0	-	0	-	0:00	-
COPRODUÇÕES PAÍSES OBITEL	0	-	0	-	0:00	-

Fonte: Obitel Brasil

Em 2015, houve um total de 55 produções **nacionais e importadas inéditas**, contra 45 no ano anterior; portanto, um crescimento

de 22%. Apesar do aumento de produtos, o número de **capítulos/episódios** diminuiu 3,8%, enquanto a quantidade de **horas** subiu 1,7%. As **produções nacionais** somaram 51 títulos, uma alta de 30% em relação a 2014; porém, o crescimento no número de **horas** de ficção nacional foi modesto, de apenas 1,3%, e houve redução de 3,4% no total de **capítulos/episódios**.

Esses dados sobre a produção nacional parecem reforçar a tendência já observada em 2014, a que chamamos de “ciclo de histórias curtas”, que se expressa no crescimento da produção de títulos com curta ou média duração e na preferência por formatos como séries, minisséries, telefilmes e telenovelas curtas.

Tabela 3. Coproduções

A TV aberta brasileira não registrou coproduções em 2015.

De acordo com o monitoramento do Obitel (iniciado em 2006), a partir de 2009 a exibição de ficções televisivas no *prime time* é 100% nacional, o que se repetiu em 2015. Nota-se, a partir da **Tabela 4**, que o *prime time* também concentra o maior número de capítulos – não, porém, o maior número de títulos, detido pelo período **noturno**, onde transitam costumeiramente as ficções de curta serialidade. O período das **manhãs**, diferentemente de 2014, não registrou nenhuma exibição. O período **vespertino**, por sua vez, observou um aumento tanto no número de capítulos quanto no número de horas.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas emitidos por faixa horária

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-Americanos				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6:00 - 12:00)	0	0,0	0:00	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Tarde (12:00 - 19:00)	570	29,6	330:30	24,2	374	100,0	266:35	100,0	944	41,0	597:05	36,6
Prime Time (19:00 - 22:00)	1156	60,0	894:35	65,6	0	0,0	0:00	0,0	1156	50,2	894:35	54,9
Noite (22:00 - 06:00)	201	10,4	138:40	10,2	0	0,0	0:00	0,0	201	8,7	138:40	8,5
Total	1927	100,0	1363:45	100,0	374	100,0	266:35	100,0	2301	100,0	1630:20	100,0

Fonte: Obitel Brasil

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais				Ibero-Americanos							
	Títulos	%	C/E	%	H	%	Títulos	%	C/E	%	H	%
Telenovela	14	27,5	1505	78,1	1118:10	82,1	4	100,0	374	100,0	266:35	100,0
Série	9	17,6	103	5,3	58:50	4,2	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Minissérie	2	3,9	22	1,1	15:35	1,1	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Telefilme	21	41,2	29	1,5	39:55	2,9	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Unitário	1	2,0	1	0,1	0:50	0,1	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Docudrama	1	2,0	2	0,1	1:55	0,2	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Outros (soap opera etc.)	3	5,9	265	13,8	128:25	9,4	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0
Total	51	100,0	1927	100,0	1363:45	100,0	4	100,0	374	100,0	266:35	100,0

Fonte: Obitel Brasil

É no período **noturno** que se concentrou a maior queda – tanto no número de **capítulos/episódios** quanto no número de **horas**. Conforme a **Tabela 5**, pode-se aferir que esse decréscimo está diretamente ligado à queda no número de **séries** (25%) e **minisséries** (60%) de 2014 para 2015, fato decorrente de duas razões: a primeira foi a decisão da Globo de produzir um conjunto de 19 **telefilmes** no projeto de comemoração dos seus 50 anos. Os telefilmes correspondem ao formato unitário (não seriado) e que foram exibidos em horários tradicionalmente ocupados por séries e minisséries. A segunda, a estreia, na Globo, de uma série norte-americana para ocupar um horário costumeiramente dedicado à produção nacional na segunda linha de shows às sextas-feiras. A Record, no que a crise possa lhe dizer respeito, optou por não produzir seus tradicionais **unitários** de fim de ano.

Todos os 21 **telefilmes** exibidos no ano derivam de séries e minisséries já exibidas anteriormente na TV: além dos 19 títulos referentes ao projeto *Luz, Câmera 50 Anos*, registrou-se a exibição de *Animal*, derivado de série exibida em 2014 no canal pago GNT, e de *Milagres de Jesus*, proveniente da série homônima da Record e levado ao ar como especial de fim de ano da emissora. Destaca-se, ainda, a presença de um **docudrama**, formato não registrado na produção nacional desde 2011.

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa horária

Formatos	Ma-nhã	%	Tar-de	%	Prime Time	%	Noi-te	%	Tot-al	%
Telenovela	0	0,0	3	60,0	10	76,9	1	3,0	14	27,5
Série	0	0,0	0	0,0	1	7,7	8	24,2	9	17,6
Minissérie	0	0,0	0	0,0	1	7,7	1	3,0	2	3,9
Telefilme	0	0,0	0	0,0	0	0,0	21	63,6	21	41,2
Unitário	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,0	1	2,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,0	1	2,0
Outros (<i>soap opera</i> etc.)	0	0,0	2	40,0	1	7,7	0	0,0	3	5,9
Total	0	0,0	5	100,0	13	100,0	33	100,0	51	100,0

Fonte: Obitel Brasil

Apesar de um aumento de 22,2% no número de **telenovelas** exibidas no *prime time*, houve ligeira queda (4,9%) desse formato em horário nobre devido a outros três títulos: a minissérie *Milagres de Jesus* (Record), a série *Patrulha Salvadora* (SBT) e *Não se Apega, Não* (Globo), quadro do *Fantástico*. A despeito disso, a **Tabela 6** reitera a hegemonia do formato **telenovela**, detentor do maior volume de títulos inéditos nacionais desde o início da série histórica do Obitel.

Como já mencionado anteriormente, um fato atípico, que foram as comemorações dos 50 anos da Globo, teve como efeito forte retração de **séries** (queda de 23,4% com relação a 2014) e de **minis-séries** (queda de 20,8%) exibidas na faixa **noturna**.

Na faixa da **tarde**, tivemos as três novelas das 18h da Globo e duas temporadas de *Malhação*. As **manhãs**, como ocorre desde 2010, não apresentaram produção nacional.

Tabela 7. Época da ficção nacional

Época	Títulos	%
Presente	37	72,5
de Época	2	3,9
Histórica	8	15,7
Outra	4	7,8
Total	51	100,0

Fonte: Obitel Brasil

O tempo **presente** continuou a ser o predominante dentre as produções (72,5%). O número de ficções **de época** apresentou nova queda: em 2015, foram apenas duas, o telefilme *Anos Dourados* e a telenovela *Boogie Oogie*, contra três em 2014 e quatro nos dois anos anteriores. As tramas **históricas**, por sua vez, tiveram um aumento de 100%, saltando de quatro em 2014 para oito em 2015, representando 15,7% das produções exibidas. Isso se deve, novamente, aos telefilmes exibidos pela Globo – quatro oriundos de minisséries históricas. Nessa temporalidade, houve ainda o docudrama *Tim Maia*, a telenovela *Os Dez Mandamentos* e *Milagres de Jesus* (minissérie

e telefilme). Na categoria **outra**, encontramos a telenovela *Além do Tempo*, dividida em duas fases de igual importância – uma no passado e outra no presente. A série *Amor-teamo* e os telefilmes *Hoje É Dia de Maria* e *Dona Flor e Seus Dois Maridos* foram concebidos com características atemporais.

Tabela 8. 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	<i>Império</i>	Brasil	Globo	Globo	Aguinaldo Silva	36,658	59,36
2	<i>A Regra do Jogo</i>	Brasil	Globo	Globo	João Emanuel Carneiro	26,892	42,74
3	<i>Babilônia</i>	Brasil	Globo	Globo	Gilberto Braga, Ricardo Linhares e João Ximenes Braga	26,155	42,12
4	<i>Alto Astral</i>	Brasil	Globo	Globo	Daniel Ortiz	25,156	44,1
5	<i>Totalmente Demais</i>	Brasil	Globo	Globo	Rosane Svartman e Paulo Halm	25,019	43,37
6	<i>I Love Paraisópolis</i>	Brasil	Globo	Globo	Alcides Nogueira e Mário Teixeira	24,879	40,79
7	<i>Tim Maia – Vale o que Vier</i>	Brasil	Globo, RT Features	Globo	Mauro Lima e Antônia Pellegrino	24,765	49,41
8	<i>Ó Paí, Ó – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Brasil	Globo	Globo	Guel Arraes, Jorge Furtado, Mauro Lima e Monique Gardenberg	23,364	44,65
9	<i>O Canto da Sereia – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Brasil	Globo	Globo	George Moura, Patrícia Andrade e Sérgio Goldenberg	22,775	46,97
10	<i>Além do Tempo</i>	Brasil	Globo	Globo	Elizabeth Jhin	21,945	39,98
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 0			
100%				0%			

Fonte: Kantar Ibope Media – 15 Mercados | Obitel Brasil

Como ocorre desde o início do monitoramento Obitel, todos os títulos componentes do *top ten* de 2015 são **produções nacionais** da Globo – mesmo em meio ao êxito de *Os Dez Mandamentos* (Record), que, no entanto, ocupou o 32º lugar na lista das ficções mais assistidas em 2015.¹⁷

Como no ano anterior, os três primeiros lugares são ocupados por telenovelas do alto *prime time* – ou seja, as três tramas exibidas às 21h. Esses títulos são seguidos pela trinca de ficções complementares da faixa nobre – as telenovelas do horário das 19h.

Em toda a série histórica do Anuário Obitel, é a primeira vez que nem uma série da primeira linha de shows¹⁸ figurou no *top ten*. A ausência mais notada é de *Tapas & Beijos*, encerrada no ano e que figurou entre os dez mais desde o início de sua exibição (2011). Frisa-se, contudo, que a presença maciça de telefilmes foi preponderante para a não figuração de séries no *top ten* – o que é comprovado pela presença de *Ó Paí, Ó* e *O Canto da Sereia*, adaptadas ao novo formato. Nota-se, ainda, a volta de uma telenovela das 18h, *Além do Tempo*, aos dez mais vistos – algo que não ocorria desde 2013.

**Tabela 9. Os dez títulos mais vistos:
formato, duração, faixa horária**

	Título	Formato	Gênero	Nº de cap./ ep. (em 2015)	Data da primeira e da última transmissão (em 2015)	Faixa horária
1	<i>Império</i>	Telenovela	Drama	63	01/01 a 14/03	<i>Prime Time</i>
2	<i>A Regra do Jogo</i>	Telenovela	Drama policial	106	31/08 a 31/12	<i>Prime Time</i>
3	<i>Babilônia</i>	Telenovela	Drama	144	16/03 a 29/08	<i>Prime Time</i>
4	<i>Alto Astral</i>	Telenovela	Comédia romântica	111	01/01 a 09/05	<i>Prime Time</i>

¹⁷ Dados fornecidos por Kantar Ibope Media – 15 Mercados, 2015.

¹⁸ Horário subsequente à novela das 21h; as ficções são exibidas às terças e quintas-feiras.

5	<i>Totalmente Demais</i>	Telenovela	Comédia romântica	46	09/11 a 31/12	<i>Prime Time</i>
6	<i>I Love Paraisópolis</i>	Telenovela	Comédia romântica	155	11/05 a 07/11	<i>Prime Time</i>
7	<i>Tim Maia – Vale o que Vier</i>	Docudrama	Drama biográfico	2	01/01 a 02/1	Noturno
8	<i>Ó Paí, Ó – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Telefilme	Comédia	1	14/01	Noturno
9	<i>O Canto da Sereia – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Telefilme	Policial	1	06/01	Noturno
10	<i>Além do Tempo</i>	Telenovela	Romance	148	13/07 a 31/12	Tarde

Fonte: Kantar Ibope Media – 15 Mercados | Obitel Brasil

Continuando a tendência observada no ano anterior, os três títulos mais vistos em 2015 pertencem ao **gênero** drama – ainda que em *A Regra do Jogo* esse gênero tenha confluído com o policial. Nota-se, também, a presença de outro híbrido, no qual o drama está presente, acompanhado da denominação biográfico, o docudrama *Tim Maia – Vale o que Vier*.

As comédias românticas são, como em 2014, o gênero de três títulos dentre os dez mais vistos, e apenas uma comédia “pura” compõe o quadro. O gênero policial, além de seu já citado híbrido, também aparece em *O Canto da Sereia*. Findando o prisma dos gêneros no *top ten*, temos um romance, *Além do Tempo*, típico das tramas das 18h da Globo.

Quanto ao **formato**, os seis primeiros lugares são ocupados por telenovelas, seguidas por um docudrama; dois telefilmes e uma novela completam a relação dos dez mais. No que se refere à **faixa horária**, das sete telenovelas presentes, seis foram exibidas no *prime time*, e apenas uma à tarde; todos os outros três formatos foram ao ar no horário noturno.

Tabela 10. Temáticas nos dez títulos mais vistos

	Título	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1	<i>Império</i>	Relações de poder; relações familiares; ambição; revelação de identidade; <i>self-made man</i> .	Relações homoafetivas masculinas; identidade de gênero; homofobia; adoção de criança; escândalos midiáticos.
2	<i>A Regra do Jogo</i>	Crime organizado; dualidades (sociais, geográficas, culturais, psicológicas); cotidiano da favela; relações patológicas.	Crime organizado; patologias psicológicas; violência contra a mulher; trânsitos socioculturais.
3	<i>Babilônia</i>	Relações de poder; inveja; protagonismo feminino; relações homoafetivas; cotidiano da favela.	Homoafetividade feminina na terceira idade; corrupção; divergências religiosas; <i>bullying</i> .
4	<i>Alto Astral</i>	Mediunidade; rivalidade entre irmãs; busca pela origem familiar; preconceito de classe; falsidade ideológica.	Espiritualidade; charlatanismo; preconceito contra obesos.
5	<i>Totalmente Demais</i>	Quadriláteros amorosos; cenário da moda; concurso de beleza; disputas de interesse; escândalos virtuais.	Cultura da moda; ascensão social; assédio sexual na família; competitividade no trabalho.
6	<i>I Love Paraisópolis</i>	Amor entre pessoas de classes sociais diferentes; relações familiares; cotidiano de uma favela paulistana; disputa de território.	Contrastes sociais; preconceito de classe social; reurbanização.
7	<i>Tim Maia – Vale o que Vier</i>	Biografia; cenário musical brasileiro dos anos 1960 a 1980.	Cultura de ídolos; conversão religiosa; drogas; alcoolismo.
8	<i>Ó Paí, Ó – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Baianidade; cultura popular; cotidiano.	Religiosidade; cultura musical.
9	<i>O Canto da Sereia – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Investigação policial; cultura do axé baiano; relação fã e celebridade.	Relação homoafetiva; religiosidade; construção da celebridade.
10	<i>Além do Tempo</i>	Vidas passadas; carma; ambientação histórica; produção de vinhos na região Sul.	Espiritismo; preconceito racial; preconceito de classe; alienação parental.

Fonte: Obitel Brasil

Pelas **temáticas dominantes** recorrentes nos três primeiros títulos, nota-se a aposta da Globo, para seu alto *prime time*, em temas conectadas aos grandes centros urbanos, retratando núcleos de favelas e personagens envolvidos em crimes. Em parte por sentir o

cansaço da repetição da temática violência urbana e em parte pela baixa audiência de *Babilônia* e do início de *A Regra do Jogo*, a emissora optou por uma mudança estratégica e escalou, para o horário das 21h em 2016, uma história com tintas regionais, que propõe o resgate do “Brasil profundo” – falamos de *Velho Chico*, de Benedito Ruy Barbosa e direção artística de Luiz Fernando Carvalho, que estava programada inicialmente para a faixa das 18h.

Em relação às **temáticas sociais**, já contempladas no tópico 1.4 do “contexto audiovisual”, reafirmamos o destaque para os temas religiosos, os de preconceitos de classe e de gênero, além da abordagem das relações homoafetivas.

Tabela 11. Perfil de audiência dos dez títulos mais vistos: gênero, idade, nível socioeconômico

	Títulos	Canal	Gênero %		Nível socioeconômico %		
			Mulheres	Homens	AB	C	DE
1	<i>Império</i>	Globo	62,7	37,3	33,0	47,8	19,2
2	<i>A Regra do Jogo</i>	Globo	61,8	38,2	32,6	48,2	19,2
3	<i>Babilônia</i>	Globo	62,9	37,1	32,9	48,4	18,7
4	<i>Alto Astral</i>	Globo	65,4	34,6	30,0	48,3	21,7
5	<i>Totalmente Demais</i>	Globo	66,0	34,0	32,9	48,4	18,7
6	<i>I Love Paraisópolis</i>	Globo	65,6	34,4	30,5	49,9	19,6
7	<i>Tim Maia – Vale o que Vier</i>	Globo	59,9	40,1	37,5	46,4	16,1
8	<i>Ó Paí, Ó – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Globo	60,3	39,7	28,9	49,2	21,9
9	<i>O Canto da Sereia – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Globo	62,5	37,5	33,5	47,5	19,0
10	<i>Além do Tempo</i>	Globo	68,6	31,4	34,2	47,5	18,3

	Títulos	Canal	Faixa etária %					
			4 a 11	12 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50+
1	<i>Império</i>	Globo	6,5	7,3	8,4	15,8	24,3	37,7
2	<i>A Regra do Jogo</i>	Globo	5,8	7,3	8,3	15,9	24,5	38,2
3	<i>Babilônia</i>	Globo	5,6	6,9	8,3	15,3	24,2	39,7
4	<i>Alto Astral</i>	Globo	6,6	8,0	7,9	13,8	23,6	40,1
5	<i>Totalmente Demais</i>	Globo	6,5	7,9	7,7	14,6	23,7	39,6
6	<i>I Love Paraisópolis</i>	Globo	6,9	8,7	8,0	14,4	22,8	39,2

7	<i>Tim Maia – Vale o que Vier</i>	Globo	5,6	6,4	9,2	16,7	25,6	36,5
8	<i>Ó Paí, Ó – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Globo	6,8	9,0	10,4	17,2	25,8	30,8
9	<i>O Canto da Sereia – Luz, Câmera 50 Anos</i>	Globo	6,4	8,5	9,6	16,6	26,6	32,3
10	<i>Além do Tempo</i>	Globo	5,7	8,0	7,9	13,3	22,4	42,7

Fonte: Kantar Ibope Media – 15 Mercados | Obitel Brasil

As mulheres continuam dominando a audiência das ficções presentes no *top ten*, representando mais de 60% do público, cuja preferência foi a comédia romântica presente nas telenovelas das 18 e 19 horas. Entre os homens, o drama biográfico (docudrama *Tim Maia*) e a comédia (telefilme *Ó Paí, Ó*) foram os mais populares, com o drama aparecendo na sequência (telenovelas *A Regra do Jogo* e *Império*). Essa diferenciação reafirma a preferência já tradicional dos gêneros masculino e feminino.

Entre os jovens adultos (de 18 a 24 e de 25 a 34 anos), os telefilmes foram os mais assistidos, assim como o docudrama, enquanto as telenovelas das 19h, dirigidas a esse público, estão atrás das tramas das 21h na ordem de preferência – curiosamente, as tramas das 19h aparecem entre as predileções da faixa etária de mais de 50 anos, representando três dentre as quatro mais vistas.

Acerca do nível socioeconômico, a classe C ainda é a maior audiência da teleficção, e as telenovelas das 19h são seus produtos preferidos. Entre a classe AB, a telenovela das 18h (*Além do Tempo*) ocupou lugar de destaque, seguida de perto pelo telefilme *O Canto da Sereia* e pela telenovela *Império*, indicando uma preferência dessa faixa de público por dramas e tramas mais densas. Por fim, na classe DE, as tramas mais leves – telefilme *Ó Paí, Ó* e telenovela *Alto Astral* – registraram maior porcentagem.

3. A recepção transmídia

O monitoramento na internet de conteúdos gerados pelos usuários (CGUs) vem adquirindo cada vez mais importância no Brasil, uma vez que a repercussão dos programas televisivos passa a ser

medida através dos assuntos discutidos na internet e, por vezes, ganha até mais importância do que a própria medida de audiência. O Twitter tem se revelado, nos últimos anos, como a plataforma preferida dos fãs da ficção televisiva para conversar acerca de seus temas de interesse. O universo criativo concebido pelos fãs é permeado por fenômenos que vão ganhando força em diversas plataformas – com maior ou menor intensidade, conforme o panorama digital –, dentro do qual destacam-se memes, *remixes*, *fanfics* etc. Todos esses fenômenos resultam de práticas de fãs que se reúnem nas redes por meio de *hashtags*, cuja criação é uma das principais ferramentas encontrada por essas audiências para a discussão de assuntos de interesse e o compartilhamento de conteúdos na internet – de maneira que outros fãs possam se identificar através dessas palavras-chave.

Autores como Deller (2011) apontam que, embora tenhamos estudos sobre como as audiências de televisão usam a internet para discutir programas favoritos (Baym, 2000; Jenkins 2006; Ross, 2008), o monitoramento sistemático e permanente do comportamento das audiências se revela fundamental, pois estamos tratando de práticas on-line que se reconfiguram de maneira contínua, reclamando análises de recepção televisiva feita em redes como o Twitter – tal como o *Obitel* começou a fazer a partir de 2010.

Segundo dados da Kantar Ibope Media referentes a 2015¹⁹, a ficção televisiva (soma de telenovelas, séries e minisséries) ocupou o **primeiro lugar** no ranking dos assuntos mais discutidos no Twitter, seguida de perto pelos *reality shows*. Na lista das 20 exibições da TV aberta com mais publicações nessa plataforma durante o ano, as telenovelas *Verdades Secretas* (Globo) e *Império* (Globo) foram os títulos de ficção²⁰ com maior número de *tweets* e impressões²¹.

¹⁹ Cf. <http://www.kantaribopemedia.com/no-brasil-reality-shows-dominam-as-conversas-sobre-tv-aberta-no-twitter/>. Acesso em: mar. 2016.

²⁰ Para se ter uma ideia quantitativa desse impacto, o último capítulo de *Verdades Secretas* teve 1.354.785 *tweets* e 26.510.866 impressões, enquanto *Império* contabilizou 560.000 *tweets* e 18.900.000 impressões.

²¹ Segundo a Kantar Ibope, o número total de impressões deve ser interpretado como a quantidade de vezes em que as mensagens relacionadas ao programa em questão foram realmente vistas (quando o usuário foi “impactado” pelo conteúdo), o que permite uma

A terminologia adotada pela Kantar Ibope Media advém da metodologia utilizada para mensuração e tratamento desses dados.²² A medição anual a partir dessas métricas considera todos os programas das emissoras de TV aberta de cobertura nacional (exceto as transmissões esportivas) e utiliza a ferramenta Public ITTR para definir o ranking semanal dos dez programas de televisão de maior destaque no Twitter. A posição dos programas na lista de títulos mais comentados no Twitter baseia-se, em primeiro lugar, no total de impressões²³, seguindo-se as demais métricas.

Realizando uma análise pormenorizada dos dados fornecidos pelo Public ITTR, observamos que o nível de engajamento²⁴ de *Império* atingiu o seu ápice na segunda semana de março de 2015, quando obteve um total de 18,9 milhões de impressões no Twitter, 550 mil audiências únicas, 560 mil *tweets* (menções) e 133 mil autores únicos participando dessa repercussão.

Império figurou entre os dez assuntos mais comentados durante cinco semanas, muitas delas coincidindo com o a fase final de sua exibição, em meados de março de 2015. *Verdades Secretas*, por sua vez, esteve nesse ranking durante 15 semanas, considerando que foi exibida de forma integral em 2015. Em termos quantitativos, notamos que esse título alcançou um total de 26,5 milhões de impressões no Twitter, 481 mil audiências únicas, 1,4 milhão de *tweets* (menções) e 173 mil autores únicos a reverberarem esse assunto na

visão mais precisa sobre a repercussão de um conteúdo televisivo, pois ter muitas menções, afinal, não significa necessariamente obter sucesso.

²² As métricas adotadas são: *Twitter Total Impressions*: quantidade de vezes em que os *tweets* relacionados a um programa foram visualizados durante a sua exibição; *Twitter Unique Audience*: número de diferentes contas no Twitter que visualizaram ao menos uma mensagem relacionada a um determinado programa durante a sua exibição; *Tweets*: número total de menções relacionados a um determinado programa durante a sua exibição.

Cf. http://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2015/10/social_tv.pdf. Acesso em: mar. 2016.

²³ Por enquanto, segundo a Kantar Ibope Media, ainda não é possível analisar se essas impressões são positivas ou negativas.

²⁴ Medido a partir da combinação das métricas de atividade – mensagens e autores – e das métricas de alcance – impressões e audiência única.

penúltima semana de setembro – que coincide, da mesma forma, com a última semana de exibição da trama, o que também comprova a tendência ao aumento da repercussão conforme a proximidade do término da ficção.

Por outro lado, observamos que, apesar de *Verdades Secretas* ter sido um dos assuntos mais comentados no Twitter em 2015²⁵, essa ficção não apareceu na lista dos títulos com maior audiência.

Redes de fãs e “fic-hashtags”

Considerando a notável importância do Twitter como espaço de compartilhamento de conteúdos, a escolha dessa rede como plataforma de interesse das nossas análises nos últimos anos também se apoia em práticas sociais relevantes – como as conversas sobre a ficção realizadas simultaneamente à exibição desses títulos na televisão em múltiplas telas (Doyle, 2010). Em particular, temos interesse em observar tanto as ficções com maior repercussão nas redes quanto os assuntos mais discutidos a partir desses títulos. Por isso, como não podia deixar de ser, nosso interesse inicial recai nas palavras-chave que constituem uma *hashtag*, que batizaremos de *fic-hashtag* – *hashtag* de ficções televisivas, utilizada pelos fãs para indexar os conteúdos das conversas.

Verificamos que as principais *fic-hashtags* utilizadas pelos fãs brasileiros no Twitter em 2015 – sobretudo as que atingiram os *trending topics* (assuntos mais comentados) – foram: #VerdadesSecretas; #Império (inclusive o *shipping* do casal #Alfredisis²⁶); #SomosTodosPaollaOliveira; #NãoEstouDisposta; #MarVermelho. Essas *fic-hashtags* indicam a tendência criativa dos fãs, pois muitos não se limitam a indexar conteúdos (sobretudo memes) apenas através do nome da ficção, mas também criam sistemas de ligação com nomenclaturas próprias – caso da *fic-hashtag* que remete à marcante cena

²⁵ Conforme aponta pesquisa encomendada pelo Twitter. Cf. <http://rd1.ig.com.br/verdades-secretas-e-masterchef-dominaram-o-twitter-em-2015-revela-pesquisa/>. Acesso em: mar. 2016.

²⁶ O *shipping* foi objeto de análise no tópico “Recepção transmídia” do Anuário Obitel 2015.

de seminudez da atriz Paolla Oliveira na minissérie *Felizes para Sempre?* (Globo) e do meme criado para ilustrar a frase da protagonista de *Babilônia* “Não estou disposta”, viralizada nas redes.

No que se refere à *fic-hashtag* #VerdadesSecretas, as métricas apontaram para 146 nós (*tweets* que utilizaram essa *hashtag*) conectados através de 106 arestas. Cada post está interligado por, pelo menos, uma aresta, mas nem todos possuem o mesmo número de ligações. Ao compararmos com o número de componentes conectados (45), notamos alto grau de conectividade de determinados posts (alguns com até 32 arestas), mostrando que alguns fãs possuem mais influência na rede que outros. Em conclusão, constatamos que os CGUs estão sendo cada vez mais indexados através de *fic-hashtags*, sendo estas de grande importância na identificação dos fãs de ficções mais ativos nas redes.

Algumas imagens da *fic-hashtag* #verdadessecretas no Twitter:



4. O mais destacado do ano

A fim de desdobrar hipótese formulada em 2014, referente ao “ciclo das histórias curtas”, disponibilizamos o comparativo abaixo, atentando aos movimentos ocorridos na produção brasileira. Salta à vista, em primeiro lugar, o extraordinário aumento do número de histórias curtas, resultado de uma circunstância atípica – os telefilmes exibidos pela Globo como projeto comemorativo de seus 50 anos. No entanto, através de uma análise mais detida, percebe-se que, apesar das contenções de gastos vigentes nas emissoras devido

à crise, elas continuaram a enxergar nas histórias curtas um caminho viável de investimento.

Telenovelas e séries²⁷: a produção brasileira nos últimos três anos

EMISSORAS	GLOBO		RECORD		SBT		BAND		TV BRASIL	
	Nove-la	Série	Nove-la	Série	Nove-la	Série	Nove-la	Série	Nove-la	Série
2013	9	9	3	1	2	0	0	0	0	0
2014	10	12	2	3	1	4	0	0	0	2
2015	10	28	2	3	2	2	0	0	0	1
TOTAL	29	49	7	7	5	6	0	0	0	3

Fonte: Obitel Brasil

Em 2015, a Globo levou ao ar a série *Os Experientes*, coprodução com a produtora O2 Filmes. Destacaram-se, ainda, ações multiplataforma engendradas com os canais Globosat (TV paga), que levaram, por exemplo, à produção de *Odeio Segundas* (GNT). A Record, habituada a parcerias na produção de seus unitários de final de ano, deixou a segunda temporada da minissérie *Milagres de Jesus* a cargo da Academia de Filmes; numa parceria com o grupo Fox (TV paga), produziu *Na Mira do Crime* nos formatos série e telefilme; no final do ano, terceirizou praticamente todo o seu entretenimento, entregando a teledramaturgia à produtora Casablanca – casos da nova temporada da telenovela *Os Dez Mandamentos* e da telenovela *Escrava Mãe* (não estreada em 2015).

Esse modelo de coprodução – que, fomentado pela Lei 12.485, vigora com sucesso na TV paga – tende a ganhar cada vez mais espaço na TV aberta. Para 2016, o SBT está produzindo, em parceria com a Fox e a produtora Mixer, a série *A Garota da Moto*; a Band, por sua vez, divide com o canal TNT e a produtora Hungry Man os custos da série *Terminadores*. Observamos aí o início de um interessante diálogo entre canais abertos e pagos, mediado por

²⁷ O termo “série” abarca as histórias curtas como um todo: séries, minisséries, telefilmes e unitários.

produtoras independentes que aquecem e revigoram o mercado – panorama semelhante ao contexto americano dos anos 1960 e 1970. Este foi marcado pela efervescência das produtoras independentes, que, mais tarde, engendraram um processo rumo à consolidação do mercado audiovisual, à pulverização de canais e às produções de notável qualidade (Curtin, Shattuc, 2009).

Não pretendemos “transplantar” um contexto para outro, e sim procurar similaridades. Para além dos modelos de negócio, há muito que vimos apontando para uma diversificação nas temáticas e formas de abordagens da ficção televisiva brasileira, registrando fenômenos que nos são particulares. Em 2015, por exemplo, telenovelas como *A Regra do Jogo* e *Verdades Secretas*, ao apostarem em uma narrativa episódica, próxima à das séries, tiveram resultados desiguais: enquanto a segunda foi saudada por público e crítica, a primeira se viu em dificuldades no confronto com *Os Dez Mandamentos*, telenovela extremamente tradicional no delineamento de sua narrativa. A convivência desses diferentes modos de produção e de recepção (contemporâneo e anacrônico) reverbera em análises de autores como García Canclini (2003) e Martín-Barbero (2008), que os definem como um traço da “modernidade não contemporânea” presente na América Latina.

Partindo de vetores básicos concernentes a uma “cultura de séries” (Silva, 2014) e alicerçados na tensão entre o tradicional e o moderno, latente tanto no plano do conteúdo – no desenvolvimento de novos modelos narrativos frente à permanência e reconfiguração de modelos tradicionais – como no plano do consumo – nos novos e velhos hábitos de assistir às ficções televisivas –, enxergamos ser este um momento de transição em que vislumbramos um caminho rumo a uma “TV Transformada” no Brasil.

4.1. Festival *Luz, Câmera 50 Anos*

Como parte das comemorações de seu aniversário, a Globo lançou o projeto *Luz, Câmera 50 Anos*, pelo qual algumas de suas séries e minisséries mais bem-sucedidas foram adaptadas ao formato

telefilme. Foram produzidos e exibidos 19 telefilmes, cada um com duração de um filme de longa-metragem (por volta de uma hora e meia).²⁸

Como se observou, apesar da intenção de relembrar grandes momentos da história da Globo, não houve precisão dos critérios de escolha das ficções adaptadas para o projeto. Os critérios de reedição também variaram, nem todas as obras tiveram todos os capítulos e episódios readaptados.

Dentre outras comemorações referentes aos 50 anos da Globo, cabe mencionar o lançamento do álbum de figurinhas *50 Anos de Novelas*, que provocou uma verdadeira febre de colecionismo entre os fãs.

4.2. O sucesso de *Os Dez Mandamentos* e a consolidação de “nichos” na televisão aberta

Uma das ficções de maior repercussão em 2015 foi *Os Dez Mandamentos*, primeira telenovela bíblica da Record. Ao dramatizar a saga de Moisés, a trama chegou em sua reta final a alcançar índices, por vezes, superiores aos da Globo na mesma faixa horária (20h30-22h).²⁹ O auge foi atingido com o capítulo sobre a abertura do Mar Vermelho, levando a *hashtag* #MarVermelho, no Twitter, aos *trending topics* mundiais.³⁰

Sem tirar os méritos dessa produção bíblica, todo esse fenômeno deve ser contextualizado dentro de um movimento de reação de

²⁸ Em janeiro de 2015, exibiram-se 12 longas-metragens oriundos das ficções homônimas *O Canto da Sereia* (2013), *O Pagador de Promessas* (1988), *Força-Tarefa* (2009 a 2011), *Maysa* (2009), *A Teia* (2014), *Ó Pai, Ó* (2008 a 2009), *Dalva & Herivelto* (2010), *Presença de Anita* (2001), *As Noivas de Copacabana* (1992), *Dercy de Verdade* (2012), *Lampião e Maria Bonita* (1983) e *Anos Dourados* (1986). Em abril, mês do aniversário da emissora, teve início a segunda temporada do festival, em que sete telefilmes foram exibidos em duas partes: *Amores Roubados* (2014), *Carga Pesada* (2003/2007), *A Cura* (2010), *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (1998), *Suburbia* (2012), *A Mulher Invisível* (2011) e *Hoje é Dia de Maria* (2005).

²⁹ Cf. <http://www.kantaribopemedia.com/ranking-semanal-15-mercados-09112015-a-15112015/>. Acesso em: mar. 2016.

³⁰ Cf. <http://cultura.estadao.com.br/blogs/cristina-padiglione/e-o-mar-vermelho-se-abriu-na-record-para-alivio-da-globo-sera/>. Acesso em: mar. 2016.

audiência conservadora contra a relação e o beijo homossexual entre duas mulheres de idade avançada, em uma das tramas de *Babilônia*, telenovela do *prime time* da Globo.

Para além desse fenômeno de audiência, cremos que o êxito de *Os Dez Mandamentos* segue na linha de tendência à constituição de nichos na televisão aberta, apontada por nós no Anuário Obitel 2015, em que identificamos a sedimentação do *nicho religioso* pela Record. A emissora, vinda de uma tradição de minisséries bíblicas, soube investir em um formato mais longo, a telenovela, e alocou-a às 20h30, horário que se tornou o mais competitivo da TV brasileira. Nesse mesmo Anuário também identificamos o *nicho infantil* do SBT, o qual, desde 2012, consolidou suas telenovelas feitas para esse público. Apesar do sucesso de *Os Dez Mandamentos*, *Chiquititas* (SBT) não chegou a registrar queda de audiência significativa, e sua substituta, *Cúmplices de um Resgate*, manteve seus índices. Registre-se, ainda, que o SBT obteve êxito ao escalar uma reprise de *Carrossel* para o horário seguinte às suas novelas infantis inéditas. A Band, como mencionado no “Contexto audiovisual”, passou a investir na exibição de novelas turcas, na mesma faixa horária, com *Mil e Uma Noites* e, em seguida, *Fatmagül*.

O fenômeno de *Os Dez Mandamentos* levou a Record a produzir uma nova temporada da telenovela, optando por reprisar minisséries bíblicas enquanto a estreia deverá acontecer em abril de 2016. A emissora lançou, ainda, dois livros baseados na história da telenovela e um filme para o cinema compilando todo o material da trama; dessa forma, a emissora se aproveita de sua ficção de nicho religioso da mesma forma que o SBT explora as tramas infantis – como o lançamento de produtos licenciados com a marca *Chiquititas* e do filme proveniente de *Carrossel*.

4.3. *Mister Brau*

Substituta de *Tapas & Beijos* (Globo) no horário noturno, a série de comédia *Mister Brau* (Globo) foi muito bem recebida e mereceu atenção da mídia internacional: o jornal britânico *The Guardian*

frisou se tratar da primeira ficção da televisão brasileira protagonizada por um casal de negros ricos.³¹ Combinando humor e música (o casal protagonista faz sucesso com música popular), a série toca em temas como racismo e preconceito de classe, fazendo uma crítica social em tom sensível e inteligente, ampliada através do riso. O *plot* versa sobre o choque cultural e de classe provocado pelo casal Brau e Michele, “os novos ricos”, com os vizinhos de um condomínio de classe alta, “um reflexo das mudanças sociais pelas quais o país passou nos últimos anos”.³²

5. Tema do ano: (re)invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva

A recorrente discussão acerca de gêneros e formatos no âmbito televisivo nos leva a indagar quais são os parâmetros para a definição de um e de outro desses termos. No dizer de Martín-Barbero (2008), os gêneros, antes de categorizarem narrativas, ocupam um lugar *exterior* à obra, a partir do qual o sentido da narrativa é produzido e consumido. Eles são, portanto, *estratégias de comunicabilidade*, compreendidas duplamente na dimensão estética e cultural. Os formatos, por sua vez, estão associados a uma *ritualização da ação*, que, engendrada tanto por técnicas ligadas aos modos de narrar quanto por fatores industriais e estratégias de comercialização, dá origem, nas suas mais diversas formas, a uma *família de histórias*.

A metodologia adotada pelo Obitel está alicerçada nessas diretrizes. Ela está voltada para o gênero da ficção televisiva, o qual se realiza através de diversos formatos – telenovela, série, minissérie, telefilme, unitário, dentre outros. Sobrepostos aos formatos, temos, então, os gêneros ficcionais como categorias classificatórias das narrativas – drama, comédia, ação, aventura, terror, policial...

³¹ Cf. <http://www.theguardian.com/world/2015/oct/07/brazil-television-mister-brau-black-couple-race-issues>. Acesso em: mar. 2016.

³² Idem.

Conforme Balogh (2002), no caso da televisão, cada contexto cultural desenvolveu e sedimentou, na preferência do público, combinações particulares de gêneros e formatos televisivos: nos EUA, o formato tradicional do *prime time* é a série: a dramática, de 45 a 60 minutos, e a comédia, *sitcom*, de meia hora. Na América Latina, cuja televisão sofreu influência primordial da tradição radiofônica e do folhetim literário, a telenovela de gênero melodramático se configura como a principal ficção do veículo.

Sabemos que a telenovela se desenvolveu de diferentes formas nas variadas regiões do continente latino-americano.³³ No Brasil, a telenovela se consolidou, ao longo do tempo, como o formato mais assistido e reconhecido pelo público por se imbricar com as mudanças da sociedade, incorporando-se, de vez, na cultura do país.

A telenovela brasileira é, em sua essência, um compósito de gêneros. Em geral, parte de uma trama central dramática, marcada pela difícil resolução de um conflito romântico e/ou moral; ao redor desta, há diversas tramas, também chamadas de núcleos, construídos cada qual a partir dos mais diversos gêneros. Usualmente há um núcleo de humor, outro com mais ação ou mistério. São geralmente denominadas tramas paralelas – que não são exatamente “paralelas”, pois delas se espera que interajam com a trama central, ajudando na progressão da história como um todo. Assim, o espectador de TV no Brasil está acostumado a acompanhar diversas tramas simultâneas em uma única narrativa de ficção.

Conforme avançamos para outros países da América Latina, verificamos variações na telenovela, como, por exemplo, as telenovelas com mais de uma “temporada” (conceito comum às séries), como *El Señor de los Cielos*³⁴, coprodução entre Estados Unidos, México e Colômbia. Esse formato de telenovela, contudo, não nos é muito estranho, pois lembramos os casos de *Chiquititas* (SBT,

³³ Para Mazziotti (1996), há seis grandes modelos de produção de telenovela na América Latina: o brasileiro (Globo), o mexicano (Televisa), o de Miami (EUA), o argentino, o venezuelano e o colombiano.

³⁴ Iniciada em 2013, *El Señor de los Cielos* exibiu sua terceira temporada em 2015 e já há uma quarta encomendada para 2016.

1997 a 2001), exibida em cinco temporadas; da trilogia *Os Mutantes* (Record, 2007 a 2009); e de *Os Dez Mandamentos*, cuja segunda temporada está programada para 2016. Também observamos variações em outros formatos, em questões que se originam, inclusive, no campo semântico. Nos países hispânicos do continente, por exemplo, a nomenclatura “unitário” diz respeito a uma série formada por episódios completamente independentes entre si, unidos comumente por uma afinidade temática – nesses parâmetros, um exemplo de *unitário* seria a série *As Cariocas* (Globo, 2010). No Brasil, entende-se o *unitário* como uma ficção composta apenas de um episódio de, aproximadamente, uma hora; portanto, trata-se de um formato de ficção não seriada.

Também chama atenção, no caso brasileiro, o fato de dois formatos, unitário e telefilme, estarem tradicionalmente ligados a programações especiais, como a idealizada para as comemorações dos 50 anos da Globo ou as veiculadas ao final do ano, período no qual as emissoras costumam testar novas produções (*pitching*) visando introduzi-las na grade do ano seguinte.

Há de se levar em conta, ainda, fatores industriais e estratégias de comercialização, citados anteriormente. Um exemplo recente é o de *Milagres de Jesus*, divulgada pela Record como minissérie; seus episódios, no entanto, eram completamente independentes entre si, cada um com um elenco diferente, narrando a trajetória de uma pessoa agraciada por um milagre de Jesus. Outro exemplo reside nas variações em torno do formato minissérie – as denominações microsséries e macrosséries nunca são, de fato, adotadas pelos produtores.

Reconfigurações de gêneros e formatos nas ficções televisivas brasileiras dos últimos anos

Inserida no contexto das tecnologias digitais e dos fenômenos de globalização da cultura, a ficção televisiva vem experimentando uma confluência de elementos que dão farta margem a novas configurações de gêneros e formatos, submetida que está às velo-

zes mudanças nos âmbitos de sua produção, circulação e recepção. Conteúdos ficcionais em múltiplas telas e diferentes plataformas foram percebidos como tendência desde o início da série histórica do Obitel – e destacada a partir de 2010, através de análises mais aprofundadas sobre a recepção transmídia. Estas revelaram ser possível visualizar os modos como as narrativas transmídias percorrem os mais variados dispositivos, provocando transformações nos moldes do ver e assistir à ficção. Acaba o aprisionamento a uma grade de programação, os horários tornam-se fluidos através do uso das mais variadas telas. Esses vetores passarão, cada vez mais, a interferir nas esferas da produção, incluindo aí a criação e concepção das narrativas, e da circulação, em novas formatações e plataformas.

Nesse cenário, as questões mais discutidas nos últimos tempos trafegam em torno das narrativas complexas. Mittell (2006) aponta que a complexificação verificada em títulos da “TV Transformada” da televisão americana se apoia, principalmente, na *hibridização* das duas formas tradicionais de serialidade: a *serial*, forma contínua, capitular, na qual há um grande arco dramático perpassando toda a narrativa, e a *série*, forma episódica, em que os arcos não ultrapassam a unidade do episódio.³⁵

Pretendemos, em seguida, situar as ficções televisivas brasileiras dentro desse panorama. Dos anos 2000 para cá, observamos diversos títulos nos quais opera tal hibridização. Já em 2003, as telenovelas *Mulheres Apaixonadas* e *Kubacan*, ambas da Globo, apresentavam diversos *plots*³⁶ que, desenvolvidos em núcleos paralelos à trama principal, propiciavam um fluxo dinâmico de histórias e personagens, expressando agilidade³⁷ para a ação. A última trama

³⁵ Um grave problema com que nos deparamos no Brasil é a falta de distinção entre esses dois formatos, tanto do lado de quem produz como de quem consome.

³⁶ Toma-se, aqui, a definição de Campedelli (1987:45-46) para *plot*: “um acontecimento em torno do qual gravitarão os personagens”. Frisa-se que essa autora considera a telenovela *multiplot*, haja vista a grande quantidade de acontecimentos demandada pela duração do formato.

³⁷ Cabe ressaltar que a *aceleração da narrativa*, para além de uma opção estética relacionada ao estilo narrativo de cada autor, configura-se como uma característica menos diretamente ligada às séries do que à condição da contemporaneidade.

citada, exibida às 19h, trazia, ainda, uma variada gama de gêneros³⁸, em que os personagens centrais transitavam entre a comédia romântica, o drama e o suspense, enquanto os outros núcleos – muitos beirando a sátira, já que a trama se passava em uma fictícia ditadura latino-americana, dos anos 1950-1960 – iam do melodrama ao humor, sob diversos matizes.

Ao longo de dez anos, nos Anuários *Obitel*, ao destacarmos as ficções em cada ano, temos feito observações sobre essas novas e cada vez maiores confluências entre gêneros e formatos nas produções nacionais. Em 2010, destacamos as inovações trazidas pela série *Norma* (Globo, 2009) na criação de interatividade com um público que, presente em um auditório, decidia os rumos da trama. Seu alto grau de inovação, contudo, não parece ter sido bem assimilado, e a emissora cancelou a série após a exibição de apenas três episódios.

Em 2011, *O Astro* (Globo) foi a primeira telenovela exibida no novo horário das 23h, destinado principalmente a *remakes* e adaptações de novelas famosas, em formato de mais curta duração (média de 70 capítulos). Ela foi por nós definida como um trabalho de experimentação com forte aposta para o mercado internacional e que, coincidentemente, foi premiada com o Emmy Internacional 2012, na categoria melhor telenovela. A narrativa dessa ficção foi desenvolvida de forma episódica: cada capítulo possuía um *plot*, um acontecimento central que, em seu desenvolvimento, afetava, além dos protagonistas centrais, personagens dos diversos núcleos. Tal acontecimento era solucionado no final do capítulo, ocasionando outra situação, estabelecendo-se, dessa forma, o gancho e o *plot* do capítulo seguinte.

Nessa linha do tempo que estamos traçando através dos capítulos do Brasil escritos nos Anuários *Obitel*, também destacamos as tramas de João Emanuel Carneiro. No Anuário *Obitel* 2009 apontamos que, na telenovela *A Favorita* (2008), foram observa-

³⁸ Balogh (2002:94) fala em “bricolagem de gêneros e subgêneros”, termo que muito bem se aplica ao exemplo dado.

das diversas inovações no formato, como a exploração do gênero suspense – mesmo com a autoria dos crimes revelada no segundo mês de exibição – e a narrativa de ritmo intenso, o que ocasionou diversas viradas na história antes mesmo do final do folhetim. Na minissérie *A Cura* (Globo, 2010), de acordo com o Anuário Obitel 2011, destacamos o fato de ter sido exibida em temporalidade de série, ou seja, semanalmente, e não de forma diária, o que levou a mudanças temáticas e estruturais de roteiro e de edição e à criação de ganchos de maior intensidade dramática, além de outros procedimentos de edição. O fenômeno *Avenida Brasil* (Globo, 2012), por sua vez, apresentou a convergência dos gêneros drama, suspense e comédia. Conforme afirmamos no Anuário Obitel 2013, a agilidade nas ações e nos diálogos uniu-se a uma técnica comum às telenovelas das décadas de 1970-1980, a dos fortes ganchos dramáticos ao final de cada capítulo – claro exemplo de combinações de técnicas preexistentes na conformação de um modelo condizente à contemporaneidade.

Como já destacamos, o ano de 2015 projeta um interessante cenário para o futuro, propício ao desenvolvimento de uma (nova) temporada de experimentação estética por parte dos criadores. Não por acaso, nesse ano emergem dois dos melhores exemplos de equilíbrio entre as formas *serial* e *série*. *A Regra do Jogo*, também de João Emanuel Carneiro, trouxe uma tensão explícita entre capítulo e episódio: cada capítulo foi numerado e recebeu um título que aludia aos acontecimentos do dia, ligados ao núcleo central. Igualmente, *Verdades Secretas*, de Walcyr Carrasco, trama das 23h da Globo, soube se aproveitar muito bem tanto do formato telenovela – na elaboração de ganchos fortes aos finais dos capítulos – como do formato série – relacionado ao encadeamento das ações dramáticas de cada núcleo. Também foi apontada a agilidade da trama em sua duração mais curta, além da qualidade estética obtida pela direção.

À luz dos exemplos aqui apontados, quisemos evidenciar que a combinação e recombinação de gêneros e formatos já consagrados

em experimentos de novas possibilidades narrativas é hoje uma tendência global, intrinsecamente aliada às transformações de cunho sociocultural e tecnológico em curso. Isso nos leva a concordar com Mittell (2004) no que diz respeito aos estudos de gêneros televisivos, pois é necessário considerarmos como estes são experimentados atualmente, aprofundando as relações entre programas e audiência e libertando-os, principalmente, de amarras engendradas pela indústria televisiva. Nessas dinâmicas inter e transgêneros, os formatos também se transfiguram, e talvez até mais, em razão de sua tecnicidade.

Os estudos de gêneros televisivos, portanto, devem abranger tanto o particular (ou local) como o universal (ou global) e nunca se descolar das práticas culturais. Frente a isso – e à natureza inesgotável do tema – nos deparamos com a necessidade de pesquisas que contemplem e avancem nos casos brasileiros de ficção televisiva, tanto na perspectiva histórica como no diálogo com a contemporaneidade, captando como incidirão, nos próximos anos, na (re)invenção de gêneros e formatos.

No decurso deste capítulo, vimos que a ficção televisiva brasileira está em diálogo constante com as tendências percebidas no mundo. E ficou clara, ainda, a necessidade de esse diálogo se desenvolver também entre os estudos internacionais e os que nascem dentro do contexto brasileiro, no qual a telenovela – e a própria televisão – tem uma natureza e papel complexos, que devem ser necessariamente conhecidos e incorporados, em benefício do próprio alcance dos estudos internacionais de gênero.

Referências

- Balogh, A. M. (2002). *O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas*. São Paulo: Edusp.
- Baym, N. (2000). *Tune in, log on: soaps, fandom and online community*. London: Sage.
- Campedelli, S. Y. (1987). *A telenovela*. São Paulo: Editora Ática.
- Curtin, M.; Shattuc, J. (2009). *The American television industry*. New York: Palgrave Macmillan.

- Deller, R. (2011). Twittering on: audience research and participation using Twitter. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 8(1), 216-245.
- Doyle, G. (2010). From television to multi-platform: less from more or more for less? *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16(4), 431-449.
- García Canclini, N. (2003). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture*. London: New York University Press.
- Martín-Barbero, J. (2008). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Mittell, J. (2004). *Genre and television: from cop shows to cartoons American culture*. London: Routledge.
- Mittell, J. (2006). Narrative complexity in contemporary American television. *The Velvet Light Trap* (University of Texas Press), 58 (1), 29-40. Recuperado em 11 mar. 2016 de https://muse-jhu-edu.ezproxy.lib.rmit.edu.au/journals/the_velvet_light_trap/v058/58.1mittell.html.
- Ross, S. M. (2008). *Beyond the box: television and the internet*. Cambridge: Blackwell.
- Silva, M. V. B. (2014). Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galaxia*, 27, 241-252. Recuperado em 11 mar. 2016 de <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>.