

OBITEL 2011

Qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências

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

*coordenadores
nacionais* **Morella Alvarado, Gustavo Aprea,
Fernando Aranguren, Alexandra Ayala, Catarina Duff Burnay,
Borys Bustamante, 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**



OBSERVATÓRIO IBERO-AMERICANO
DA FICÇÃO TELEVISIVA

OBITEL 2011

QUALIDADE NA FICÇÃO TELEVISIVA
E PARTICIPAÇÃO TRANSMIDIÁTICA DAS AUDIÊNCIAS

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Guillermo Orozco Gómez
Coordenadores Gerais

Morella Alvarado, Gustavo Aprea, Fernando Aranguren,
Alexandra Ayala, Catarina Duff Burnay, Borys Bustamante,
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
Coordenadores Nacionais



Copyright © 2011 by Globo Comunicação e Participações S.A.
Copyright da tradução © 2011 by Globo Comunicação e Participações
S.A./Editora Globo S.A.

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta edição pode ser utilizada ou reproduzida — em qualquer meio ou forma, seja mecânico ou eletrônico, fotocópia, gravação etc. — nem apropriada ou estocada em sistema de bancos de dados, sem a expressa autorização da editora.

Texto fixado conforme as regras do novo Acordo Ortográfico da
Língua Portuguesa (Decreto Legislativo nº 54, de 1995).

Tradução: Pablo Cardellino Soto e
Maria Paula Gurgel Ribeiro
Preparação e revisão: Clim Editorial
Capa: Andrea Vilela de Almeida
Foto de capa: Louie Psihoyos. *High-definition
televisions in the information era.*

1ª edição, 2011

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
(CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO, SP, BRASIL)

Qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências:

Obitel 2011 / Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Guillermo Orozco
Gómez (coords.). – São Paulo: Globo, 2011.

Vários autores.

Vários tradutores.

ISBN 978-85-250-5072-4

1. Anuário Obitel 2011 2. Observatório Ibero-Americano da Ficção
Televisiva (Obitel) 3. Países ibero-americanos 4. Televisão – Ficção 1.
Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. II. Gómez, Guillermo Orozco.

Índices para catálogo sistemático:

1. Ficção televisiva: Países ibero-americanos: Artes

Direitos de edição em língua portuguesa
adquiridos por Globo Comunicação e Participações S.A.
Rua Lopes Quintas, 303 – CEP 22460-010 – Rio de Janeiro - RJ
www.redeglobo.com.br

IN MEMORIAM

HUGO ALEJANDRO HUIZAR MORENO, “ALEX”

Guadalajara, Jalisco, México. Outubro 1978 - Abril 2011

Querido Alex:

Nós do Obitel queremos expressar nosso reconhecimento pelo seu trabalho, entrega e entusiasmo. Sua contribuição a todos que participamos deste projeto foi muito significativa e oportuna. Anima-nos saber que você deixou uma marca inapagável tanto nas páginas dos anuários, como na vida de muitos de nós que o acompanhamos de perto e dividimos sonhos, ganhos e esforços. Sem a sua colaboração inteligente, o capítulo *México* não teria sido o mesmo e nem o anuário como um todo. Fique tranquilo quanto à sua herança afetiva e intelectual, pois nós a conservaremos viva e o manteremos sempre partícipe do trabalho futuro com a ficção televisiva.

EQUIPES NACIONAIS OBITEL

Coordenadores gerais do projeto

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (*Universidade de São Paulo*)

Guillermo Orozco Gómez (*Universidad de Guadalajara*)

ARGENTINA

Gustavo Aprea
(*Universidad Nacional de
General Sarmiento*) e Mónica
Kirchheimer (*Universidad
de Buenos Aires*),
coordenadores nacionais

María Victoria Bourdieu
(*Universidad Nacional
de General Sarmiento*),
colaboradora

BRASIL

Maria Immacolata Vassallo de
Lopes (*Universidade de São
Paulo*), coordenadora nacional
Maria Cristina Palma Mungoli,
pesquisadora adjunta; Clarice
Greco Alves, Ligia Maria
Prezia Lemos, Claudia Freire,
Issaaf Santos Karhawi, Neide
Arruda e Silvia Torreglossa,
pesquisadoras associadas;
Alana Giro Jorge, Alexandre
Toshio Misawa e Lorena

Brettas, assistentes de
pesquisa. (*Centro de Estudos de
Telenovela – CETVN – da Escola
de Comunicações e Artes da
Universidade de São Paulo*)

CHILE

Valerio Fuenzalida e Pablo Julio
Pohlhammer (*Pontificia
Universidad Católica de
Chile*), coordenadores
nacionais

Verónica Silva, Alejandro
Caloguerea, Soledad
Gutiérrez, Ignacio Polidura
e Cristian Amaya (*Pontificia
Universidad Católica de
Chile*), pesquisadores
associados

COLÔMBIA

Borys Bustamante e Fernando Aranguren (*Universidad Distrital Francisco José de Caldas*), coordenadores nacionais

Olga Gutiérrez, Diana Mendoza, Alejandra Rusinque, Hugo Sánchez e Mónica Sánchez (*Universidad Distrital Francisco José de Caldas*), pesquisadores associados

EQUADOR

César Herrera e Alexandra Ayala-Marín (*Ciespal*), coordenadores nacionais

Pamela Cruz, Cecilia Vergara, Pablo Escandón e José Rivera (*Ciespal*), pesquisadores associados

Nathalie Cruz Céleri e Mariuxi Micho Gutiérrez (*Ciespal*), assistentes de pesquisa

ESPANHA

Charo Lacalle (*Universitat Autònoma de Barcelona*), coordenadora nacional

Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo e Berta Trullàs (*Universitat Autònoma de Barcelona*), pesquisadoras associadas

ESTADOS UNIDOS

Juan Piñón (*New York University*), coordenador nacional
Linnete Manrique e Tanya Cornejo (*New York University*), pesquisadoras associadas

MÉXICO

Guillermo Orozco Gómez e Francisco Hernández Lomelí (*Universidad de Guadalajara*), coordenadores nacionais
Alejandro Huizar Moreno e Darwin Franco Miguez (*Universidad de Guadalajara*), pesquisadores associados

PORTUGAL

Isabel Ferin Cunha (*Universidade de Coimbra*) e Catarina Duff Burnay (*Universidade Católica Portuguesa*), coordenadoras nacionais
Fernanda Castilho (*Universidade de Coimbra*), pesquisadora associada

URUGUAI

Rosario Sánchez Vilela (*Universidad Católica del Uruguay*), coordenadora nacional
Paula Santos Vizcaíno, Agustina Fazzio e Ángela Reyes

(Universidad Católica del Uruguay), pesquisadoras associadas

VENEZUELA

Morella Alvarado Miquilena
(Ininco-Universidad Central de Venezuela), coordenadora nacional

Luisa Torrealba Mesa
(Ininco-Universidad Central de Venezuela), pesquisadora associada

Ysrael Serrano *(Universidad Central de Venezuela)*, Massimo Dotta Botto (produtor de cinema e TV), pesquisadores colaboradores; Leidy Diana Rivas, assistente de pesquisa

SUMÁRIO

NOTA EDITORIAL

NOTA METODOLÓGICA

PRIMEIRA PARTE

A FICÇÃO NO ESPAÇO IBERO-AMERICANO EM 2010

Síntese comparativa dos países Obitel em 2010 21

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

e Guillermo Orozco Gómez

1. Comparação da ficção nos países ibero-americanos 21
2. As dez ficções mais vistas do ano 40
3. Interações transmidiáticas das audiências com a ficção nos países Obitel 51
 - 3.1. Recepção na rede: a construção de espaços de compartilhamento e fruição 53
 - 3.2. Recepção transmidiática em cada país: a seleção das ficções 55
 - 3.3. Recepção a partir do polo da produção: a construção de um espaço de compartilhamento mesmo sob condições 58
 - 3.4. Recepção transmidiática em países Obitel: quantificação dos dados empíricos 63
 - 3.5. Uma recepção aberta e criativa? 66

4. O contexto audiovisual nos países Obitel	70
5. O mais destacado do ano nos países Obitel	73
5.1. Inovações e inércias na produção de ficção	73
5.2. A ressaca das comemorações bicentenárias na região	76
6. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	79
6.1. O debate geral sobre a qualidade televisiva	79
6.2. A mediação comercial na qualidade televisiva da ficção	81
6.3. A qualidade nas ficções dos países Obitel	84
6.4. A qualidade na ficção televisiva do futuro	87

SEGUNDA PARTE

A FICÇÃO NOS PAÍSES OBITEL

1. ARGENTINA: A ficção perde espaço e apenas um estilo domina 95

Autores: Gustavo Aprea e Mónica Kirchheimer

Equipe: María Victoria Bourdieu

1. O contexto audiovisual do país	95
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero americana	103
3. Recepção transmidiática	116
4. O mais destacado do ano	124
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	129

2. BRASIL: Caminhos da ficção entre velhos e novos meios 135

Autoras: Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Maria Cristina

Palma Mungoli

Equipe: Clarice Greco Alves, Ligia Maria Prezina Lemos,

Claudia Freire, Issaaf Santos Karhawi, Neide Arruda e Silvia

Torreglossa

1. O contexto audiovisual do país	135
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero- -americana	146

3. Recepção transmidiática	161
4. O mais destacado do ano	170
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	175
3. CHILE: O fim da tv universitária?	187
<i>Autores: Valerio Fuenzalida e Pablo Julio Pohlhammer</i>	
<i>Equipe: Verónica Silva, Alejandro Caloguerea, Soledad Gutiérrez, Ignacio Polidura e Cristian Amaya</i>	
1. O contexto audiovisual do país	187
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	194
3. O mais destacado do ano	207
4. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	212
4. COLÔMBIA: A televisão e o sentido do público . . .	225
<i>Autores: Borys Bustamante e Fernando Aranguren</i>	
<i>Equipe: Olga Gutiérrez, Diana Mendoza, Alejandra Rusinque, Hugo Sánchez e Mónica Sánchez</i>	
1. O contexto audiovisual do país	225
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	232
3. Recepção transmidiática	243
4. O mais destacado do ano	246
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	250
5. EQUADOR: A ficção nacional na televisão aberta. Crescimento em quantidade e limitações de qualidade temática	258
<i>Autores: Alexandra Ayal-Marín e César Herrera</i>	
<i>Equipe: Pamela Cruz, Cecilia Vergara, Pablo Escandón e José Rivera</i>	
1. O contexto audiovisual do país	258
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	274
3. Recepção transmidiática	289
4. O mais destacado do ano	293

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	303
6. ESPANHA: A aposta no grande formato	313
<i>Autora: Charo Lacalle</i>	
<i>Equipe: Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo e Berta Trullàs</i>	
1. O contexto audiovisual do país	313
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero- americana	323
3. Recepção transmidiática	342
4. O mais destacado do ano	349
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	353
7. ESTADOS UNIDOS: Crescimento, reestruturação e diversificação da televisão hispânica	358
<i>Autor: Juan Piñón</i>	
<i>Equipe: Tanya Cornejo e Linnete Manrique</i>	
1. O contexto audiovisual do país	358
2. Análise do ano: a ficção de estreia hispânica nos Estados Unidos e ibero-americana	367
3. Recepção transmidiática	380
4. O mais destacado do ano	386
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	391
8. MÉXICO: “Mexicanos ao grito de guerra” também na ficção	406
<i>Autores: Guillermo Orozco Gómez e Darwin Franco Migués</i>	
<i>Equipe: Alejandro Huizar + e Francisco Hernández Homelí</i>	
1. O contexto audiovisual do país	406
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero- americana	416
3. Recepção transmidiática	428
4. O mais destacado do ano	436
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva	439
9. PORTUGAL: Novos desafios	448
<i>Autoras: Isabel Ferin Cunha, Catarina Duff Burnay</i>	

Equipe: Fernanda Castilho

1. O contexto audiovisual do país 448
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-
americana 455
3. Recepção transmidiática 470
4. O mais destacado do ano 476
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva 481

10. URUGUAI: Continuidades e mudanças na ficção 486

Autora: Rosario Sánchez Vilela

*Equipe: Paula Santos Vizcaíno, Agustina Fazzio e
Ángela Reyes*

1. O contexto audiovisual do país 486
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-
americana 500
3. Recepção transmidiática 515
4. O mais destacado do ano 518
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva 520

11. VENEZUELA: Novas normas, velhas proibições 527

*Autoras: Morella Alvarado Miquilena e Luisa Elena
Torrealba Mesa*

*Equipe: Massimo Dotta Botto, Leydi Diana Rivas e Ysrael
Serrano*

1. O contexto audiovisual do país 527
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-
americana 542
3. Recepção transmidiática 558
4. O mais destacado do ano 561
5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva 564

NOTA EDITORIAL

O PRESENTE ANUÁRIO, que está sendo publicado simultaneamente em três idiomas, português, espanhol e inglês, tem como referência histórica o *Anuário Obitel 2007*, publicado em espanhol pela Editorial Gedisa, Espanha; o *Anuário Obitel 2008*, editado em português e inglês por Globo Universidade com o selo da Editora Globo, Brasil; o *Anuário Obitel 2009*, publicado em espanhol pelo Observatorio Europeo de Televisión Infantil (OETI), Espanha, e em português e inglês por Globo Universidade e Editora Globo, Brasil; e, finalmente, o *Anuário Obitel 2010*, impresso em português e espanhol igualmente com apoio de Globo Universidade, pelo mesmo selo editorial.

Em 21 de junho de 2008, durante reunião geral realizada no Rio de Janeiro (Brasil), por votação unânime, os membros do Obitel decidiram renovar a coordenação internacional. A coordenadora geral precedente, profa. dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes, foi reconduzida à posição, porém, o coordenador geral anterior foi substituído pelo prof. dr. Guillermo Orozco Gómez, que continua no cargo.

Em julho de 2008, o Uruguai entrou como membro do Obitel. Com a mudança dos coordenadores nacionais de Espanha, Estados Unidos, Colômbia e Argentina no final de 2008 e com a posterior incorporação da Venezuela a partir de 2010 e do Equador em 2011, o Observatório renovou-se e fortaleceu-se como rede internacional dirigida à investigação comparativa da ficção televisiva em 11 países

ibero-americanos, os mesmos que atualmente integram os capítulos nacionais do presente *Anuário*. Quatro dos coordenadores atuais são membros fundadores do Obitel. Os outros coordenadores são membros novos. O aumento dos integrantes do Obitel e sua consolidação como projeto intercontinental demonstram a crescente liderança desse Observatório na análise da ficção televisiva na região.

Os coordenadores gerais e nacionais deste *Anuário* desejamos mais uma vez agradecer à Globo Universidade por seu contínuo apoio e firme participação nesta publicação. Igualmente reiteramos nosso reconhecimento à permanente colaboração recebida dos institutos Ibope – Ibope (Brasil), Time Ibope (Chile), Ibope (Colômbia e Portugal), Ibope AGB (México) –, MediaMonitor-Marktest Audimetria (Portugal), Kantar Media and Barlovento Comunicaciones (Espanha), Nielsen (Estados Unidos), AGB Nielsen Media Research (Venezuela) e de todas as universidades e respectivos centros de pesquisa dos países participantes deste *Anuário*.

NOTA METODOLÓGICA

O OBSERVATÓRIO IBERO-AMERICANO da Ficção Televisiva, constituído como Obitel desde seu surgimento em 2005, realiza-se como um projeto intercontinental da região ibero-americana, incluindo países latino-americanos, ibéricos e os Estados Unidos de população hispânica. De modo oportuno consideramos importante falar de um âmbito ibero-americano devido ao crescente interesse de diferentes estados nacionais em fazer confluir uma série de políticas diferenciadas de produção, intercâmbio, criação midiática, cultural e artística e, certamente, mercadológica, que poderia chegar a se tornar uma zona de referência geopolítica e cultural importante.

A pesquisa realizada no Obitel procura dar conta de ao menos cinco dimensões desse vasto objeto de análise: sua produção, exibição, consumo, comercialização e suas propostas temáticas. A essas dimensões, a partir do *Anuário 2010* somou-se o fenômeno da “transmídiação”, que, apesar de emergente, envolve enorme potencial para a compreensão da própria produção e das expectativas das empresas e canais de televisão com a distribuição e o consumo da ficção. Lembramos que a transmídiação foi incluída naquele anuário como o “tema do ano”.

No presente *Anuário 2011* seguimos a mesma linha do anterior, agora também com foco na “recepção transmidiática” que, mesmo incorporado apenas como um estudo exploratório, possui potencial de se manter formalmente como uma dimensão permanente de análise para os países Obitel. O objetivo dessa inclusão é dar conta das novas

formas com que as audiências se relacionam e se vinculam à ficção televisiva, que agora assistem e consomem também pela internet ou por meio de dispositivos móveis como celulares, laptops, tablets. As atividades metodológicas realizadas para este *Anuário* foram fundamentalmente as seguintes:

- 1) O **acompanhamento sistemático** dos programas de ficção transmitidos nos canais abertos em cada um dos 11 países participantes da rede Obitel.
- 2) Ageração de **dados quantitativos comparáveis** entre esses países: horários, programas de estreia, número de capítulos/episódios, índices e perfis de audiência, temas centrais da ficção.
- 3) A identificação dos fluxos plurais e bilaterais de gêneros e formatos de ficção, o que se traduz nos **Dez títulos de ficção mais vistos**, os *top ten*, suas temáticas centrais, audiência e *share*.
- 4) As análises do **Contexto audiovisual** que traduz a dinâmica própria de cada país (dados de consumo de outros meios e de outros gêneros de programas, investimento em publicidade, fatos políticos e de legislação concernentes às mídias etc.), bem como do cenário que cada equipe de pesquisa nacional considera como **O mais destacado do ano**, especialmente no que se refere a mudanças na produção, nas narrativas e nas temáticas preferenciais.
- 5) A análise da **Recepção transmidiática** e das interações da audiência com a ficção em cada país: a seleção do caso a ser analisado foi feita tanto tomando como referência um dos dez títulos mais vistos quanto selecionando uma ficção que, devido a alguma particularidade, gerou comportamento peculiar através da internet ou qualquer outra rede social.
- 6) A publicação dos resultados do monitoramento sistemático no formato de anuário, com especial atenção a um tema particular. O **Tema do ano** para este *Anuário 2011* foi a **Qualidade na ficção televisiva**.

Nossa observação foi realizada por meio de uma rede de equipes de pesquisa de 11 países de diferentes universidades da região

ibero-americana: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Espanha, Estados Unidos, México, Portugal, Venezuela e Uruguai.

As principais fontes dos dados de medição da audiência foram proporcionadas pela parceria com entidades responsáveis por fazer os estudos citados nos diferentes países: Ibope (Brasil), Time Ibope (Chile), Ibope (Colômbia e Uruguai), Ibope AGB (México), MediaMonitor-Marktest Audimetria (Portugal), Kantar Media and Barlovento Comunicaciones (Espanha), Nielsen (Estados Unidos) e AGB Nielsen Media Research (Venezuela).

Trabalhou-se também com dados gerados pelas próprias equipes de pesquisa a partir de outras fontes como imprensa, informação na internet, material de áudio e vídeo, assim como aqueles provenientes de contatos diretos com instituições e agentes do meio audiovisual de cada país.

O tratamento estatístico dos dados foi feito em função de *tipologias de produção* (grade de programação, faixas horárias, tempo de duração de cada produto de ficção, capítulos ou episódios) e *tipologias de medição* (índices de audiência ou audiência *share*), o que permitiu o desenvolvimento de quadros comparativos sobre as condições de oferta e perfis de produção da ficção televisiva em cada país, que incluem categorias como volume de programação, formatos, produtores, roteiristas, criadores e estratégias de exibição.

A análise geral deste *Anuário* se divide em três partes:

A primeira é um capítulo de introdução que contém uma **Síntese comparativa da ficção dos países Obitel**. Tal comparação é feita com base em uma perspectiva quantitativa e qualitativa, que permite observar o desenvolvimento da ficção dentro de cada país, destacando as principais produções, assim como a recepção transmidiática e o tema do ano.

Na segunda parte, há **11 capítulos** (um para cada país), com uma estrutura interna em que as seções do *Anuário* são fixas, embora algumas sejam mais específicas que outras. As seguintes seções compõem cada um dos capítulos:

- 1) **O contexto audiovisual do país.** Apresenta informações de caráter geral do setor audiovisual, relacionando-as com a produção de ficção televisiva: história, tendências e fatos mais relevantes.
- 2) **Análise da ficção de estreia.** Parte na qual se apresentam, por meio de diversas tabelas, dados específicos dos programas nacionais e ibero-americanos que estrearam em cada país. Nesse tópico, enfatizam-se especialmente os **Dez títulos mais vistos** do ano.
- 3) **Recepção transmidiática.** Nessa parte se apresenta e exemplifica o que as emissoras oferecem às audiências para que estas possam consumir suas produções na internet. Além disso, faz-se uma descrição do tipo de comportamento que as audiências realizam por si mesmas para ver, consumir e participar das ficções através dos sites da internet.
- 4) **Produções mais destacadas do ano.** As mais importantes não só em termos de média de audiência (*rating*), mas também em termos de impacto sociocultural ou de inovação que geraram na indústria da televisão ou no mercado.
- 5) Finalmente, temos o **Tema do ano**, que no presente *Anuário* é a **Qualidade na ficção televisiva**, que detém sua atenção em apresentar como a qualidade é concebida e como os modelos de ficção televisiva (bons ou ruins) de cada país Obitel a realizam.

A terceira parte é um **Anexo**. Neste *Anuário* também decidiu-se modificar algumas tabelas para oferecer ao leitor uma leitura mais fluida de cada um dos capítulos. Dessa forma, as fichas técnicas dos dez títulos mais vistos de cada país, com informação básica e necessária de sua produção, não mais integram os capítulos, mas são apresentadas ao final do livro em forma de anexo.

PRIMEIRA PARTE

A FICÇÃO NO ESPAÇO IBERO-AMERICANO EM 2010

SÍNTESE COMPARATIVA DOS PAÍSES OBITEL EM 2010

*Maria Immacolata Vassallo de Lopes
e Guillermo Orozco Gómez*

1. Comparação da ficção nos países ibero-americanos

ESTE TÓPICO ANALISA a produção e a circulação de programas de ficção televisiva em países ibero-americanos no ano de 2010. Para tanto, foram observados os programas de 69 televisões abertas, de alcance nacional, privadas e públicas, dos 11 países que constituíram o universo Obitel nesse ano.

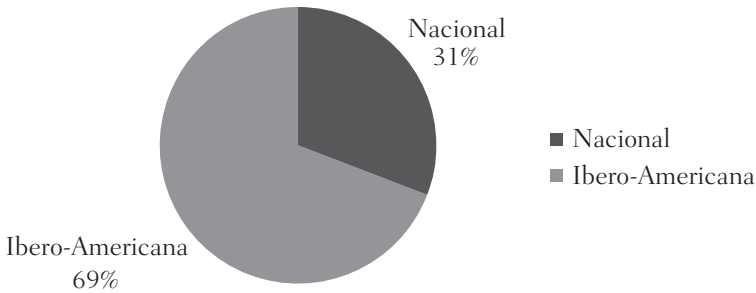
Tabela 1. Países-membros do Obitel e canais analisados – 2010

Países Obitel	Canais privados	Canais públicos	Total de tvs
Argentina	América 2, Canal 9, Telefé, El Trece	Canal 7 - Televisión Pública	5
Brasil	Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Rede tv!	TV Brasil	6
Chile	UC TV, UCV TV, Chilevisión, Mega, Red, Telecanal	TVN	7

Colômbia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional	5
Equador	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno	ECTV, GamaTV, TC Televisión	7
Espanha	Antena3, Tele5, Cuatro, LaSexta, Veo 7	TVE, La 2	7 ¹
Estados Unidos	Azteca América, Telefuturo, Telemundo, Univisión, Estrella tv	-	5
México	Televisa, tv Azteca	Once tv, Conaculta	4
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2	4
Uruguai	Montecarlo, Saeta, Teledoce	Televisión Nacional del Uruguay (TNU)	4
Venezuela	Canal i, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, tv Família, Vale tv, Venevisión	ANTV, C.A. Tele Sur, TVES, vTV, Covetel, Colombeia, Ávila tv	15
Total	47	22	69

No que diz respeito aos 69 canais abertos de alcance nacional nos países do âmbito Obitel as emissoras de capital privado são em número de 47 (68%), mais que o dobro das públicas, que são 23 (32%). Os únicos países que possuem o mesmo número de emissoras privadas e públicas são Equador, Portugal e México, sendo esse número também bastante próximo na Venezuela e Colômbia. Na Argentina, Brasil, Chile, Espanha, Estados Unidos e Uruguai predominam largamente as emissoras privadas. Os Estados Unidos são o único país em que não existe canal público, no caso dirigido à população hispânica.

1. A Espanha possui 23 canais de televisão autônoma que produziram ficção no ano de 2009, mas que não são analisadas neste capítulo comparativo que reúne somente as emissoras de abrangência nacional de cada país. Os dados mais significativos desses e de outros canais regionais ou locais podem ser encontrados nos respectivos capítulos nacionais.

Gráfico 1. Oferta de horas de ficção nacional e ibero-americana — 2010

Em 2010, a oferta de horas de ficção ibero-americana atingiu mais do que o dobro das horas de produção nacional, ou seja, 69% contra 31%.

Tabela 2. Oferta de horas de ficção nacional e ibero-americana – 2008 a 2010

Oferta global de horas	2010		2009		2008		Total
	Nacional	Ibero	Nacional	Ibero	Nacional	Ibero	
	9510	20702	9690	13769	9637	10672	
Total	30212	23459	20309			73978	

No triênio 2008-2010, a oferta global de ficção inédita totalizou 73978 horas. Na comparação desses anos, nota-se que o maior crescimento ocorre de 2009 para 2010, um aumento de quase 30% contra 15% de 2008 para 2009. Esse avanço, entre outros fatores, está relacionado à entrada do Equador e ao retorno da Colômbia ao âmbito Obitel. Porém, quando os dados de produção nacional são analisados sem os números relativos a esses dois países, verifica-se, em 2010, uma forte redução na casa dos 20% na produção de horas nacionais dos países do âmbito Obitel, como poderá ser observado com maior detalhamento na análise da tabela 3.

No que se refere ao total de horas de produção ibero-americana, em 2010 houve crescimento de 50% em relação a 2009, porcentagem bastante superior à média de 29% desse segmento observada anterior-

mente, o que confirma uma tendência notada desde 2007, quando se iniciou a série histórica. Esse percentual sugere maior circulação das produções ibero-americanas frente à acentuada diminuição da produção nacional em alguns países, conforme se observa na tabela 3.

Em 2010, a Colômbia liderou a produção nacional de horas de ficção, cabendo a Portugal a vice-liderança e ao Brasil o terceiro lugar. Seguem-se, pela ordem, México, Argentina, Estados Unidos e Chile. Observa-se que, com exceção de Estados Unidos e Chile, todos os demais países diminuíram a produção de horas nacionais em relação a 2009, demonstrando que a tendência de aumento de exibição de horas de ficções ibero-americanas, apontada desde 2009, se mantém e pode ser observada no crescimento das importações das ficções ibero-americanas por diversos países. Dentro desse quadro, cabe destacar a forte diminuição do número de horas nacionais verificada na Venezuela e na Espanha.

No caso da Espanha, a diminuição deveu-se à redução de oito títulos de ficção nacional. Fato que não impediu a liderança de horas nacionais no *prime time*, mas que ocasionou o aumento de horas de ficção latino-americana nas grades de programação das emissoras espanholas. Além disso, observou-se na Espanha o fortalecimento da tendência de as emissoras estatais programarem a exibição de telenovelas em seu segundo canal.

A Venezuela, por sua vez, foi o país que mais importou horas de produção ibero-americana, três vezes mais que no ano de 2009 – 25% do total verificado entre os países em 2010². Essa foi a maior importação já feita por um único país dentro do Obitel. Na sequência, em importação de horas de ficções ibero-americanas, estão Estados Unidos, Uruguai e Equador. O Brasil aumentou significativamente o número de horas de exibição de ficções ibero-americanas, voltando ao patamar de 2008, mas, ainda assim, entre todos, foi o país que menos importou.

2. Este resultado demonstra diminuição relevante no número de horas nacionais desse país ocorrida devido à censura governamental aplicada a duas telenovelas. Em 2010, a Venezuela exibiu mais horas de produção colombiana e mexicana do que a própria Colômbia e o próprio México.

Tabela 3. Oferta de horas de ficção nacional e ibero-americana por país – 2008 a 2010³

Horas	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Equador	Espanha	EUA	México	Portugal	Uruguai	Venezuela	Total
Nac. 2010	1035	1288	671	1671	305	657	911	1194	1351	47	380	9510
Nac. 2009	1228	1605	664	-	-	1123	833	1582	1408	49	1218	9690
Nac. 2008	1598	2026	667	-	-	1167	1248	1612	1319	0	-	9637
Nac. 2008-2010	3.3861	4919	1982	1671	305	2947	2992	4388	4078	96	1598	28837
Ibero 2010	2048	267	2103	952	2288	380	3387	394	1032	2629	5222	20702
Ibero 2009	2168	32	2787	-	-	272	2649	444	961	2662	1794	13769
Ibero 2008	2270	248	1653	-	-	408	1672	782	1038	2601	-	10672
Ibero 2008-2010	6486	547	6543	952	2288	1060	7708	1620	3031	7092	7016	45143
Total 2008-2010	6486	5466	8525	2623	2593	4007	10700	6008	7109	7988	8614	73980

3. Em todas as tabelas o número zero [0] na coluna de um país significa que não houve produção, enquanto o símbolo [-] indica que o país não participava da rede Obitel.

Espanha e Portugal também apresentaram aumento de importação, enquanto Argentina, Chile, México e Uruguai diminuíram as importações em comparação com 2009.

Analisando o triênio 2008-2010, constata-se que o Brasil permanece em primeiro lugar na produção de horas de ficção nacional, com o México em segundo, Portugal em terceiro e Argentina em quarto – os quatro países permaneceram na mesma posição em relação ao triênio 2007-2009.

No triênio 2008-2010, o grupo dos grandes produtores de ficção⁴, formado por Brasil, México e Portugal, produziu 46% das horas nacionais do universo Obitel. No entanto, cabe enfatizar que mesmo nesse grupo a diminuição na produção de horas nacionais registrada em 2010 foi duas vezes superior à verificada no ano anterior, reforçando a tendência de queda de produção de horas nacionais. Em um momento de diminuição geral da produção nacional de horas, torna-se importante acompanhar mais de perto as estratégias de produção de ficções nacionais nesses três países⁵. Deve-se ainda observar com bastante atenção as estratégias de distribuição das ficções exportadas/importadas pelos/nos países do âmbito Obitel, além das emergentes coproduções, para que se possa ter um quadro mais bem delineado da capacidade produtiva em ficção televisiva dos países.

Os produtores médios no triênio são Argentina, Estados Unidos e Espanha, que mantêm a mesma colocação do triênio 2007-2009. Assim como o grupo anterior, esses países tiveram queda gradativa na produção de horas nacionais, ano a ano.

Chile comparece no triênio como pequeno produtor, enquanto Uruguai, pelo reduzido número de horas de produção nacional, ainda

4. A metodologia Obitel define os países em grandes, médios e pequenos produtores em função de sua capacidade produtiva apresentada, cujo índice principal é a média anual do número de horas de ficção produzidas.

5. Notar, por exemplo, o caso da Colômbia, cuja produção de horas nacionais, em 2010, superou em aproximadamente 20% a produção do segundo colocado, Portugal.

não atinge nenhum dos três patamares de capacidade produtiva em ficção televisiva. Foi o país que mais importou horas de ficções ibero-americanas no triênio 2008-2010, responsável por 21% das importações do triênio, seguido por Chile e Argentina. O Brasil foi o país que menos importou, apenas 1% em relação ao total de importações do triênio.

Em relação à quantidade de horas de ficção tanto nacionais como ibero-americanas no triênio, os países que exibiram mais horas de ficção foram Estados Unidos e Argentina, na faixa de 10 mil horas; seguindo-se Venezuela e Chile, com 8 mil; Uruguai e Portugal, 7 mil horas; México, 6 mil; Brasil, 5 mil, e Espanha, 4 mil. O total de horas de ficção televisiva no triênio 2008-2010 foi de 73979 horas, o que equivale a mais de oito anos de exibição ininterrupta desse gênero na televisão aberta⁶.

Tabela 4. Oferta de títulos de ficção nacional e ibero-americana – 2007 a 2009

Títulos	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Equador	Espanha	EUA	México	Portugal	Uruguai	Venezuela	Total
Nac. 2010	15	49	24	34	5	48	17	21	31	3	9	256
Nac. 2009	24	41	29	-	-	56	7	20	28	3	15	223
Nac. 2008	26	38	31	-	-	47	12	27	26	0	-	207
Nacional 2008-2010	65	128	84	34	5	151	36	68	85	6	24	686
Ibero 2010	33	6	30	20	32	6	45	9	16	34	58	289
Ibero 2009	30	1	50	-	-	5	30	6	12	26	15	175
Ibero 2008	27	5	26	-	-	7	19	13	11	35	-	143
Ibero 2008-2010	90	12	106	20	32	18	94	28	39	95	73	607
TOTAL 2008-2010	155	140	190	54	37	169	130	96	124	101	97	1293

6. Notar que os dados de Colômbia, Equador e Venezuela não puderam ser analisados em termos de triênio em razão de não terem completado esse período na rede Obitel.

Em 2010, o Brasil liderou a oferta de títulos de ficção nacional, seguido muito de perto pela Espanha. Estados Unidos, México e Portugal também aumentaram a oferta em relação ao ano anterior, ao contrário de Argentina, Chile e Venezuela. Já o Uruguai manteve o número do ano anterior.

A Venezuela, refletindo um movimento já constatado na análise da tabela 3, foi o país que mais importou títulos ibero-americanos, quase quadruplicando a quantidade registrada em 2009. Coube aos Estados Unidos o segundo lugar e o terceiro, ao Uruguai.

O Chile foi o único país que diminuiu o número de títulos ibero-americanos, voltando aproximadamente ao patamar registrado em 2008. Apesar de ter aumentado a importação de títulos ibero-americanos em 2010, o Brasil continua sendo, de longe, o país que menos os importa.

Tabela 5. Formatos de ficção nacional em número de títulos – 2008 a 2010

Formatos		Telenovela	Série	Minissérie	Telefilme	Outros	Total
Argentina	2010	6	2	0	0	7	15
	2009	18	3	2	0	1	24
	2008	14	4	1	0	7	26
Total 2008-2010		38	9	3	0	15	65

Brasil	2010	13	12	4	1	19	49
	2009	15	11	6	1	8	41
	2008	16	7	3	0	12	38
Total 2008-2010		44	30	13	2	39	128

Chile	2010	12	3	1	2	6	24
	2009	8	12	3	5	1	29
	2008	7	14	2	5	3	31
Total 2008-2010		27	29	6	12	10	84

Colômbia	2010	20	1	0	0	13	34
	2009	-	-	-	-	-	0
	2008	-	-	-	-	-	0
Total 2008-2010		20	1	13	0	0	34

Equador	2010	3	0	0	0	2	5
	2009	-	-	-	-	-	0
	2008	-	-	-	-	-	0
Total 2008-2010		3	0	0	0	2	5

Espanha	2010	0	26	13	3	6	48
	2009	9	26	11	2	8	56
	2008	6	27	7	0	7	47
Total 2008-2010		15	79	31	5	21	151

EUA	2010	13	1	1	0	2	17
	2009	7	0	0	0	0	7
	2008	11	1	0	0	0	12
Total 2008-2010		31	2	1	0	2	36

México	2010	13	8	0	0	0	21
	2009	14	4	0	0	2	20
	2008	15	8	0	0	4	27
Total 2008-2010		42	20	0	0	6	68

Portugal	2010	8	12	7	0	4	31
	2009	9	15	3	0	1	28
	2008	11	10	1	1	3	26
Total 2008-2010		28	37	11	1	8	85

Uruguai	2010	0	2	1	0	0	3
	2009	0	2	1	0	0	3
	2008	0	0	0	0	0	0
Total 2008-2010		0	4	2	0	0	6

Venezuela	2010	4	3	1	0	1	9
	2009	9	5	0	0	1	15
	2008	-	-	-	-	-	0
Total 2008-2010		13	8	1	0	2	24

Total geral 2008-2010		238	218	68	20	103	647
--------------------------	--	-----	-----	----	----	-----	-----

Em 2010, a Colômbia foi o país que mais produziu **telenovelas**, com um total de 20 títulos; conseqüentemente também foi o país que teve maior produção de horas nacionais em virtude da longa serialidade do formato. Ainda com relação ao formato telenovela, no segundo lugar observa-se um empate entre Brasil, EUA e México, enquanto Chile ocupa o terceiro lugar na produção do formato. No ano de 2009, a Argentina liderou o *ranking* de telenovelas, seguida por Brasil e México. Já em 2008, a liderança coube ao Brasil, seguido por México e Argentina.

Cabe destacar a vertiginosa queda na produção de telenovelas na Argentina verificada na comparação entre 2009 e 2010. No ano de 2009, Argentina liderou o *ranking* de telenovelas com 18 títulos. Já em 2010, sua produção caiu a um terço do que foi produzido em 2009, ou seja, foi de seis títulos. A redução é explicada pela entrada de mais títulos de telenovela de origem ibero-americana. Além disso, deve-se assinalar maior exibição de programas humorísticos no *prime time*, substituindo os de ficção. Deve-se ressaltar ainda que se trata da menor quantidade de títulos nacionais em telenovela observada desde 2006, ano que marca o início do monitoramento efetuado pelo Obitel⁷.

Quanto ao formato **série**, em 2010 a Espanha lidera a produção apresentando mais que o dobro dos segundos colocados, Brasil e Portugal. O México aparece em terceiro lugar na produção do formato. Deve-se observar que, desde 2007, a Espanha se mantém como a maior produtora desse formato entre os países Obitel. Em 2009, o país ocupou o primeiro lugar, enquanto Portugal esteve em segundo lugar e Chile em terceiro.

No formato **minissérie**, a Espanha também foi o país que mais produziu em 2010, apresentando quase o dobro da produção em relação ao segundo colocado, Portugal, e o triplo em relação ao terceiro lugar, Brasil. A Espanha confirma sua liderança nesse formato, a exemplo do

7. Cf. Anuários Obitel 2007 e 2008, em 2006 a produção argentina de telenovelas foi de 16 títulos; em 2007, foram 11 títulos.

que ocorreu nos anos de 2009 e 2008. Em 2009, observou-se o Brasil em segundo lugar, seguido de Portugal e Chile, empatados em terceiro lugar. Com relação a 2008, coube ao Brasil o segundo lugar na produção de títulos no formato minissérie e ao Chile, o terceiro.

Os dados relativos à produção de séries e minisséries traduzem a hegemonia da Espanha no que tange aos formatos de curta serialidade, enquanto reafirmam a superioridade das telenovelas e, portanto, das narrativas de longa serialidade na América Latina, particularmente no Brasil, Colômbia, México e Argentina. Portugal, país europeu, parece ser exceção na produção de telenovela em função da “proximidade cultural” com a telenovela brasileira.

No ano de 2010, em relação aos telefilmes, apenas três países produziram o formato. A maior produtora do ano foi a Espanha, com três títulos, o Chile fez dois e o Brasil, um. Em 2010, a produção do Chile caiu mais da metade em relação a 2009, mas, a despeito disso, continua sendo o maior produtor de telefilmes no **triênio 2008-2010**, com um total de 13 títulos, seguido pela Espanha, com cinco produções.

Em **outros**, que compreendem os formatos unitário, docudrama, dramatizado, *soap opera*, quadros de ficção, o Brasil aparece como líder na produção de títulos tanto em 2010 quanto nos últimos dois anos. Nesse ano, o Brasil produziu 19 títulos nesses formatos, seguido por Colômbia, com 13 e Argentina, com sete. No ano de 2009, Brasil e Espanha empataram no primeiro lugar com oito produções cada, seguidos por México com dois títulos. Em 2008, o primeiro lugar coube ao Brasil com 12 produções, seguido por Argentina e Espanha com sete títulos, e, em terceiro lugar, México com quatro títulos.

Analisando **os dados do triênio**, no que se refere aos formatos, o maior produtor de telenovelas dos países Obitel foi o Brasil, seguido pelo México. A Argentina, apesar de ter apresentado uma queda na produção desse formato em 2010, aparece em terceiro lugar no triênio. Juntos, Brasil, México e Argentina produziram 124 telenovelas, o que corresponde a 52% de toda a produção inédita dos países Obitel nos últimos três anos. A maior produtora de séries no

triênio foi a Espanha, com o dobro da produção dos segundos colocados Portugal e Brasil. A Espanha também é líder na produção de minisséries no triênio, seguida de longe por Brasil e Colômbia. No que se refere ao número de **títulos de minisséries no triênio**, a Espanha aparece em primeiro lugar, seguida por Brasil e Portugal.

Em relação aos formatos mais produzidos no triênio, em primeiro lugar está telenovela, seguida por série. Os formatos variados de outros aparecem em terceiro lugar, seguidos por minissérie e telefilme. No triênio 2007-2009, as telenovelas também apareceram como o formato mais produzido nos países Obitel. Esses dados apontam, por um lado, que as produções de longa serialidade figuram entre os títulos mais produzidos e, por outro, que poucos países concentram sua produção em formatos de curta serialidade. Cabe ressaltar, no entanto, que, mesmo distantes da hegemonia da Espanha nos formatos de curta serialidade, no cômputo geral países como Portugal, Brasil, Chile e México vêm apresentando, ao longo do triênio, forte investimento em produções de curta serialidade (principalmente séries e minisséries), o que denota tendência à diversificação de formatos envolvendo países Obitel como um todo.

Em 2010, o número de **capítulos/episódios nacionais** levados ao ar foi de 12.916, o que denota relativa estabilidade considerando o total de títulos do triênio. A Colômbia apresenta 2.630 capítulos/episódios, o maior número entre os países Obitel devido à grande produção de telenovelas. O Brasil aparece em segundo lugar como maior produtor de capítulos/episódios, apesar de registrar queda de quase 500 capítulos em relação a 2009. Esse decréscimo está associado ao fato de que, com exceção da Globo – que manteve sua produção de telenovelas –, houve diminuição nos títulos desse formato em outras emissoras. Além disso, houve maior produção de séries e unitários no país. O México aparece em terceiro lugar com uma queda de pouco mais de 200 capítulos/episódios em relação a 2009, devido a ter apresentado queda de um título no formato telenovela. Nos anos de 2009 e 2008, o Brasil aparecia com o maior

Tabela 6. Oferta de capítulos/episódios de ficção nacional e ibero-americana – 2008 a 2010

Capítulos/ episódios	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Equador	Espanha	EUA	México	Portugal	Uruguai	Venezuela	Total
Nac. 2010	1.173	1.838	1.304	2.630	313	793	935	1.766	1.741	43	380	12.916
Nac. 2009	1.279	2.307	1.233	-	-	1.652	910	1.995	1.874	44	1.426	12.720
Nac. 2008	1.682	2.372	1.135	-	-	1.710	1.307	2.195	1.565	0	-	11.966
Nacional 2008-2010	4.134	6.517	3.672	2.630	313	4.155	3.152	5.956	5.180	87	1.806	37.602
Ibero 2010	2.296	447	3.138	1.128	2.497	623	3.265	676	1.322	2.691	5.429	23.512
Ibero 2009	2.204	54	3.867	-	-	340	2.728	610	1.166	2.543	1.794	15.306
Ibero 2008	2.214	273	2.514	-	-	545	1.693	947	1.182	2.779	-	12.147
Ibero 2008-2010	6.714	774	9.519	1.128	2.497	1.508	7.686	2.233	3.670	8.013	7.223	50.965
TOTAL 2008-2010	10.848	7.291	13.191	3.758	2.810	5.663	10.838	8.189	8.850	8.100	9.029	88.567

número de capítulos/episódios nacionais entre os países Obitel, o que justifica a hegemonia do Brasil nessa categoria no triênio.

No que se refere às **produções ibero-americanas**, em 2010, observa-se que Brasil, Espanha e México foram os países que menos as exibiram. Apesar de ocupar o primeiro lugar como o país que menos transmitiu essas produções, o Brasil registrou um aumento de quase 400 capítulos/episódios ibero-americanos em sua programação em relação a 2009. Isso se deveu, novamente, à exibição de produções ibero-americanas (principalmente telenovelas) por outras emissoras que não a Globo, que só exibe produção própria. Já em países como Argentina, Chile, Equador, EUA, Uruguai e Venezuela, as produções ibero-americanas prevaleceram sobre a ficção nacional. Em 2010, a Venezuela, em especial, foi o país que mais transmitiu capítulos/episódios ibero-americanos, que ocuparam 93% de sua programação de ficção. Essa constatação sinaliza uma mudança na programação venezuelana, que teve queda de mais de 1.000 capítulos/episódios nacionais em relação a 2009. Destaque-se também o Uruguai, onde as produções ibero-americanas foram responsáveis por 98% do total de ficções exibidas no país. Vale ainda assinalar que, em 2010, Brasil, Colômbia, Espanha, México e Portugal apresentaram maior número de capítulos/episódios nacionais em relação aos ibero-americanos.

Considerando os **dados do triênio**, os países Obitel produziram 37.602 capítulos/episódios nacionais e exibiram 50.965 capítulos/episódios ibero-americanos. O Brasil, nos últimos três anos, foi o responsável pela maior oferta de capítulos ou episódios nacionais, o que pode ser justificado pelo primeiro lugar do país também no *ranking* de maior produtor de títulos de telenovela no triênio. Após o Brasil, estão México e Portugal. O país que menos exibiu capítulos/episódios ibero-americanos, no triênio, também foi o Brasil.

A tabela 7 mostra que a Colômbia foi o país que mais produziu **capítulos/episódios de curta duração** (até 30 minutos). Em segundo lugar aparece o Chile, seguido da Venezuela. Outros países tiveram quedas acentuadas, como é o caso de Espanha e Brasil.

Tabela 7. Número de capítulos/episódios por tempo de duração – 2008 a 2010

Duração	Curta			Total	Média			Total	Longa			Total	Total Geral
	2010	2009	2008		2010	2009	2008		2010	2009	2008		
Argentina	0	20	150	170	487	760	1.523	2.770	686	499	9	1.194	4.134
Brasil	295	350	350	995	1.519	1.847	2.019	5.385	24	110	3	137	6.517
Chile	832	760	415	2.007	443	411	644	1.498	29	62	76	167	3.672
Colômbia	1.712	-	-	1.712	1.273	-	-	1.273	1.180	-	-	1.180	4.165
Equador	57	-	-	57	1.623	-	-	1.623	1.130	-	-	1.130	2.810
Espanha	151	540	667	1.358	323	1.548	738	2.609	319	719	305	1.343	5.310
EUA	276	166	9	451	3.353	3.322	537	7.212	571	150	761	1.482	9.145
México	0	89	48	137	2.412	2.498	2.131	7.041	0	18	16	34	7.212
Portugal	45	40	0	85	1.667	1.772	1.441	4.880	19	62	124	205	5.170
Uruguai	56	50	0	106	1.974	1.001	0	2.975	704	1.536	0	2.240	5.321
Venezuela	609	120	-	729	5.200	1.306	-	6.506	0	0	-	0	7.235
Total	4.033	2.135	1.639	7.807	20.274	14.465	9.033	43.772	4.662	3.156	1.294	9.112	60.691

Já Argentina e México nada exibiram de curta duração, em 2010. Mesmo com essa queda em número de capítulos/episódios de curta duração em 2010, o total geral é superior, em mais de 30%, ao de 2009.

No que se refere ao total de **capítulos/episódios de média duração** (30 a 60 minutos), 2010 apresenta números superiores aos de 2009, correspondendo ao maior do triênio. Em 2010, a Venezuela foi o país que liderou com bastante vantagem a exibição de ficções de média duração, seguida por Estados Unidos e Uruguai. No triênio, o maior número de ficções de média duração foi exibido nos Estados Unidos, e depois México e Venezuela.

Em 2010, a Colômbia apresentou o maior número de **capítulos/episódios de longa duração** (acima de 60 minutos), seguida dos Estados Unidos. Já Uruguai e Brasil tiveram redução considerável com relação a 2009.

Observando os totais de **capítulos/episódios de curta, média e longa duração no triênio**, apesar das variações apresentadas pelos países, é possível afirmar que certos países como Brasil, Argentina, México, Estados Unidos, Portugal e Venezuela preferem particularmente as ficções de média duração; enquanto no Chile há maior incidência de curta duração; no Uruguai, igualmente de média e longa duração; e, na Espanha, a preferência é mais distribuída pelas três durações.

Brasil e Uruguai se destacaram em 2010 na realização de coproduções. É necessário, no entanto, observar com mais cuidado as coproduções brasileiras realizadas pela Globo, uma vez que nenhuma delas foi ou será exibida no Brasil, pois a emissora tem tido por regra apresentar apenas teledramaturgia nacional. Tais coproduções evidenciam um modelo de negócios que busca a internacionalização — não apenas pela exportação de produção nacional, mas também pelo estabelecimento de parcerias com países que se caracterizam pela boa aceitação do formato telenovela. No caso específico de 2010, os países das coproduções foram Estados Unidos, México e Portugal.

Tabela 8. Coproduções – 2008 a 2010

Títulos	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Equador	Espanha	EUA	México	Portugal	Uruguai	Venezuela	Total
2010	1	3	0	0	0	2	1	1	1	3	0	12
2009	3	0	2	-	-	6	0	1	0	4	2	18
2008	2	1	0	-	-	2	3	1	0	0	-	9
Total 2008-2010	6	4	2	0	0	10	4	3	1	7	2	

Apesar da importância estratégica das coproduções no processo de internacionalização da produção ficcional televisiva, houve em 2010 uma queda de quase 35% em relação a 2009, ano em que as coproduções haviam dobrado face a 2008. A maior queda do ano ficou por conta da Espanha, que teve duas coproduções em 2010 contra seis, em 2009, voltando ao patamar de 2008.

Outra queda acentuada ocorreu com a Argentina, que realizou apenas uma coprodução, contra três em 2009. Chile e Venezuela, que em 2009 chegaram a realizar duas coproduções cada um, em 2010 não produziram nenhuma. No entanto, quando observado o total do triênio por país, nota-se que a Espanha mantém a liderança, com dez coproduções, seguida por Uruguai, com sete, e Argentina, com seis.

No que se refere à distribuição da ficção nacional por faixas horárias no ano de 2010, houve crescimento do horário **nobre** em relação a 2009, ao passo que todas as demais faixas caíram quando comparadas ao mesmo período. Apesar da entrada da Colômbia e do início de transmissão matutina pela Venezuela, o número de horas de ficção exibidas no período da **manhã** apresentou queda de quase 80% causada pela grande redução de horas transmitidas por Chile, Portugal e Espanha. Portugal manteve o posto de país que mais produziu e levou ao ar

Tabela 9. Horas de ficção nacional por faixa horária

Faixa horária		Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Equador	Espanha	EUA	México	Portugal	Uruguai	Venezuela	Total
Manhã	2010	0	0	2	9	0	0	0	0	6	0	15	32
	2009	0	2	87	-	-	12	7	0	27	0	0	135
	2008	0	0	31	-	-	0	127	0	122	0	-	280
Total 2008-2010		0	2	120	9	0	12	134	0	155	0	15	447

Tarde	2010	361	331	91	449	0	269	0	376	274	0	45	2196
	2009	569	304	78	-	-	564	141	482	341	0	269	2748
	2008	821	389	47	-	-	542	417	481	346	0	-	3043
Total 2008-2010		1751	1024	216	449	0	1375	558	1339	961	0	314	7987

Nobre	2010	674	613	545	1060	305	409	910	705	1071	13	255	6560
	2009	170	746	451	-	-	539	674	1027	1040	36	774	5457
	2008	355	1196	566	-	-	614	494	1118	801	0	-	5144
Total 2008-2010		1199	2555	1562	1060	305	1562	2078	2850	2912	49	1029	17161

Noite	2010	0	344	32	153	0	21	1	113	0	34	65	763
	2009	489	553	28	-	-	8	11	73	0	13	175	1350
	2008	422	441	23	-	-	11	210	13	50	0	-	1170
Total 2008-2010		911	1338	83	153	0	40	222	199	50	47	240	3283

Fonte: Obitel

no *prime time* sua própria ficção, seguido por Colômbia e Estados Unidos. México, Argentina e Brasil têm boa presença no período da **tarde** e Brasil foi o país que mais exibiu sua ficção no horário da **noite**, mesmo reduzindo horas em relação a 2009. O horário matutino sofreu uma enorme queda em horas de ficção com referência ao ano anterior.

No **triênio**, Portugal, México e Brasil lideraram a exibição de ficção nacional no horário nobre. As horas dedicadas à ficção nessa faixa horária somam mais que o dobro do período da tarde. Esse

Tabela 10. Época da ficção

País	Presente		Passado		Histórica		Outra	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Argentina	14	23	0	0	0	0	1	1
Brasil	52	36	1	2	2	3	0	0
Chile	18	25	2	1	4	3	0	0
Colômbia	33	-	0	-	1	-	0	-
Equador	34	-	1	-	2	-	0	-
Espanha	35	68	12	17	1	1	0	2
EUA	60	35	1	2	1	0	0	0
México	28	25	0	1	2	0	0	0
Portugal	25	23	2	2	4	3	0	0
Uruguai	33	27	4	1	0	1	0	0
Venezuela	62	9	4	1	1	0	0	0
Total	394	271	27	27	18	11	1	3

Fonte: Obitel

panorama ratifica o importante espaço que ocupa a ficção no horário de maior audiência e melhor comercialização da grade de televisão. O Brasil lidera no horário noturno, seguido por Argentina e, bem de longe, por Venezuela. Na faixa vespertina, Argentina se destaca, seguida por Espanha e México.

Em todos países Obitel nota-se a preferência por histórias que se desenrolam no **presente**, totalizando cerca de 90% das ficções apresentadas em 2010. Ainda assim, todos os países exibiram pelo menos uma ficção ambientada no **passado** ou em época **histórica**, à exceção única da Argentina. A Espanha é um caso excepcional com 25% de suas produções ambientadas em época passada e responsável por aproximadamente 45% das ficções de todos os países que se passam no passado.

2. As dez ficções mais vistas do ano

Tabela 1. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, audiência e share

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
1	<i>A corazón abierto</i>	40,2	51,8	Telenovela	RCN	Vista e RCN	Privada	EUA	Colômbia
2	<i>Viver a vida</i>	39,2	62,2	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
3	<i>La Pola</i>	38,4	49,7	Telenovela	RCN	RCN	Privada	Colômbia	Colômbia
4	<i>Amor sincero</i>	36,7	49,1	Outros (Dramatizado)	RCN	Vista e RCN	Privada	Colômbia	Colômbia
5	<i>Caras & bocas</i>	36,0	64,9	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
6	<i>Passione</i>	35,8	57,7	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
7	<i>Chepe Fortuna</i>	33,5	44,2	Telenovela	RCN	RCN	Privada	Colômbia	Colômbia
8	<i>Rosario Tijeras</i>	32,4	46,3	Outros (Dramatizado)	RCN	RCN	Privada	Colômbia	Colômbia
9	<i>Ti-ti-ti</i>	31,3	54,9	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
10	<i>Dalia e Herivelto</i>	31,2	50,2	Minissérie	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
11	<i>Oye bonita</i>	30,1	39,5	Telenovela	Caracol	Colombiana	Privada	Colômbia	Colômbia
12	<i>Las detectivas y el Víctor</i>	29,9	39,7	Telenovela	RCN	RCN	Privada	Colômbia	Colômbia
13	<i>Papai Noel existe</i>	29,3	49,7	Outros (Unitário)	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
14	<i>Valientes</i>	29,3	44,3	Telenovela	El Trece	Pol-Ka	Privada	Argentina	Argentina
15	<i>Escrito nas estrelas</i>	29,2	52,8	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
16	<i>Amor en custodia</i>	29,0	40,2	Telenovela	RCN	Teleset e Coestrella	Privada	Colômbia	Colômbia
17	<i>Cama de gato</i>	28,7	56,2	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
18	<i>El capo</i>	27,7	37,4	Telenovela	RCN	Fox Teleco- lombia	Privada	Colômbia	Colômbia
19	<i>A grande família</i>	27,7	46,9	Série	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
20	<i>Batendo o ponto</i>	27,7	46,3	Outros (Unitário)	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
21	<i>A mano limpia</i>	27,0	40,1	Telenovela	RCN	RCN	Privada	Colômbia	Colômbia
22	<i>Los 80</i>	26,8	38,6	Série	13	Wood	Privada	Chile	Chile
23	<i>Soy tu dueña</i>	25,7	36,8	Telenovela	Televisa	Televisa	Privada	México	México
24	<i>Soy tu dueña</i>	22,5	34,0	Telenovela	Univisión	Univisión	Privada	México	EUA
25	<i>Malparida</i>	22,4	32	Telenovela	El Trece	Pol-Ka	Privada	Argentina	Argentina
26	<i>El capo</i>	22,0	31,1	Telenovela	RCN	Fox Telecolom- bia para RCN	Pública	Colômbia	Equador
27	<i>Sortilegio</i>	22,0	33,0	Telenovela	Univisión	Univisión	Privada	México	EUA
28	<i>Triunfo del amor</i>	20,3	30,9	Telenovela	Televisa	Televisa	Privada	México	México
29	<i>40 y tantos</i>	20,1	28,1	Telenovela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
30	<i>Conde Vrolok</i>	19,4	27,7	Telenovela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
31	<i>Llena de amor</i>	19,1	29,6	Telenovela	Televisa	Televisa	Privada	Venezuela	México

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
32	<i>Hasta que el dinero nos separe</i>	19,1	30,0	Telenovela	Univisión	Univisión	Privada	Colômbia	EUA
33	<i>Mujeres de lujo</i>	18,3	26,4	Telenovela	CHV	CHV	Privada	Chile	Chile
34	<i>En nombre del amor</i>	18,3	29,0	Telenovela	Univisión	Univisión	Privada	México	EUA
35	<i>Martín Rivas</i>	18,2	27,3	Telenovela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
36	<i>Cuando me enamoro</i>	18,1	29,9	Telenovela	Televisa	Televisa	Privada	México	México
37	<i>El primer golpe</i>	17,8	25,6	Telefilme	Ecuavisa	Universal	Privada	EUA	Equador
38	<i>Teresa</i>	17,4	30,7	Telenovela	Televisa	Televisa	Privada	México	México
39	<i>Rosario Tijeras</i>	17,2	24,4	Telenovela	TC	Teleset para RCN	Pública	Colômbia	Equador
40	<i>Amor sincero</i>	17,0	23	Telenovela	TC	Vista para RCN	Pública	Colômbia	Equador
41	<i>Infieles</i>	16,7	25,6	Telefilme	CHV	CHV	Privada	Chile	Chile
42	<i>¿Dónde está Elisa?</i>	16,7	23,4	Telenovela	Ecuavisa	Film In Florida para Telemundo	Privada	EUA	Equador
43	<i>Zacatillo</i>	16,6	29,6	Telenovela	Televisa	Televisa	Privada	México	México
44	<i>Eva Luna</i>	16,1	25,0	Telenovela	Univisión	Univisión e Venevisión	Privada	EUA	EUA
45	<i>Más sabe el diablo</i>	16,0	25,4	Telenovela	Ecuavisa	Telemundo	Privada	EUA	Equador
46	<i>La familia de al lado</i>	15,8	26,2	Telenovela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
47	<i>Botineras</i>	15,5	25,2	Telenovela	Telefé	Underground, Endemol Argentina, Telefé	Privada	Argentina	Argentina
48	<i>Mi recinto</i>	15,4	17,8	Série	TC	TC	Pública	Equador	Equador
49	<i>Deixa que te leve</i>	15,1	43,6	Telenovela	TVI	TVI e Plural	Privada	Portugal	Portugal
50	<i>Para vestir santos</i>	15,0	25,4	Outros (Unitário)	El Trece	Pol-Ka	Privada	Argentina	Argentina
51	<i>El día menos pensado</i>	15,0	21,1	Outros (Docudrama)	Geo Imagen	Geo Imagen	Pública	Chile	Chile
52	<i>Doña Bella</i>	14,8	22,1	Telenovela	TC	RCN e Telefutera	Pública	Colômbia	Equador
53	<i>Locas de amor</i>	14,6	21,4	Série	Televisa	Televisa	Privada	Argentina	México
54	<i>Mujeres asesinas 3</i>	14,6	23,0	Serie	Univisión	Univisión	Privada	Argentina	EUA
55	<i>Para volver a amar</i>	14,4	26,3	Telenovela	Televisa	Televisa	Privada	Colômbia	México
56	<i>La taxista</i>	14,1	21,5	Telenovela	Ecuavisa	Ecuavisa	Privada	Equador	Equador
57	<i>Mi pecado</i>	13,6	25,0	Telenovela	Univisión	Univisión	Privada	México	EUA
58	<i>Los ángeles de Estela</i>	13,2	26,5	Telenovela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
59	<i>Espírito indomável</i>	13,1	36,9	Telenovela	TVI	TVI e Plural	Privada	Portugal	Portugal
60	<i>El clon</i>	13,1	23,2	Telenovela	Televisa	Telemundo	Privada	Brasil	México

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
61	<i>Águila roja</i>	13,0	29	Série	Primeiro Canal	Globomedia	Pública	Espanha	Espanha
62	<i>Gritos de muerte y libertad</i>	12,9	20,5	Série	Televisa	Televisa	Privada	México	México
63	<i>Meu amor</i>	12,4	39,6	Telenovela	TVI	TVI e Plural	Privada	Portugal	Portugal
64	<i>Volver a mi</i>	12,1	21,3	Série	13	13	Privada	Chile	Chile
65	<i>Chepe Fortuna</i>	12,1	18,3	Telenovela	TC	RCN	Pública	Colômbia	Ecuador
66	<i>Llena de amor</i>	12,1	21,0	Telenovela	Univisión	Univisión	Privada	Venezuela	EUA
67	<i>Casi Angeles, la resistencia</i>	11,5	19,9	Telenovela	Telefé	Cris Morena e RGB	Privada	Argentina	Argentina
68	<i>Destino imortal</i>	11,5	33	Minissérie	TVI	TVI e Plural	Privada	Portugal	Portugal
69	<i>Rosa de Guadalupe</i>	11,4	21,0	Outros (Unitário)	Univisión	Univisión	Privada	México	EUA
70	<i>La señora</i>	11,1	23,3	Série	TVE	Diagonal TV	Pública	Espanha	Espanha
71	<i>Cuéntame cómo pasó</i>	11,0	24,7	Série	Primeiro Canal	Grupo Ganga	Pública	Espanha	Espanha
72	<i>Felipe y Letizia</i>	10,6	22,8	Minissérie	Tele5	Tele5, Brutal Media	Privada	Espanha	Espanha
73	<i>Sedução</i>	10,4	32,1	Telenovela	TVI	TVI e Plural	Privada	Portugal	Portugal
74	<i>Hispania, la leyenda</i>	10,2	23,6	Série	Antena3	Bambú	Privada	Espanha	Espanha
75	<i>¿Dónde está Elisa?</i>	9,9	29,7	Telenovela	Saeta	TVN Chile	Pública	Chile	Uruguai
76	<i>Mar de paixão</i>	9,7	36,5	Telenovela	TVI	TVI e Plural	Privada	Portugal	Portugal

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
77	<i>Un gancho al corazón</i>	9,6	25,0	Telenovela	Univisión	Univisión	Privada	Argentina	EUA
78	<i>La duquesa</i>	9,5	22,2	Minissérie	Tele5	Tele5, Ficcional Media (zzi)	Privada	Espanha	Espanha
79	<i>Cátin & Abel</i>	9,4	14,3	Telenovela	Telefé	ON T.V. Llorente & Villaruel y Telefé	Privada	Argentina	Argentina
80	<i>Perfeito coração</i>	9,1	25,1	Telenovela	sic	SIC e SP Televisão	Privada	Portugal	Portugal
81	<i>Porque te quiero así</i>	9,0	27	Série	Saeta	Saeta	Privada	Uruguai	Uruguai
82	<i>Gran reserva</i>	8,9	21,3	Série	TVE	Bambú	Pública	Espanha	Espanha
83	<i>Niní</i>	8,8	18,5	Telenovela	Telefé	Kaberplay, Endemol y Telefé	Privada	Argentina	Argentina
84	<i>Alguien que me quitera</i>	8,8	15,1	Telenovela	El Trece	Pol-Ka	Privada	Argentina	Argentina
85	<i>Dias felizes</i>	8,6	31	Minissérie	TVI	TVI e Plural	Privada	Portugal	Portugal
86	<i>El pacto</i>	8,6	20,3	Minissérie	Tele5	Videomedia	Privada	Espanha	Espanha
87	<i>La mujer perfecta</i>	8,6	51	Telenovela	Venevisión	Venevisión	Privada	Venezuela	Venezuela
88	<i>Laços de sangue</i>	8,4	23,9	Telenovela	sic	sic, sp Televisão e tv Globo	Privada	Portugal/Brasil	Portugal

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
89	<i>República</i>	8,4	21,2	Minissérie	RTP1	RTP/Ukbar Filmes	Pública	Portugal	Portugal
90	<i>El secuestro de Anabel</i>	8,4	18,1	Telefilme	Tele5	Pedro Costa PC	Pública	Espanha	Espanha
91	<i>Soy tu dueña</i>	8,3	47	Telenovela	Venevisión	Televisa	Privada	México	Venezuela
92	<i>El clon</i>	8,1	52,2	Telenovela	Televen	RTP para Telemundo	Privada	Brasil	Venezuela
93	<i>¿Dónde está Elisa?</i>	8,0	48,3	Telenovela	Televen	Telemundo	Privada	EUA	Venezuela
94	<i>Todos contra Juan 2</i>	8,0	16,4	Minissérie	Telefé	Rosstoc e Farfán	Privada	Argentina	Argentina
95	<i>Malparida</i>	7,9	25,1	Telenovela	Teledoce	Pol-ka	Privada	Argentina	Uruguai
96	<i>Los protegidos</i>	7,7	18,1	Série	Antena3	Ida y Vuelta	Privada	Espanha	Espanha
97	<i>Acuarela de amor</i>	7,5	29,3	Telenovela	Teledoce	Globo	Privada	Brasil	Uruguai
98	<i>Más sabe el diablo</i>	7,5	55,6	Telenovela	Televen	Telemundo	Privada	EUA	Venezuela
99	<i>Chepe Fortuna</i>	7,4	37,5	Telenovela	Televen	RCN	Privada	Colômbia	Venezuela

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Produtora	TV privada ou pública	País de origem do roteiro	País de exibição
100	<i>Doña Barbara</i>	7,4	49,5	Telenovela	Telegen	RTI e Telemundo	Privada	Colômbia-EUA	Venezuela
101	<i>El capo</i>	7,2	34,6	Série	Telegen	FOX Tele Colombia e RTI	Privada	Colômbia	Venezuela
102	<i>A corazón abierto</i>	6,9	47,7	Telenovela	Venevisión	Disney Media Network Latin America, Vista Producciones e RCN	Privada	Colômbia-EUA	Venezuela
103	<i>Rosario Tijeras</i>	6,9	44,8	Série	Venevisión	Teleset para RCN	Privada	Colômbia	Venezuela
104	<i>La niñera</i>	6,8	32,4	Série	Saeta	Telefé e Sony	Privada	EUA	Uruguai
105	<i>Ciudad paraíso</i>	6,8	32,4	Telenovela	Teledoce	Globo	Privada	Brasil	Uruguai
106	<i>Águila roja</i>	6,5	20,1	Série	Saeta	Globomedia	Pública	Espanha	Uruguai
107	<i>Algúien que me quiera</i>	6,3	20,2	Telenovela	Teledoce	Pol-ka	Privada	Argentina	Uruguai
108	<i>Mujeres de lujo</i>	6,3	20	Telenovela	Saeta	Chilevisión	Privada	Chile	Uruguai
109	<i>Más sabe el diablo</i>	6,2	19,1	Telenovela	Montecarlo	Telemundo	Privada	Colômbia	Uruguai
110	<i>Sueña conmigo</i>	6,1	18,2	Telenovela	Telefé	Nickelodeon Latinoamérica; Illusion Studios y Televisa	Privada	Argentina e México	Argentina

Fonte: Obitel

A lista geral das **dez ficções mais vistas em cada um dos países Obitel** comporta um total de 110 títulos classificados por índices de audiência. Nos dez primeiros lugares, cinco títulos são do Brasil⁸, quatro da Colômbia e um dos Estados Unidos. Preva- lecem títulos produzidos por emissoras privadas, mas as emissoras públicas comparecem com quase 20% deles. Entre os dez títulos de maior audiência, sete são telenovelas⁹, evidenciando a preferência do público dos países Obitel por esse formato de longa serialidade. Dois dos títulos que aparecem entre os dez mais são outros e uma minissérie.

O primeiro lugar em audiência entre os dez títulos de maior suces- so nos países do âmbito Obitel coube à telenovela *A corazón abierto*, produzida na Colômbia, uma coprodução com roteiro importado. Os outros nove títulos apresentam roteiros originais de seus próprios paí- ses, nos quais obtiveram os melhores resultados de audiência.

Ainda com relação ao primeiro lugar entre as ficções mais vistas nos países do âmbito Obitel, cabe destacar que a telenovela *A cora- zón abierto* é uma coprodução entre RCN e Vista Producciones com roteiro de origem norte-americana, baseado na série *Grey's anatomy*. O fato chama atenção, pois desde o início do monitoramento realiza- do pelo Obitel o primeiro lugar nunca foi ocupado por uma coprodu- ção com roteiro importado. A repetir-se, esse fato pode indicar uma possível tendência na produção de ficção em países da América Lati- na. Dos quatro títulos da colombiana RCN que figuram entre os *top ten* na tabela 11, dois são coproduções da RCN com a Vista Produc- ciones, empresa colombiana associada em algumas produções com a norte-americana Buenavista International Television.

8. Globo manteve a liderança entre os *top ten* do triênio: 2008 (nove títulos), 2009 (oito títulos) e 2010 (cinco títulos).

9. Em 2007, 2008 e 2009, entre as dez ficções mais vistas, o número de telenove- las foi nove, seis e sete, respectivamente.

Ainda com relação à casa produtora, pode-se observar que dos 110 *top ten* de todos os países Obitel, cerca de 20% (18 títulos) foi realizado por meio de coproduções, principalmente com produtoras norte-americanas de porte – HBO, Fox se enquadram nessa categoria, evidenciando um modelo de negócios baseado nas coproduções de grandes produtoras com produtoras locais.

As dez ficções mais vistas em cada país apresentaram baixo índice de circulação entre si, uma vez que 70 das 110 ficções mais assistidas (64%) o foram no próprio país em que foram produzidas e apenas 40 delas (36%) alcançaram ficar entre as dez mais de outro país que o seu. Entre as 110 ficções mais vistas, incluindo coproduções, o país que teve mais ficções de sucesso em outros países foi a Colômbia (13), seguida por México (seis) e Brasil (cinco).

Esses dados parecem indicar que as ficções que fizeram mais sucesso no país de origem não foram necessariamente bem-sucedidas em outros. Essa é uma questão importante que o projeto Obitel deverá aprofundar e buscar respostas *pari passu* com a continuidade de pesquisas sobre a recepção.

Cabe destacar ainda o aparecimento de cinco coproduções a partir da 85ª posição, exibidas por Portugal, Venezuela e Argentina. *Laços de sangue*, produzida por Portugal e Brasil, e *Sueña conmigo*, por Argentina e México, fizeram sucesso em pelo menos um dos países que as produziu. As outras duas foram coproduzidas por Estados Unidos e Colômbia, com sucesso de exibição na Venezuela. Se comparado com 2009, quando apenas uma coprodução apareceu no cômputo das ficções mais vistas de cada país, esse aumento poderia indicar uma crescente formação de parcerias para a produção de ficção entre os países Obitel.

Tabela 2. Formatos e faixa horária dos dez títulos mais vistos

País	Formatos						Faixa horária			
	Telenovela	Série	Minissérie	Telefilme	Outros	Manhã	Tarde	Nobre	Noite	
Argentina	8	0	1	0	1	0	4	6	0	
Brasil	6	1	1	0	2	0	2	4	4	
Chile	6	2	0	1	1	0	0	9	1	
Colômbia	8	0	0	1	1	0	0	7	3	
Equador	8	1	0	1	0	0	0	10	0	
Espanha	0	6	3	1	0	0	0	10	0	
EUA	8	1	0	0	1	0	0	9	1	
México	8	2	0	0	0	0	3	5	2	
Portugal	7	3	0	0	0	0	1	9	0	
Uruguai	7	3	0	0	0	0	1	2	7	
Venezuela	9	1	0	0	0	0	0	6	4	

Fonte: Obitel

Observando a **produção dos dez títulos mais vistos em cada país**, nota-se a liderança absoluta do **formato** telenovela, com 68,2% de participação. Essa tendência, que se confirma ano a ano, ratifica a preferência pelo formato entre os países observados. Em primeiro lugar está a Venezuela, que teve no ano nove telenovelas entre os dez títulos mais vistos no país. Argentina, Colômbia, Equador, EUA e México produziram oito, seguidos por Portugal e Uruguai, com sete cada, e Brasil e Chile, com seis.

Já a Espanha não produziu telenovelas, mas se destaca pelo número de séries, seis entre os dez mais vistos no país. Esse formato, no entanto, teve menor incidência entre os *top ten* dos demais países: Portugal e Uruguai produziram três séries, Chile e México, duas, e Brasil e Venezuela apenas uma série.

O horário nobre se destacou como a principal **faixa horária** de exibição das produções *top ten* dos países, com 70% dos títulos. O período noturno vem em segundo lugar com 20% dos títulos e o vespertino em terceiro com 10% dos títulos.

3. Interações transmidiáticas das audiências com a ficção nos países Obitel

A recepção transmidiática como um fenômeno de recente incorporação nas práticas comunicativas tanto dos meios como das audiências ibero-americanas tem potencial e, sobretudo, formas de apropriação que variam de país para país conforme poderá ser constatado nas páginas que se seguem. Páginas em que se procura, um pouco à maneira de Martín-Barbero (2001, 2004), *cartografar* principalmente as apropriações ensejadas pela transmidialidade no contexto das mediações que se constroem em torno da teledramaturgia nos diferentes países do âmbito Obitel. Assim, para a realização dessa primeira investigação exploratória, a equipe de pesquisa de cada país procurou refletir sobre o fenômeno transmidiático para além da simples constatação do uso ou não uso de determinada

plataforma. Buscou-se, sobretudo, refletir sobre usos sociais e práticas culturais das audiências envolvidos na dinâmica comunicativa pensada com base na especificidade sociocultural de cada país.

Dessa forma, nossa *cartografia* partiu, portanto, da apropriação de modelos com a finalidade de redesenhá-los para que neles coubessem, segundo Martín-Barbero (2004, p. 19), “nossas diferentes realidades, com a consequente e inapelável necessidade de fazer leituras oblíquas desses modelos, leituras ‘fora de lugar’, a partir de um lugar diferente daquele no qual foram escritos”. A apropriação de modelos de interpretação dos fenômenos de transmidialidade, como aqueles relatados por Jenkins (2008), permitiu a compreensão, mesmo que parcial e inacabada, de alguns aspectos da criação e disseminação dos universos narrativos criados pela teledramaturgia nos países do âmbito Obitel. Tais universos espriam-se dinâmica e dialogicamente por meio de discursos verbais e de imagens que mais uma vez colocam em xeque conceitos estanques de produção e de recepção. Estamos diante de mundos ficcionais, conforme Eco (1997), imersos em universos cujas fronteiras tenuemente demarcadas se movem contínua e aleatoriamente em busca de sentidos, seja na correlação com outros mundos ficcionais, seja na correlação complexa e problemática com a realidade, seja na correlação entre gêneros/formatos industrializados e *modelos de negócios* em Canitto (2008), dentro de uma *business logic*, proposta por Castells (2009, p. 71), seja ainda operando na intersecção de todas essas variáveis. Essa variedade de enfoques e possibilidades de análise esboça a complexidade das mediações envolvidas na tessitura dos processos de comunicação, sobretudo dos processos transmidiáticos.

Algumas dessas correlações podem ser observadas, neste *Anuário*, ao longo dos relatos feitos no capítulo de cada um dos países participantes do Obitel, os quais, de uma forma ou de outra, depararam-se com dificuldades de várias ordens para trabalhar com o universo novo e pouco conhecido da chamada *cultura da convergência* por

Jenkins (2008)¹⁰. A adoção de um protocolo metodológico único que permitiu explorações a partir da observação empírica das relações de comunicação mediadas, sobretudo, pela internet possibilitou a cada país a adoção de estratégias de cotejamento e análise que levassem em conta sua própria realidade comunicacional, propiciando a criação/leitura de uma *cartografia* peculiar dos países do âmbito Obitel.

O que se busca, na presente síntese, é oferecer aspectos do universo transmidiático descrito pelos países com a finalidade de apresentar alguns elementos para que se possam estabelecer correlações que possibilitem uma aproximação ao mesmo tempo exploratória e crítica dos diferentes contextos comunicacionais dos países membros. Dessa forma, o que aqui se relata é uma síntese que necessariamente deve ser amparada pela leitura do capítulo de cada país em que se encontram os detalhes do contexto local.

3.1. Recepção na rede: a construção de espaços de compartilhamento e fruição

Nos países, em geral, observou-se que a participação da audiência na internet demonstra certo engajamento positivo com as ficções, mais especificamente com cenas desenvolvidas em alguns capítulos. Os usuários deixam fluir em seus comentários o “capital emocional” que vão acumulando ao longo do tempo de exibição das produções por meio de elogios e discussões sobre o enredo, roteiro e atributos físicos dos personagens/atores (híbridos entre ficção e realidade, sem diferença alguma). Em alguns países, como **Espanha** e **Portugal**, a internet parece cumprir o papel de rejuvenescer a audiência televisiva ao atrair uma recepção jovem, cada vez mais personalizada e carente de interatividade. Destaca-se o apego dos

10. De acordo com Jenkins (2008), a cultura da convergência implica muito mais que transformações tecnológicas e culturais nos polos produtores e consumidores de produtos midiáticos, pois envolve as formas com que esses polos passam a interagir entre si.

espectadores aos pares românticos e aos ensinamentos que suas histórias trazem para o cotidiano. Essa identificação ganha ares de confidencialidade por parte dos internautas que emitem comentários diretamente destinados aos produtores e atores, esperando deles uma resposta. Esse tipo de interação é relatado por **Argentina, Brasil, Espanha, México, Venezuela e Uruguai.**

Apesar desse envolvimento, observou-se que são poucos os usuários que postam comentários críticos sobre a ficção e seus conteúdos. Essa característica não deve ser interpretada apenas como falta de senso crítico em relação às produções que são objeto de comentários, mas deve ser analisada à luz da própria dinâmica que conduz os relacionamentos nas redes sociais. Assim, deve-se lembrar que, ao se compartilhar qualquer tipo de opinião ou sentimento dentro de um ambiente ou plataforma no qual se reúne um grande número de fãs, o posicionamento crítico pode gerar atitudes contrárias de não aceitação e a sugestão para que o descontente se retire da comunidade. Trata-se da criação de espaços de compartilhamento de experiências que se caracterizam pela criação e pelo acionamento de um repertório comum que envolve diversas instâncias de produção de sentido que passam por várias camadas de interpretação que vão da manifestação carregada de emoção que uma cena ou imagem suscitou (como no caso, principalmente, do Twitter) até a reconstrução narrativa ou a crítica estética presente em *fanfiction*, blogs ou sites de usuários.

Foi possível observar, em princípio, que as audiências migram seus assuntos de conversação para outras telas mais por um vínculo emocional que crítico, uma vez que o caráter polissêmico e dialógico da narrativa, bem como sua estrutura multidimensional organizada em *subplots*, oferece-lhes a oportunidade de abrir espaços de construção de sentido em diversas comunidades que se espalham em múltiplas plataformas. As ações dos fãs traduzem uma disposição de ir a qualquer lugar, a qualquer parte, à procura de experiências de entretenimento, como argumenta Jenkins (2008).

Em todos os países observou-se que a maioria dessas práticas tem início nos sites oficiais dos produtores e se estende para outros pontos de encontro nas redes sociais (Facebook, Twitter, blogs, *videostreaming*), nas quais os fãs podem simultaneamente gostar, falar, escrever, postar ou linkar o conteúdo das ficções favoritas.

Deve-se enfatizar que estamos presenciando, nos diversos países, apenas o início desse diálogo que se expressa por meio de uma grande diversidade de práticas e usos da recepção transmidiática. O fato de cada país possuir especificidades em suas expressões culturais e modos diferenciados de usar a rede evidencia a complexidade de que se reveste esse novo objeto de pesquisa num sentido amplo; sobretudo, no que concerne mais especificamente à recepção. O desafio de seguir uma proposta metodológica capaz de abarcar a pesquisa empírica da recepção transmidiática é, certamente, um dos pontos de maior relevância do presente relatório, que se define por seu caráter precursor, porque comparativo entre 11 países, e exploratório, porque referido a processos emergentes, em termos das reflexões a que se propõe. Cabe ainda destacar que o desenvolvimento de uma metodologia capaz de responder às principais questões ensejadas por esse objeto é uma tarefa a ser construída de ano para ano pelos países membros do Obitel. Trata-se de um processo de construção metodológica em que se busca, com base nas características específicas de cada país, elaborar modelos de interpretação dos fluxos de interação e de recepção das ficções na rede com o uso de novas ferramentas, elaborando critérios de análise e interpretação que permitam aproximações cada vez mais apuradas de análise.

3.2. Recepção transmidiática em cada país: a seleção das ficções

Como primeiro exercício de observação da recepção transmidiática, cada país teve que selecionar uma ficção para servir de estudo de caso. As ficções são de diferentes formatos e foram escolhidas com base em critérios distintos. Entre os critérios adotados encontram-se:

- Maior *rating* entre os *top ten* do país.
- Variedade de recursos oferecidos pelo produtor em sites, blogs ou canais oficiais.
- Faixa etária da audiência.
- Maior *rating* entre as ficções nacionais.
- Grande repercussão de comentários na internet.
- Número de acessos ao site da ficção.
- Fracassos ou censura.

Gráfico 1: Recepção transmidiática: ficções selecionadas



Fonte: Obitel 2011

Na sequência, resumimos as justificativas apresentadas pelos países para a escolha dos títulos que foram objeto da pesquisa de recepção transmidiática.

Tabela 1. Ficções selecionadas por país, formato e justificativa

País	Títulos	Origem	Emissora	Formato	Justificativa
Argentina	1. <i>Valientes</i>	Nacional	El Trece	Telenovela	Maior audiência. Telenovela destinada aos “nativos digitais”.
	2. <i>Casi Ángeles, la resistencia</i>	Nacional	El Trece	Telenovela	
Brasil	<i>Passione</i>	Nacional	Globo	Telenovela	Maior audiência na internet em 2010.
Colômbia	1. <i>A corazón abierto</i>	EUA	RCN	Telenovela	1º lugar em audiência na TV. 2º lugar em audiência na TV.
	2. <i>La Pola</i>	Nacional	RCN	Telenovela	
Equador	<i>Mi recinto</i>	Nacional	TC	Série	Movimento de fãs gerou conteúdos e comentários no YouTube.
Espanha	<i>El internado</i>	Nacional	Antena3	Série	Página oficial no Facebook proporcionou a geração de conteúdo por público usuário da faixa etária de 13 a 24 anos.
EUA	<i>Alguien te mira</i>	Nacional	Telemundo	Telenovela	Buscar na internet o motivo da baixa audiência televisiva dessa ficção.
México	<i>Soy tu dueña</i>	Nacional	Televisa	Telenovela	Maior audiência em 2010 e maior resposta de audiência na internet.
Portugal	1. <i>Espírito indomável</i>	Nacional Portugal/Brasil	TVI SIC	Telenovela	Estudo comparativo, foram escolhidos respectivamente o 2º e o 9º lugares nas audiências, privilegiando a coprodução com a Globo.
	2. <i>Laços de sangue</i>			Telenovela	
Uruguai	<i>Porque te quiero así</i>	Nacional	Canal 10	Série	Mais vista entre as três ficções nacionais exibidas em 2010.
Venezuela	1. <i>El capo</i>	Colômbia Nacional	Televen Televen	Telenovela	Ficção retirada do ar por censura. Audiência na internet.
	2. <i>La mujer perfecta</i>			Telenovela	

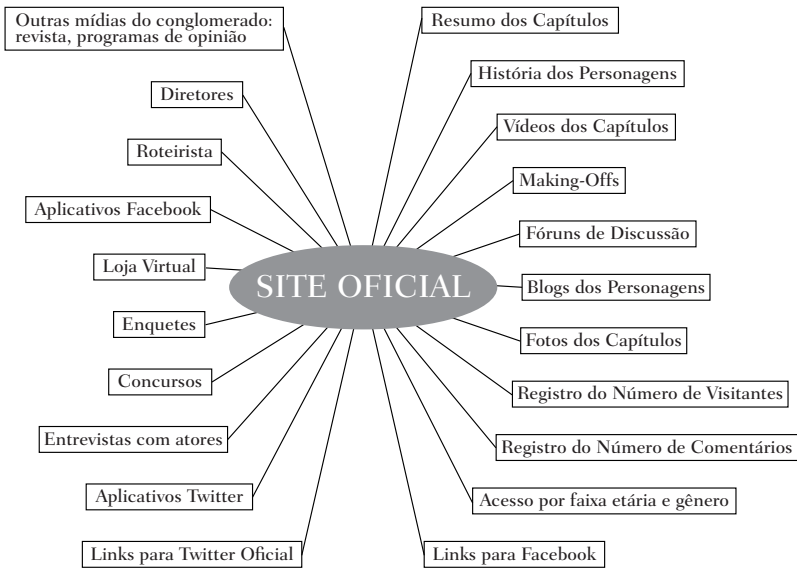
Verificamos que **México**, **Argentina** e **Colômbia** selecionaram as ficções conforme *rating* entre os dez mais vistos. **Espanha** e **Portugal** privilegiaram em suas escolhas as faixas etárias do público, definindo as telenovelas ou séries exibidas a um público juvenil como títulos mais convenientes para análise da recepção transmidiática. **Uruguai** justificou seu estudo de caso considerando apenas as ficções nacionais. **Brasil** e **Colômbia** consideraram as opções de maior interatividade oferecidas nos sites oficiais das telenovelas mais vistas. **Estados Unidos** selecionaram uma telenovela de baixa audiência com o objetivo de buscar nas redes sociais a causa do fracasso de audiência na tv; enquanto **Equador** justifica sua escolha com base no movimento dos fãs no YouTube que geraram grande número de conteúdos transmidiáticos.

A **Venezuela** fez uma escolha envolvendo questões políticas, pois um de seus títulos para análise, a telenovela *El capo*, foi retirada do ar por censura estatal. Houve, ainda, países que escolheram mais de um título para análise, estabelecendo um comparativo entre recepções.

3.3. Recepção a partir do polo da produção: a construção de um espaço de compartilhamento mesmo sob condições

Na maioria dos países Obitel, os processos transmidiáticos foram, pode-se dizer, iniciados ou induzidos pelo próprio canal de televisão, ou seja, pelo produtor de uma ficção por meio da criação de sites, blogs, perfis e páginas no Facebook, Twitter e Orkut especialmente destinados à audiência dessa ficção. Tais espaços propuseram interatividade por meio de menus que permitiam ver qualquer capítulo em qualquer hora como bem explicitou a maioria dos países. Na **Argentina** (El Trece) e **Espanha** (Antena3), os produtores colocaram à disposição dos usuários diferentes perspectivas de interação nos sites das telenovelas de acordo com as faixas etárias: quanto mais jovens, maiores as possibilidades oferecidas aos usuários.

Produtores: menu à la carte para a recepção



Fonte: Obitel 2011

Colômbia (RCN), **México** (Televisa) e **Portugal** (TVI e SIC) apresentaram padrões semelhantes de ofertas de acesso aos usuários. No **Equador** (TC) o site dos produtores não foi capaz de cumprir os critérios metodológicos para a análise proposta pelo Obitel, sendo definido o YouTube como *locus* para pesquisa empírica. As páginas oficiais no Facebook de **Espanha** (Antena3), **Estados Unidos** (Telemundo) e **Uruguai** (Canal 10) disponibilizaram grupos nos quais as discussões acerca da telenovela foram mais intensas que nos sites oficiais. Ao mesmo tempo em que convocou explicitamente a interação por parte do usuário, em alguns países as ferramentas oferecidas pelas emissoras limitaram a participação dos internautas nos comentários, como no caso do **Brasil** (Globo) ou à “pergunta do dia”, conforme demonstrou o estudo da **Argentina**.

Apesar disso, constatou-se, no **México**, que, mesmo quando o site do produtor permitia fazer comentários, somente uma minoria de usuários deixou alguma mensagem ou comentário nos sites oficiais. Nesse país, o número de visitas ao site oficial da telenovela foi mil vezes maior que o número de comentários deixados, demonstrando que houve mais interesse de ver, seguir e voltar a ver a telenovela na internet do que comentar ou estabelecer uma conversação crítica com outros fãs. Já na **Venezuela** (Televen), apesar da censura do governo imposta à ficção, ao site oficial e a outros canais na internet, os usuários utilizaram de maneira criativa e crítica outros espaços na rede tais como Twitter, YouTube, *El Noticiero Digital* e *Total TV*, tanto para solicitar que a telenovela voltasse ao ar como para apoiar a censura.

A maioria dos produtores ofereceu nos sites oficiais da ficção resumo dos capítulos, vídeos interativos, descrição das personagens, ficha técnica, *making of* e fotos de capítulos. Muitos sites oficiais permitiram comentários e registro de visitas, como foi o caso de **Argentina, Espanha, México e Colômbia**. Outros sites exibiram links para páginas oficiais no Facebook como no caso das telenovelas do **Uruguai, Portugal, Venezuela, Colômbia, Espanha**, nos quais a interação entre usuários a partir de uma ficção ocorria em maior grau nas mídias sociais do que nos sites oficiais. Muitos sites ofereciam lojas virtuais e aplicativos para o Twitter e Facebook como no caso do **Brasil**. Outros ofereceram enquetes e concursos como no caso da **Espanha e Equador** com espaço para grupos de discussão e links para outras mídias como revistas e sites de opinião que auxiliavam a alimentar as possibilidades de interação com os usuários, no caso da **Colômbia, México e Brasil**.

Com base nessas possibilidades oferecidas pelo produtor foi possível identificar práticas transmidiáticas relativas às telenovelas e séries observadas, como mostramos na tabela a seguir.

É importante observar as diferentes mídias utilizadas pelo produtor para orientar as práticas comunicativas dos usuários. Nota-se

Tabela 2. Plataformas e aplicativos oferecidos pelo produtor

País	Blog da ficção	Site oficial	Blog dos personagens	Twitter	Facebook	Comentários ou grupos
Argentina	-	X	X	X	X	X
Brasil	-	X	X	X	X	-
Colômbia	-	X	X	X	X	X
Equador	-	X	-	X	X	X
Espanha	-	X	-	-	X	X
EUA	-	X	-	X	X	X
México	-	X	-	-	-	X
Portugal	X	X	-	X	X	X
Uruguai		X	-	-	-	-
Venezuela	-	-	-	X	X	-

que a construção do site oficial e a inserção de páginas no Facebook constam na maior parte dos países.

Na **Argentina**, foi possível observar um número relevante de recursos de interatividade oferecidos pelo produtor resultando numa estratégia transmidiática que mereceu destaque em relação aos demais países:

- *Valientes*: blog do canal El Trece, oficial, exibindo momentos importantes da telenovela, comentários a partir de questões feitas pelo produtor. Capítulos on-line, enredo, personagens, fotografia. Registro de visitas.
- *Casi Ángeles, la resistencia*: site oficial da telenovela, com links para Twitter e Facebook. Canal oficial no YouTube. Registro de usuários e visitas. Espaço para a formação de comunidades ou grupos. Personagens, capítulos, fotos. Informações sobre a banda com links para outras mídias. Painel do Twitter e Tweet-Cam: interação ou contato direto com protagonistas.

No **Brasil**, os produtores de *Passione* ofereceram os seguintes recursos para interatividade on-line: site oficial da telenovela; vídeos, com íntegra dos capítulos para assinantes e trechos para não assinantes; cenas estendidas; enquetes; ações especiais interativas; fotonovela; links para blogs de personagens; buscas; jogos; quizzes; ações especiais interativas; aplicativos para Facebook/Orkut/Twitter. Loja virtual com trilha sonora e outros produtos à venda. O site oficial não permitia comentários de internautas e não oferecia possibilidade de criação de grupos de discussão. Na **Colômbia**, as telenovelas *A corazón abierto* e *La Pola* apresentaram características semelhantes sobre as possibilidades de interação oferecidas pelos produtores aos internautas. Ambas possuíam sites oficiais que apresentavam capítulos, vídeos, fotos, links para Facebook e Twitter oficiais; comentários e criação de grupos de discussão eram permitidos. Algo muito próximo foi observado no **Equador**, no site oficial da série *Mi recinto*.

Na **Espanha**, as possibilidades de interação oferecidas pelo produtor em relação à série *El internado* concentraram-se no site oficial e na página da série no Facebook. O site oficial apresentava vídeos, fotos, entrevistas, concursos, comentários e *making of*. Entretanto, a página institucional do Facebook obteve maior interação com os usuários que utilizaram recursos como mural, amigos, eventos, críticas e resenhas.

Nos **Estados Unidos**, *Alguien te mira* oferecia em seu portal entrevistas, *making of*, vídeos de momentos memoráveis, enquetes, diversas galerias de fotos, capítulos da telenovela, informações, bem como links para páginas oficiais em Facebook, Twitter e fóruns.

No **México**, *Tvolucion*, o site de vídeos oficial da Televisa, oferecia aos visitantes e fãs, no espaço destinado à telenovela *Soy tu dueña*, a possibilidade de redigir comentários sobre a ficção, sobre os capítulos cruciais ou prediletos da trama, disponíveis em vídeo. O site ainda apresentou o registro de visitas e permitia o acesso aos resumos semanais da telenovela e histórico dos personagens.

Em **Portugal**, *Laços de sangue* e *Espírito indomável* apresentaram diferentes ações de interação por parte dos diferentes produtores. Em comum, ambas apresentaram episódios, sinopse, personagens, galeria de fotos. Por seu lado, *Espírito indomável* não permitia comentários de usuários em seu site, enquanto em *Laços de sangue* o produtor ofereceu vídeos, blogs, links para Twitter e Facebook oficiais, fóruns de discussão e comentários.

O site oficial da telenovela *Porque te quiero así* do **Uruguai** ofereceu vídeos, histórico dos personagens, capítulos, *making of*. Os produtores não permitiram comentários. A telenovela não apresentou link para o perfil no Facebook.

Na **Venezuela**, as interações ocorreram em outros espaços, para além daqueles do produtor, como o blog *Total TV*, *Noticiero Digital* e Facebook. Deve-se notar que nenhum desses espaços era oficial, já que qualquer possibilidade de interação com os usuários através do canal do produtor foi vedada pela Agência Nacional de Comunicação. Cabe observar o Twitter oficial do canal @RRPPTe-leven, que apagou registros de mensagens feitas por usuários depois de a telenovela ter saído do ar.

3.4. Recepção transmidiática em países Obitel: quantificação dos dados empíricos

De maneira geral, foi possível observar através da pesquisa empírica realizada nos diversos países que a interação da audiência com as ficções na web aconteceu principalmente nos espaços interativos dos sites ou blogs das ficções criados pelos produtores e através de três redes sociais que mais se destacaram: Facebook, YouTube e Twitter.

A **Argentina** coletou dados quantitativos da telenovela *Casi Ángeles, la resistencia*, que apresentou 809.024 usuários registrados no site, 550 páginas no Facebook com 286.500 fãs ou pessoas que “curtiram” o tema nessa rede social. A análise dos comentários foi

aplicada sobre a última semana de exibição de *Casi Ángeles* a partir dos *posts* deixados na página oficial do Facebook. Ao todo: 276 comentários e 879 pessoas que “curtiram”.

O **Brasil** coletou dados sobre *Passione* em diversas redes sociais durante a sua última semana de exibição: 68.937 *tweets*; 33 comunidades no Orkut com 44.000 membros; 7.000 links no YouTube; 13.556 fãs no Facebook; 138.000 blogs; 1.096 grupos de discussão e presença de verbete na Wikipédia. A análise dos comentários teve como foco o Twitter através de uma amostra de 1.437 *tweets* da última semana.

A **Colômbia** tratou de duas telenovelas, *A corazón abierto* e *La Pola*, durante a última semana de exibição, do ponto de vista do que poderia oferecer o site do produtor e suas características de pouca interação. Não coletou dados empíricos, registrando apenas um blog de *A corazón abierto* no qual se contavam 108 comentários.

O **Equador** escolheu a série *Mi recinto*, cujo período de observação se deu em maio/2010, através dos vídeos disponibilizados por usuários no YouTube, bem como comentários e registros de visitas. Ao todo foram 35.455 visualizações do primeiro capítulo da série, registrando 38 comentários.

A **Espanha** monitorou a recepção da série *El internado* durante a última semana de exibição. No Facebook foram contabilizados 288.168 fãs que publicaram, aproximadamente, 4.000 comentários espontâneos para 47 *posts* oficiais que suscitaram 13.035 respostas. Uma média de 400 a 1.400 respostas de usuários por *post* oficial. No Facebook foram encontrados 14 páginas, oito grupos e três perfis, sendo que apenas um deles foi criado pelos produtores da telenovela. O número de pessoas que gostaram durante a última semana saltou de 33 mil para 34 mil.

Nos **Estados Unidos**, a telenovela *Alguien te mira* foi analisada em sua última semana de exibição a partir de dados coletados do fórum oficial da série e da página no Facebook. Durante o período de exibição da telenovela, 146.000 visitas foram registradas no

fórum e 19 páginas com 542 discussões e 2.646 respostas foram criadas. Durante a última semana o movimento no fórum registrou 27 discussões e 97 respostas. Já no Facebook a telenovela revela 17.233 fãs, que na última semana escreveram 1.642 comentários.

No **México**, *Soy tu dueña* recebeu 116 perfis no Facebook que agruparam 140.000 fãs. No YouTube, 600 vídeos foram postados, sendo que o capítulo final recebeu 615 mil visitas com 75 comentários.

Em **Portugal**, *Espírito indomável* apontou a existência de um site oficial, quatro páginas de grupo e um perfil no Facebook; uma página no Twitter e três blogs de fãs. No Facebook 2.179 pessoas “curtiram” a página, 2.000 eram amigas do perfil e 293 membros do grupo. No Twitter a telenovela possuía 23 seguidores. *Laços de sangue* apresentou um site institucional e dois blogs. A análise dos comentários foi feita sobre o site oficial da telenovela *Laços de sangue*, que alcançou 154 comentários de uma audiência adulta, participativa, de classe média.

No **Uruguai**, a série *Porque te quiero así* recebeu maior interação por parte dos usuários através do Facebook: 5.000 fãs, aproximadamente, dos quais 72% são mulheres, jovens de 18 a 24 anos.

Na **Venezuela**, a polêmica gerada pelo embargo da telenovela *El capo* foi pesquisada através de comentários no Twitter (9.580 seguidores) e em diferentes páginas de grupo no Facebook, tais como: *El capo* (802 fãs), *Venezuela quiere de vuelta a Rosario Tijeras y El capo* (1.886 fãs).

A experiência de recepção transmidiática do Obitel provocou reflexões sobre as dificuldades encontradas nos cenários da transmediação. **Estados Unidos** listam o acesso restrito aos sites oficiais das telenovelas, apenas para assinantes. No **Brasil**, a dificuldade foi a não permissão por parte do produtor de comentários no site oficial. Junto com o **Brasil**, **Colômbia** e **Espanha** apontaram que os sites oficiais das ficções não possuíam registro do número de visitas, apesar de se observar um aumento contínuo do número de visitantes, especialmente durante a exibição de capítulos polêmicos e dos últi-

mos capítulos das ficções. **México** ressaltou a dificuldade e incerteza referentes à faixa etária e sexo dos usuários, e a problemática de se rastrear outros locais de interação da audiência (blogs, wikis, micro-blogs) que não estavam vinculados com o site oficial da telenovela. Essa também foi a dificuldade encontrada pela **Venezuela**; devido ao embargo de espaços do produtor na internet houve a necessidade de se buscar a interação dos usuários em outros locais, elegendo outras redes aleatórias para a coleta de depoimentos. Na maioria dos países não ocorreu a relação tempo de exibição/maior número de comentários, sendo que esses foram gerados a partir de temáticas polêmicas ou de caráter humorístico das ficções.

3.5. Uma recepção aberta e criativa?

Pode-se afirmar que quando os fãs/usuários tomam o controle dos fluxos de conteúdos das ficções, a recepção transmidiática adquire *status* de uma apropriação cultural (ainda que mediada por plataformas dos produtores), pois são os usuários que, de forma mais aberta, decidem usar as diversas plataformas para falar de seus “gostos e desgostos” ficcionais. Porém, se os usuários não tomam o controle na interação, ultrapassando os meros “curtir” ou “gostar”, não ocorre esse ganho qualitativo imprescindível para uma participação real.

O ano de 2010, caracterizado pelo *boom* de redes sociais como Facebook e Twitter nos países ibero-americanos¹¹, determinou, em certo sentido, as formas de intervenção comercial e, portanto, “cultural” mediante as quais as televisões ibero-americanas estão buscando “enredar” novamente em suas narrativas as novas gerações que, paulatinamente, têm abandonado a imobilidade provocada

11. Nos países ibero-americanos existem 83 milhões de usuários do Facebook e 43 milhões do Twitter. De acordo com: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> e <http://www.socialbakers.com/twitter-statistics/> Acesso em mar/2011.

pela tradicional tela do televisor. Deve-se, por isso, destacar que a partir das interações que as próprias audiências tecem com as redes sociais é que as ficções ibero-americanas estão encontrando um nicho importante para estender sua narrativa e gerar em torno dela uma “interação mais horizontal” entre as pessoas que as assistirão e as consumirão.

Em sua maioria, os países Obitel destacam que foi o Facebook o local de maior concentração e participação da audiência em torno da ficção televisiva, pois a plataforma permite a criação de grupos nos quais facilmente os usuários podem se encontrar para comentar a telenovela, fazer upload de capítulos disponíveis no YouTube, ter informações ou notícias a respeito da trama ou simplesmente para sentir-se engajado em uma comunidade. Comunidade que é principalmente formada por jovens e que se concentrou em torno de produções dirigidas à faixa etária infantil e juvenil (entre 13 e 24 anos), como é o caso de **Espanha e Argentina**.

Mas é necessário mencionar que outro tipo de ficção, pensada para um público de maior faixa etária, também criou um eco importante na rede como aconteceu em *Passione*, no **Brasil**, *Soy tu dueña* no **México**, *A corazón abierto* na **Colômbia**, *Porque te quiero así* no **Uruguai** e *Valientes* na **Argentina**.

Não obstante, como advertem **Argentina, Brasil, Equador, Colômbia, Espanha, México, Portugal e Uruguai**, não são apenas o dinamismo e a maneira horizontal das interações da audiência nas redes que mudam em termos qualitativos a sua participação. A participação efetiva dependerá, aliás, como sempre, das mediações que se estabelecem entre as diversas instâncias e instituições envolvidas nos processos de comunicação. Mediações que, no caso das ficções televisivas ibero-americanas, adquirem contornos próprios perpassados pela força da matriz melodramática que mobiliza a recepção em torno de temas culturais, políticos e sociais.

A participação de usuários no Facebook dilui-se, em sua grande maioria, na opção “curtir” ou “gostar”, ferramenta que, nessa rede

social, funciona como uma etiqueta simbólica que indica aos outros participantes que um determinado usuário gostou de tal coisa, mas que não necessariamente se converte em manifestação de gosto ou participação ativa. Esse comportamento pode ser comprovado nessa exploração inicial nos países Obitel, quando somente um pequeno grupo de usuários do Facebook alimentou de conteúdos reais a interação com uma telenovela, enquanto o restante formou parte “inerte” da estatística na maioria dos países. Entretanto, houve manifestações como, por exemplo, na **Espanha** em torno de *El internado*, com espaço destinado a críticas e resenhas escritas pelos fãs sobre a série.

No caso do Twitter, muitos usuários indicam/comentam o que acontece em suas telenovelas ou séries favoritas por meio de *tweets* sobre vilões e pares românticos, principalmente durante a última semana de exibição das tramas. Novamente, são poucos os que retroalimentam essa conversação *retwittando* ou inserindo links que agregariam valores às conversas.

De modo geral, foi possível identificar que a recepção transmidiática apresentou intensidades variáveis de interação, desde a expressão de um comentário sobre a produção ou os atores até o momento em que os consumidores se tornam também autores, criando outras narrativas a partir das ficções exibidas. Em termos gerais, a principal crítica feita pela maior parte dos países foi que os comentários deixados pelos usuários nas diferentes plataformas apresentaram, em sua maioria, pouca expressão criativa, sendo respostas diretas às intervenções dos produtores como concursos, enquetes e postagens oficiais, até mesmo a solicitação de informações a respeito de outros temas, criando, por isso mesmo, uma conversação fragmentária. Ainda, a presença constante de determinados temas das ficções nas redes sociais mostrou ampliação do processo de reiteração e propagação desses temas.

Contudo, a exploração empírica permitiu apreender a existência de tal diversidade de ações por partes dos espectadores na rede.

Dentro dessa perspectiva, consideramos que alguns pontos merecem ser explorados, posteriormente, em uma comparação metodológica mais extensa. Entre eles, foi possível perceber:

- O critério *top ten* para a escolha das ficções televisivas expõe ou estabelece uma identificação primária entre a audiência na internet e os *ratings* televisivos. Essa identificação mereceu uma atenção maior por parte dos pesquisadores, uma vez que nem sempre os capítulos de maior audiência constituíram o foco das ações transmidiáticas nas redes sociais. O caso mais exemplar foi o da **Venezuela**, em que o estudo de caso em recepção transmidiática focou a telenovela que havia sido retirada do ar, daí a repercussão do assunto na internet. E, afinal, a equivalência das audiências televisivas e na internet não seria o motivo de se encontrar tantos dados nos diversos países de uma audiência caracterizada como “passiva”?
- A conquista da audiência jovem às ficções televisivas, por meio dos recursos de interação oferecidos pelos produtores na rede, foi um resultado importante apontado pela pesquisa empírica. Essa tendência, portanto, merece ser mais bem acompanhada em pesquisas futuras não apenas através da observação dos recursos oferecidos pelos produtores, mas através de uma investigação que contemple entrevistas e diretrizes das emissoras e dos departamentos de mídia das mesmas.
- Uma análise mais profunda e comparativa exige a explicitação da metodologia definida pelas ferramentas de mapeamentos de redes digitais utilizadas pelos pesquisadores que possibilitaram a cada país a extração dos dados da internet sobre os temas e as ficções. Apesar de correr o risco e culminar em uma reflexão efêmera (posto que as ferramentas de “credibilidade” e filtros encontram-se em constante atualização), o estudo permitiria compartilhar esse conhecimento e estabelecer critérios metodológicos na pesquisa de recepção mais apurados para os anos seguintes nos países do âmbito Obitel.

Em conclusão, o que fica é o começo de um trabalho de cartografia que deve continuar progredindo no monitoramento, buscando alargar os dispositivos de análise a fim de contribuir para a construção de uma abordagem teórico-metodológica cada vez mais robusta em relação à recepção transmidiática.

4. O contexto audiovisual nos países Obitel

O papel desempenhado pelas telecomunicações na definição das políticas de comunicação nos países Obitel foi o tópico mais relevante no contexto da produção de ficção na Ibero-América.

A multiplicação dos canais de comunicação e a necessidade de contar com novos marcos legislativos que garantam tanto o direito à visibilidade quanto o da participação das audiências foram temas recorrentes nas discussões sociais e políticas ensejadas pela convergência tecnológico-digital que acontece, com mais ou menos força, em todos os países participantes deste *Anuário*. Entretanto, esta aparente abertura comunicativa, que vem da mão das novas tecnologias da comunicação, também está sendo condicionada por dois fatores importantes: o mercado e os governos.

O primeiro deles, o mercado, opôs-se categoricamente à implementação de novas políticas de comunicação com incidência direta na concentração dos mercados televisivos por considerar que elas são um atentado contra a liberdade de mercado, como nos casos da **Argentina** e do **México**. No entanto, quando as modificações legais, em vez de desfavorecer os interesses corporativos, se ajustam à sua planificação comercial existe uma espécie de “escora” ou apoio tácito na busca de garantir a legalidade da hegemonia da televisão privada, como ocorre com o **Chile** e a **Colômbia**, países que, apesar da sua longa tradição na televisão pública e/ou universitária, nos últimos anos deixaram esses meios de caráter público passar às mãos de indústrias midiáticas transnacionais.

Diante desse mesmo panorama, os governos adotaram duas medidas: uma claramente protecionista, que tenta proteger o domínio da opinião pública – como foi o caso da **Venezuela**, com a recente aprovação da *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos* –, e outra que, com posições mais abertas e plurais, busca empoderar as audiências perante os conteúdos midiáticos – tal e como foi proposto no **Uruguai** com a *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*, ou como aconteceu no **Brasil**, com a revisão do *Código de Telecomunicações*, que é de 1962 e em 2010 foi reformulado como projeto legislativo, a fim de criar legislações sobre novos meios, principalmente a internet e a TV digital, e fixar incentivos para a produção nacional e normas legais para o ingresso do capital estrangeiro no sistema de concessões da radiodifusão.

No caso do **Equador**, a Lei de Comunicação aprovada em 2008, resultou polêmica devido à polarização existente entre o governo e a mídia. Isto dificultou a criação e a instalação de um Conselho de Regulação para garantir a defesa da liberdade de expressão e evitar a ingerência do governo nos conteúdos. Este mesmo Conselho também interviria em matéria de responsabilidade ulterior no tocante aos “conteúdos de televisão, rádio e publicações da imprensa que contiverem mensagens de violência, explicitamente sexuais ou discriminatórios”.

Outro fenômeno presente nas políticas ibero-americanas de telecomunicações é, sem dúvida, a passagem da televisão analógica para a televisão digital terrestre (TDT). Em 2010, a **Espanha**, **Portugal** e a **Argentina** inauguraram a transmissão digital dos seus sinais televisivos com marcadas diferenças, certamente, tanto de forma e conteúdo quanto de momento específico. Este foi todo um acontecimento com múltiplos significados na área tecnológica, comercial, política e cultural, que assinalará uma boa fase do presente para o futuro.

Na **Argentina**, o Estado colocou dois sinais em funcionamento e repartiu 350 mil decodificadores entre os setores de mais baixa renda. Na **Espanha** houve um blecaute analógico que veio acentuar a forte competitividade dos últimos anos entre as empresas de mídia, tanto as estatais (TVE 1 e 2) quanto privadas (Tele5, Cuatro, LaSexta e Antena3). Todas elas buscam o melhor modo de tirar proveito da web 2.0, longe de entrar em confronto com ela. O acontecido em **Portugal** não apenas exigiu correções legislativas, em matéria de TDT, como também implicou uma nova visão que colocou o tema como prioridade nacional. Através da Entidade Reguladora da Comunicação (ERC) foi revogado o certificado da distribuição do sinal de TDT para a PT Comunicações, empresa líder das telecomunicações desse país, por ela pretender fazer da TDT um serviço pago.

Um fato totalmente contrário ocorreu no **México**, onde foi anunciado por meio de Decreto Presidencial que o “blecaute analógico” seria antecipado da data prevista de 2021 para o ano de 2012. Contudo, a iniciativa foi derrubada diante de diversas críticas que assinalavam que esse decreto não tinha base constitucional e que tal plano favoreceria ainda mais a concentração do mercado pela Televisa, empresa que nesse mesmo ano perdeu a licitação que a deixaria como líder do emergente (assim chamado) *Cuádruple Play* (telefonia fixa e celular, internet e televisão digital).

Já os **Estados Unidos** ampliaram e desenvolveram a concorrência do mercado da televisão latina, processo caracterizado por quatro tendências importantes: crescimento, reestruturação, digitalização e diversificação. O principal motivo dessas mudanças foi o crescimento da população latina, que, segundo se prevê, chegará à marca histórica de cerca de 50 milhões de pessoas no final de 2011 (*Pew Hispanic*, 2011). Em consequência, isso está gerando maiores lucros publicitários devido ao aumento natural das audiências.

5. O mais destacado do ano nos países Obitel

5.1. Inovações e inércias na produção de ficção

A **Colômbia**, o **Brasil** e o **México** continuam se firmando como as grandes “fábricas de histórias” latino-americanas, tanto para o mercado audiovisual doméstico quanto para o exterior. No entanto, encontramos nestes grandes produtores de ficção características específicas de produção que não se limitam a diferenças no tocante aos enredos, mas que envolvem transformações nos modelos de produção de ficção na América Latina. A RCN, da Colômbia, como foi indicado, apresentou *Corazón abierto*, a ficção que conseguiu o primeiro lugar entre todos os países Obitel. Trata-se de uma coprodução com roteiro de uma grande produtora estrangeira (estadunidense). Isso jamais tinha acontecido desde o início do monitoramento do Obitel. No entanto, trata-se de um modelo de coprodução que se repete dentro da própria RCN e em outras produtoras desse país. Os outros dois grandes produtores de ficção na América Latina, o Brasil e o México, também experimentaram, com sucesso, modelos de coprodução, formando parcerias com produtoras dos Estados Unidos, Portugal e Argentina, entre outras.

Na Colômbia também cabe destacar o foco em diversos assuntos próximos à população do país, seja no formato de telenovela, como *A corazón abierto*, seja na minissérie de época *La Pola*, que recria o tema do bicentenário, ou nas telenovelas *Amor sincero* (Canal RCN), baseada na vida da cantora de música *tecnocarrilera* Marbel le, e *Chepe Fortuna*, com uma recriação da cultura regional.

No sentido contrário, na Argentina é observada uma forte diminuição da ficção televisiva, tanto em termos de horas de produção quanto em número de títulos. Esse fato mostra que a indústria se considera “em crise” e com uma audiência esquiva e escorregadia, que comparece ao ritual de assistir à televisão em dois programas de entretenimento: *Show match* e *Justo a tiempo*, produtos que fazem o

restante da programação girar em torno deles. Para usar as palavras dos autores do capítulo: “Em termos gerais, se pode considerar que, diante de uma situação vivida como crítica, canais e produtores tentam trazer novidades (na narrativa ou temáticas) que lhes permitam diferenciar-se e despertar o interesse de audiências massivas. Dentro desse contexto são quebradas algumas das convenções clássicas, como a de um final feliz e edificante, ou são introduzidas questões polêmicas (homossexualidade, violência de gênero) de uma forma muito mais direta do que em outros anos”.

Ao revisar a indústria audiovisual da **Espanha** pode-se afirmar que neste momento é uma das mais evoluídas, diversificadas e competitivas do espaço ibero-americano. Destaca-se na sua programação a presença bem-sucedida de minisséries e séries fortemente marcadas pela presença de enredos históricos cujo foco temático e acabamento estético apresentaram inovações que conseguiram atrair públicos de jovens e adultos na sua concorrida audiência. Na **Espanha**, a produção de ficção se mostra robusta, muito criativa e sintonizada com os novos tempos. No aspecto formal, sobressai o fato de, dentro dos seus *top ten* – tanto no que eles chamam de “estatal” (isto é, a televisão que cobre a península toda) quanto no das televisões regionais –, todos os títulos serem originais, escritos na Espanha, e existir uma clara tendência para contar histórias no formato de série e minissérie. Chama atenção o modo em que as audiências se engancham nas narrativas que falam de épocas históricas, sejam remotas (como no caso de *Hispania* ou *Águila roja*) ou recentes (*La duquesa* ou *Felipe y Leticia*) e, do mesmo modo, merece destaque o esforço de produção realizado pelas emissoras espanholas para as narrativas televisivas se estenderem através de plataformas móveis como o celular, ou por meio da internet.

Esse fenômeno também começa a ganhar importância no **Brasil** e em **Portugal**, pois nesses dois países as telenovelas são construídas cada vez mais com a intenção de estender as narrativas, o que não apenas tem implicações nos processos de recepção das

audiências como também nos processos criativos da produção de ficção nacional. No caso de **Portugal**, essas mudanças e inovações fizeram a produção de *Meu amor* ganhar um prêmio Emmy como a “Melhor Telenovela Internacional”.

Em 2010, o **Brasil** comemorou 60 anos de existência da televisão no país. As telenovelas brasileiras se destacaram pelo seu acentuado apuro estético e narrativo, o que foi incrementado com a inclusão e produção de novos formatos de séries, estruturalmente mais próximas do estilo da indústria televisiva norte-americana, com cenários fixos e diálogos rápidos com tendência para o humor irônico e o sarcasmo. Dentre as minisséries, destacaram-se *A cura e Afinal, o que querem as mulheres?*, ambas marcadas pela audácia no tratamento do tempo narrativo e pelo acabamento estético.

Essa inclusão de novos formatos também se manifestou no **Uruguai**, país que atribuiu a recuperação da indústria nacional de ficção às inovações temáticas desses novos formatos. Produções como *Porque te quiero así*, *Correr el riesgo* e *Charly en el aire 2* recolocaram a produção uruguaia no gosto das suas audiências. Merece destaque o caso de *Charly en el aire 2*, programa que teve uma segunda temporada devido ao fato de os seus seguidores terem interagido fortemente com ele através das redes sociais. O efeito contrário aconteceu na **Venezuela**, onde foi preciso tirar do ar as telenovelas colombianas *El capo* e *Rosario Tijeras*, apesar do grande apoio que ambas produções receberam nas redes sociais. O motivo dado para sua saída foi o fato de ambas transmitirem conteúdos violentos relacionados com o narcotráfico.

Por outro lado, o tema do crime organizado representou uma vertente narrativa importante para a ficção do **México**, pois o panorama de violência social ocasionado pelo combate ao narcotráfico (impulsionado pelo governo) foi retomado pelas telenovelas mexicanas com dois objetivos: legitimar as ações do governo e naturalizar o contexto de violência generalizada. Apesar dos seus conteúdos violentos, nenhuma das telenovelas foi tirada do ar. Outro elemento

de destaque no contexto mexicano é a intromissão aberta das emissoras mais importantes do país, a Televisa e a tv Azteca, na política social. Por meio da coprodução *Iniciativa México*, essas empresas procuraram erigir-se em paladinos sociais capazes de ocupar aqueles vazios de poder deixados pelo governo. O programa, um *reality show* veiculado aos domingos, consistiu em dar apoio financeiro e visibilidade à ação de organizações civis mexicanas.

Um elemento significativo de destaque em países Obitel como o **Equador** e o **Uruguai** é o ressurgimento das suas indústrias de ficção, já que em 2010 eles passaram de ser importadores de telenovelas a produtores dos seus próprios conteúdos. O **Equador**, inclusive, colocou nos seus *top ten* cinco produções nacionais veiculadas no *prime time*, tirando desse espaço as telenovelas mexicanas, venezuelanas, brasileiras e, mais recentemente, colombianas. Este crescimento da indústria de ficção deve-se ao fato de os produtores de ficção equatorianos terem encontrado no gênero humorístico uma marca regional e de conteúdo. Títulos como *Rosita, la taxista* são um exemplo característico do rumo que pretende seguir a ficção equatoriana.

O mercado de ficção que mais cresceu em 2010 foi o dos **Estados Unidos**, pois as emissoras latinas Univisión, Telefutura e Telemundo atingiram recordes históricos de audiência com as telenovelas *Soy tu dueña*, *El capo* e *¿Dónde está Elisa?*, respectivamente. Isto, por sua vez, ensejou um crescimento empresarial das redes latinas num ritmo que as homólogas americanas deixaram de experimentar uma década atrás.

5.2. A ressaca das comemorações bicentenárias na região

2010 foi um ano de comemorações nacionais pelo Bicentário da Independência em quatro dos países latino-americanos participantes do Obitel e, além disso, no **México** foram comemorados 100 anos do início da revolução. Alguns produtos de ficção

refletiram o fato, embora com significativas variações e intenções. Em alguns países foram produzidas e veiculadas séries onde se dá destaque à épica dessas contendas independentistas. É o caso do **Chile**, que produziu quatro títulos em diversos formatos não apenas para referir momentos históricos do bicentenário como também para se aprofundar na história recente relacionada com a ditadura militar sofrida nos anos 80 por esse país; daí o nome do produto de maior destaque: *Los 80: más que una moda*.

Enquanto isso, em outros países, como o **México**, o Estado parece ter alimentado uma reaproximação com a história e as lutas independentistas, eliminando as auras mágicas que as histórias oficiais tinham dado às figuras emblemáticas da Independência e desnudando essas mesmas figuras, emocional e intelectualmente, ao apresentar seus aspectos mais humanos, mais tristes e miseráveis. Toda sua condição humana foi representada, talvez buscando desmistificar seus gestos heroicos. Mas os discursos foram muito cuidadosos para favorecer a atual luta pela nova “independência do jugo” do crime organizado, como pode ser percebido na série *Gritos de muerte y de libertad*. O outro título mexicano ensejado pelo bicentenário foi *Los Minondo*, produção realizada pela televisão pública que passou praticamente despercebida. A **Colômbia** produziu apenas um título (*La Pola*), que fala de uma heroína nacional muito popular nesse país, e seus níveis de recepção a colocaram na segunda posição entre as ficções mais assistidas. O caso mais dramático é o da **Argentina**, que não produziu nenhuma telenovela ou série cuja narrativa girasse em torno das lutas de independência.

A abundância de títulos de caráter histórico na **Espanha** faz empalidecer as tentativas realizadas nas Américas para realizar séries ou telenovelas históricas, justamente no ano em que o **México**, o **Chile**, a **Colômbia** e a **Argentina** comemoraram o início das respectivas lutas pela Independência da Coroa espanhola, o que não deixa de ser inquietante. Existem outras “preocupações”:

essa é a mensagem que os donos das empresas da mídia parecem querer transmitir às suas audiências nacionais, como no caso do **México**, onde 90% das histórias são ambientadas no presente e muitas delas são permeadas pelo discurso estatal de luta contra o crime, ou então validam discursos oficiais referentes a como devem ser “a família”, os relacionamentos amorosos, o comportamento cidadão etc. Falando de problemas de violência, a **Colômbia**, um país profundamente ferido por uma guerrilha e castigado no cenário internacional devido a suas relações com o narcotráfico, é mais uma vez digna de menção. Nesse sentido, os escritores de ficção colombianos encontraram o modo de extrair histórias de ambos os fatos e fazer disso exercícios de exorcismo nacional, ao que os telespectadores responderam de forma positiva – o que constitui um acontecimento em si mesmo.

2010 foi o ano em que se definiu um rumo diferente para a televisão chilena. Sessenta e sete por cento do Canal 13, da emblemática Universidad Católica, foram vendidos para o grupo privado Luksic, enquanto a Turner Broadcasting System ficou com o sinal Chilevisión. A grande questão para os chilenos é que rumo tomará sua indústria nos tempos vindouros, uma preocupação que não é secundária. Por sua parte, as indústrias televisivas chilenas estão decididas a recuperar a faixa de horário das 8 da noite, o horário nobre, onde a audiência se congregava tradicionalmente para assistir à ficção nacional. Neste exato momento, a partir da irrupção da paradigmática *sitcom Don Diablo*, o debate no **Chile** está focado em se vale a pena fazer grandes investimentos para produzir melodramas que ajudem a recuperar o horário vespertino, quando precisamente esta série de comédia veio demonstrar que a audiência pode se conectar com produtos baratos e aparentemente simples. Não houve na televisão chilena ninguém que arrasasse abertamente em termos de índices de audiência: a concorrência é claramente muito forte, pelo qual nas produtoras se estuda uma e outra vez a viabilidade de certos projetos, num momento em que

a telenovela parece não ter mais nada a oferecer. Aparentemente a aposta tomará o caminho da diversificação, tanto de gêneros quanto de produtos e formatos.

6. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva

A qualidade televisiva em geral, e ainda mais aquela ligada à programação de ficção, é um tema polissêmico, como se percebe ao longo dos relatórios dos países Obitel, onde se destaca que a qualidade da ficção pode ser considerada muitas coisas ao mesmo tempo, já que está enraizada nas particularidades dos modelos televisivos de cada país e responde a sua história, suas tradições midiáticas, sua cultura televisiva e suas expectativas sobre a televisão, satisfeitas ou não.

6.1. O debate geral sobre a qualidade televisiva

Depois de mais de meio século de televisão, muito se aprendeu, transformou, avançou e consolidou, industrial, comercial e academicamente, e deveria ser possível falar com maior certeza sobre a qualidade de qualquer programação, mas não é assim. Isso leva a constatar que o conceito de qualidade é relativo e muda constantemente, e nele não intervêm apenas elementos objetivos, como também subjetivos – alguns, inclusive, ocasionais –, o que converte o objetivo de definir a qualidade em algo praticamente impossível, e ainda mais difícil quando se reconhece que a televisão não é apenas o que “está na tela”, como também o que “está detrás dela”, e, sobretudo, o que “está à frente dela” e “ao seu redor”.

Às vezes, a perspectiva da qual a qualidade é considerada se apoia na própria produção, precisamente naquilo que está por trás da tela, seja nos fatores técnicos colocados em jogo no seu processo industrial, na importância da sua temática, na adequada seleção de seus protagonistas, no investimento financeiro para sua produção

ou numa bem-sucedida combinação de todos esses fatores. Outras vezes, a compreensão da qualidade é desenvolvida com base na relevância e pertinência ou mesmo da conveniência cultural, social ou política intrínseca aos conteúdos narrativos, isto é, a partir daquilo que está “ao redor da tela”. Em outras, a qualidade é definida a partir da estética, colorido, simpatia, beleza de personagens, cenários e paisagens, atuação, movimentos de câmera, resolução da imagem, iluminação, efeitos técnicos etc.: ou seja, a partir do que aparece “na tela”. E, finalmente, em outras ocasiões a qualidade é considerada em relação com o que acontece na frente do televisor, já que a avaliação se baseia sobretudo no impacto que, neste caso a ficção, tem nas suas audiências. Esse impacto é medido de forma imediata pelo índice e *share* de sua audiência, um registro realizado pelas agências conhecidas que realizam essas medições, ou, de forma mais imediata, aquele impacto estimado pelas críticas ou crônicas da imprensa e resenhas da ficção veiculadas por diversos meios de informação.

Não obstante o esclarecimento acima, percebemos uma confusão congênita no debate sobre qualidade referido à programação de ficção. Coincidimos com Buonanno (2004), que adverte que às vezes se faz referência à “ficção de qualidade” e outras à “qualidade na ficção”, algo cuja consideração nos parece importante para que essa área carregada de significados e subjetividade vá sendo desembaraçada e para que o tema da qualidade seja abordado de forma mais sistemática e objetiva.

Uma “ficção de qualidade” será, então, a resultante do cumprimento de uma série de quesitos de qualidade que, junto com outros ingredientes ocasionais, fogem a um registro rigoroso da observação. Já a “qualidade na ficção” tem aspectos mais concretos e visíveis, e é sempre aquilo que pode ser observado e permite emitir conceitos a seu respeito, bem como ser conseguido, mantido ou melhorado.

6.2. A mediação comercial na qualidade televisiva da ficção

Embora não exista um conceito de qualidade da ficção mais ou menos comum a todos nós, que de uma maneira ou outra estamos envolvidos com ela – produtores, emissores e audiências, que a fruímos ou padecemos –, se percebe nas empresas televisivas uma tendência para a “autorreferencialidade” da sua programação como estratégia para remeter aos seus sucessos e apoiar-se nessas conquistas e nessa tradição, e dessa posição proclamar a alta qualidade de seus produtos, e eventualmente convencer suas audiências a respeito (Tous, 2008).

A construção da marca tem a ver com o anterior. Não é apenas um esforço comercial de moda na maioria dos produtos, mas também – em boa medida e por razões óbvias – um resultado que requer tempo, inclui trajetória e um estilo marcante, bem como uma série de esforços bem-sucedidos e ações publicitárias para divulgá-los e refinar ou arredondar sua grandiosidade.

Especialmente a qualidade do audiovisual, e em particular dos produtos televisivos atuais, é uma “relação altamente mediada pelo mercado”, como menciona a pesquisadora mexicana Ortega (2010). As variações e as distâncias se manifestam e encurtam ou aumentam segundo casos específicos e momentos históricos concretos, e segundo se trate de meios privados ou públicos, mas um dos critérios mais aceitos para avaliar a qualidade é seu sucesso comercial, isto é, sua rentabilidade, a maior parte das vezes medida em “índices de audiência”. Às vezes a ênfase está mais numa “rentabilidade social” e outras numa essencialmente comercial.

Existe um debate a respeito: por um lado, fora das empresas de televisão, se argumenta que a audiência não necessariamente reflete qualidade, e sim outros elementos. Entre eles a oportunidade, a elaboração técnica, a inclusão de estrelas preferidas pelas audiências e, tratando-se de ficção, do horário de transmissão, abordagens que misturam o velho e o novo de forma reconhecível – mas ao

mesmo tempo com impacto e surpresa para os telespectadores – e muito *marketing* (Orozco, 2011). Por outro lado, dentro das empresas televisivas, se argui que a rentabilidade comercial é o principal, já que, na maioria dos produtos, assume-se que se ela for atingida será pelo fato de as características necessárias num bom programa terem sido suficientemente bem associadas. Em definitivo, aqui se aposta em que o próprio sucesso define suas condições e implica necessariamente a qualidade, já que, se assim não fosse, não seria atingido. É preciso explicitar que por trás disso existe uma lógica de sucesso comercial, que se contrapõe a outras lógicas – de natureza social, cultural, axiológica e inclusive estética – a partir das quais a qualidade da ficção também é debatida. Em boa medida, o conceito de qualidade remete por sua vez a outros conceitos – por exemplo de sucesso, de impacto ou conquista de certos objetivos – que variam sempre de acordo com o tipo de modelo econômico que está por trás da produção televisiva (Ortega, 2010).

A partir dos relatórios nacionais sobre qualidade na ficção oferecidos neste *Anuário*, pensamos que existem dois grandes hemisférios a partir dos quais a qualidade pode ser avaliada: o comercial e aquele que não persegue essa finalidade, mas a tendência é para uma fusão de ambos. Os demais critérios, de uma ou outra forma, são subordinados a estes ou derivam deste primeiro posicionamento. Percebe-se que nas empresas televisivas foi sendo confeccionada uma “receita do sucesso” – como nos casos da rede Globo, Brasil, e da Televisa, México, para citar apenas os mais hemisféricos – que funciona bem, mas também costuma falhar. Assim, não existe uma “receita infalível” para atingir a qualidade, e nem o sucesso – expressado num alto índice de audiência – se consegue necessariamente com a melhor qualidade ou melhor combinação de quesitos de qualidade.

Por outro lado, é necessário especificar qualidade no quê, ou qualidade do quê, já que uma produção televisiva envolve várias dimensões cuja qualidade é objeto de avaliação: conteúdo, tecno-

logia, investimento realizado, estética, narrativa, produção, direção, roteiro, relevância social do conteúdo ou tema etc. (Ellis, J. et al., 2, 2010). Cada uma destas dimensões envolve critérios de qualidade. Assim, a questão que ora está sendo discutida é qual a principal dimensão para discutir a qualidade. E isto, como podemos perceber nos relatórios nacionais aqui apresentados, varia dependendo de outra série de características históricas, políticas, econômicas e culturais próprias de cada cenário nacional.

Contudo, existem avanços significativos para uma compreensão generalizada sobre a qualidade na televisão e na ficção em particular. Hoje mais do que nunca temos conhecimento sobre a qualidade da ficção, mas não sabemos tudo a respeito.

Além dos objetos onde a qualidade deve se manifestar, isto é, se tornar visível, Borges (2008) propõe uma série de “14 funções” a que se deve responder numa produção televisiva considerada de qualidade, e, segundo a sua vinculação com cada uma delas, terá maior ou menor qualificação. Entre essas funções estão a informativa, a educativa, a cultural, a preservação dos direitos democráticos, a identitária etc.

A metáfora que vem a nossa mente para tentar situar a qualidade da ficção é uma esfera ou bola com várias camadas internas sucessivas, com mobilidade independente umas das outras, sendo que cada uma delas requer acordos, a avaliação de tradições, costumes – e ao mesmo tempo também expectativas, capacidades e competências de percepção –, e que, dada sua complexidade, dificilmente elas poderão ser ajustadas, dificultando assim, quase até a impossibilidade, que se façam convergir todas as camadas de decisões, para que possam ser concentradas e atravessadas até se chegar ao fundo ou centro da esfera.

Por outro lado, pode-se questionar quais elementos fazem cada dimensão ser uma dimensão de qualidade, por exemplo, o conteúdo. E as respostas certamente serão variadas, embora percebamos que talvez existam alguns consensos, pelo menos temporários ou parciais.

6.3. A qualidade nas ficções dos países Obitel

Não obstante a discussão geral, e em que pese a divergência de situações, nos países Obitel são estabelecidas diversas diretrizes que vinculam a qualidade, em primeiro lugar, à programação de meios públicos (em oposição com os comerciais), em segundo à geração de conteúdos educativos (contra os de entretenimento) e, por último, à estética visual e narrativa (mais enraizada no formato cinematográfico). No entanto, a estas diretrizes também deve ser acrescentada a produção comercial de qualidade estética e narrativa que propicia a criação de espaços públicos para a discussão de temas sociais. Mas, nesta observação ganha realce, sobretudo, o fato de que para a maioria dos países ibero-americanos a qualidade nos meios seja medida através das políticas criadas (em diversas etapas históricas) para definir o que é, e o que significa, a cultura (Hernández, 2008).

Na linha de vincular a qualidade com a programação dos meios públicos, frente aos conteúdos comerciais, estão o **México** e a **Colômbia**, países que assinalam a falta de compromisso das emissoras para oferecer um serviço de *interesse público*. Por esta razão, argumentam, é através dos meios públicos que deve ser recuperado o senso de responsabilidade que hoje se faz tão necessário, já que as histórias de ficção que veiculam estão carregadas de violência e alegorias (em favor) da cultura do narcotráfico. Talvez seja por isso que, do ponto de vista mexicano, exista a tendência a promover a noção de que a qualidade televisiva é diretamente proporcional à função educativa ou à promoção da “alta cultura” na programação, como o cinema arte ou autoral, as belas artes, entrevistas a personagens.

Nos **Estados Unidos** também se destaca a qualidade da programação em relação com o *interesse público* desde as origens do sistema televisivo nos anos 50, mas, diferentemente do que esse tipo de “interesse” representou em outros países latinos, no país do

Norte representou, antes, o fluxo do “livre mercado das ideias”.

Da mesma forma, certos modelos percebidos como sendo de alta qualidade na ficção vão sendo consolidados. Isso acontece com o “padrão de qualidade” da programação educativa da BBC de Londres que, como bem se observa no capítulo de **Portugal**, se converteu no modelo a ser seguido na produção da televisão europeia. Esse mesmo efeito modelar acontece com as produções de ficção da tv Globo, no **Brasil**, pois já faz alguns anos suas telenovelas e séries se converteram num exemplo de “qualidade” para o restante das indústrias de ficção da Ibero-América.

A qualidade nas ficções da tv Globo não está em conflito com os índices de audiência; pelo contrário, grande parte do seu sucesso narrativo e estético se deve a que elas “assumem uma narrativa nacional” que dá espaço para o cotidiano social, alimentando o “repertório comum”, o que faz os telespectadores se reconhecerem por meio de suas narrativas (Lopes, 2011). Tudo isso cuidando com esmero dos aspectos técnicos, estéticos e dramáticos, como é exemplificado no capítulo do **Brasil** e na análise que nele é realizada da telenovela *Passione*.

Com essa mesma posição, no **Chile**, a análise da série *Los 80* especifica o fato de a “qualidade televisiva” não estar em conflito nem com entretenimento nem com os índices de audiência. Isso também não implica uma recaída no axioma “audiência é igual a qualidade” que o *marketing* televisivo quis vender. Pelo contrário, a qualidade aqui se baseia na capacidade de a narrativa gerar empatia com a audiência através da construção de uma identificação cultural, o que é atingido se for “feito maior investimento em talento” para diminuir as incertezas. Em outras palavras, para as ficções chilenas, indubitavelmente, a qualidade está relacionada com um forte investimento monetário que garante a qualidade da produção.

Isso é percebido nos textos de **Espanha, Uruguai e Venezuela**, onde um elemento considerado central na avaliação da qualidade de um produto de ficção tem a ver com a sua constituição esté-

tica, que se manifesta não apenas na qualidade da imagem (gravada em formato de cinema em alta definição) ou em sua complexidade narrativo-temática, como também pela qualidade cênica de seus atores. Todas essas características bem podem elevar ou garantir a qualidade de uma ficção quando são acompanhadas de prêmios nacionais ou internacionais, tal como aconteceu com a telenovela portuguesa *Meu amor*, ganhadora do Emmy de “Melhor Telenovela Internacional”. Prêmios também são sinônimo de qualidade para a indústria da ficção e suas audiências.

Cabe assinalar, ainda, que o **Brasil**, a **Argentina** e a **Espanha** acrescentam à noção de qualidade outros elementos, como a “capacidade social” da ficção e a possibilidade de “extensão midiática” da sua narrativa. Ambas guardam relação com um conceito de qualidade que envolve o potencial da ficção de ir além das telas.

Na **Argentina** a qualidade da ficção está ancorada à capacidade que tem “de criar representações sociais profundamente enraizadas e de possibilitar a interpretação de formas narrativas complexas”, diretamente relacionadas com o modo em que a ficção realça, apoia ou levanta temas de interesse político-social.

Em contrapartida, na **Espanha** a qualidade da ficção é relacionada à capacidade transmidiática que ela possa gerar para estender os seus conteúdos narrativos por outras telas. Com isso, a ficção ibero-americana, do mesmo modo que suas homônimas americanas, poderia se converter futuramente no ponto de partida para a construção de narrativas transmidiáticas.

No **Equador** o tema da qualidade se relaciona com o precário desenvolvimento das artes audiovisuais nesse país pois, sem elementos estéticos mínimos, a televisão adotou uma “maquila audiovisual” (ou produção em condições precárias), imposta unicamente por fatores comerciais, o que faz confundir ou aparentar que a qualidade televisiva seja sinônimo de audiência. No entanto, destaca-se que a criatividade narrativa deve ser considerada um elemento de qualidade básico, pois isto permitiu que em 2010, ineditamente, sua indús-

tria emplacasse cinco títulos entre os dez mais assistidos do ano.

Todas estas propostas abrem um novo panorama para entender que a qualidade da ficção já não se apoia unicamente na estética visual, na proposta educativa ou na tarefa dos meios públicos, mas também na responsabilidade que envolvem suas representações político-sociais e, igualmente, na capacidade, dada por sua dupla lógica comercial e simbólica, de potencializar a participação de suas audiências por meio de diversas plataformas midiáticas e discursos em múltiplas direções.

6.4. A qualidade na ficção televisiva do futuro

Com uma perspectiva pragmática, é possível visualizar, pelo menos, um par de elementos que serão indispensáveis para definir a qualidade na ficção do futuro. Um deles é sua **elaboração técnica**, que tem a ver antes de tudo com a qualidade na sua produção, mas não apenas contando com imagens em alta definição e outros elementos já conhecidos, mas também com a elaboração de narrativas audiovisuais cada vez “mais transparentes”, que possam ser adaptadas a qualquer tela e nela ser apreciadas pelos usuários. Isso envolve mudanças, que vão da iluminação dos estúdios ou *plateaux* de produção televisiva – para a dimensão digital florescer em todo seu esplendor – até movimentos de câmera e enquadramentos que permitam ao telespectador não se perder nos detalhes ou na distância de tomadas gerais, mas ir direto ao ponto, ver os rostos, as expressões, o máximo possível, fruir plenamente o drama em qualquer tamanho e condição de tela ou dispositivo de interação.

O outro aspecto onde a realidade pode ser percebida é sua capacidade de convocatória e inspiração para múltiplas interações com suas audiências. A nova ficção de qualidade terá de provocar a interatividade e participação para que possa ser desconstruída por todos os envolvidos. Isso tem a ver, sobretudo, com o fato das narrativas de ficção desenvolverem a capacidade de “interpelação de

suas audiências” (Orozco, 2011b).

Por interpelação não se entende somente o modo em que se fala ao telespectador, como também os modos de incluí-lo na própria narrativa e, sobretudo, a forma de transmitir-lhe o enredo, de criar o suspense e o drama e de associar a estes, na dimensão emocional, elementos significativos do contexto sociopolítico e cultural.

No capítulo dos **Estados Unidos**, esse ponto específico entre a convocatória da produção e o envolvimento da audiência é explicitamente referido e é chamado de “complexidade narrativa”, termo tomado de Jason Mittell por Michael Kackman (2010) como um modelo que dá ao espectador um papel mais importante na definição da qualidade, propondo o conceito de audiências e complexidade cultural. Como enfatiza Piñón (2011), argumenta-se que as operações estéticas, resultado de uma estrutura narrativa complexa, são também, inegavelmente, parte da “estetização das práticas criativas da recepção cultural”. Assim, o prazer experimentado pelas audiências diante dessas narrativas não é uma operação estética, mas uma operação cultural. É nesse sentido que a habilidade para identificar uma narrativa complexa é um ato de reconhecimento. E, talvez, a condição para isso seja o que Straubhaar (1991) denomina de “proximidade cultural”.

O reconhecimento do drama das ficções pela audiência deve ser atingido de forma integral, para ela se inspirar e começar a recriar, “ruminar”, dialogar e eventualmente problematizar e responder produzindo suas próprias ficções. Supõe, por parte da ficção, conquistar essa empatia entre a narrativa e os telespectadores, o que é um tema de gestão de equilíbrios, velhos e novos, entre a verossimilhança e a fantasia, entre “modelos brandos” de telenovela, ao estilo mexicano, e “modelos duros”, ao brasileiro. De todos esses elementos e seus equilíbrios continuará dependendo o sucesso ou o fracasso de uma ficção e o envolvimento simbólico, passivo ou ativo, de suas audiências.

Referências bibliográficas

- ANDREJEVIC, MARK (2008). Watching Television without Pity: The Productivity of Online Fans. *Television & New Media*, 9 (1): 24-46.
- BORGES, G. (2008). Parâmetros de Qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica. In: *Revista Comunicação Audiovisual da Intercom*, v. 1, n. 1. Brasil.
- BORGES, G.; REIA-BAPTISTA, V. (Coords.) (2008). *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte Editora.
- BUONANNO, M. (2004). La qualità della fiction. Dal prodotto all'ambiente produttivo. In: BUONANNO, MILLY (Org.) *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction TV*. Napoli: Liguori Editor.
- CANNITO, NEWTON (2010). *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus Editora.
- CASTELLS, MANUEL (2009). *Communication power*. New York: Oxford University Press.
- COSTELLO, V.; MOORE, B. (2007). Cultural outlaws: An examination of audience activity and online television fandom. *Television & New Media* 8 (2): 124-143.
- ECO, UMBERTO (1997). *Seis Passeios pelos Bosques da Ficção*. São Paulo: Cia. das Letras.
- ELLIS, J. et al. (2010). Esigere (e valutare) una tv di qualità. In: *Vita e Pensiero*, n. 2. Milano: Università Cattolica del Sacro Cuore. Spanish translation: Alejandro Huizar.

- GRAY, J.; C. SANDVOSS; HARRINGTON, C. L. (2007). Why Study Fans?. In: J. GRAY; C. SANDVOSS; C. L. HARRINGTON (Eds). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: New York University Press.
- HERNÁNDEZ, F. (2008). A programação da televisão mexicana: entre o lucro e o interesse público. In: BORGES, G.; REIA-BAPTISTA, V. (Coords.). *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte Editora.
- JENKINS, HENRY (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph Editora.
- KACKMAN, MICHAEL (2010). Quality Television, Melodrama, and Cultural Complexity. *Flow*. Disponível em: <<http://flowtv.org/2010/03/flow-favorites>>
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS (2004). *Ofício de cartógrafo – travessias latino-americanas da comunicação e da cultura*. São Paulo: Loyola Editora.
- _____. (2001). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ Editora.
- MILNER, R. M.(2009) Working for the text: Fan labor and the New Organization. *International Journal of Cultural Studies* 12 (5): 491-508.
- OROZCO, G. (2011). Entre espectáculo, mercado y política: la telenovela mexicana en más de cinco décadas. In: IBOPE *et al* (2011). Mexico: IBOPE AGB. (no prelo).
- _____. (2011b). Desafíos de la participación de las audiencias en sus interacciones con las pantallas. Una propuesta de Educomunicación. In: APARICI, R. (Coord.). *Educación y cultura digital*. Espanha: UNED (no prelo).

ORTEGA, P. (2010). Comunicación y calidad. Una relación mediada por el mercado. In: ANDIÓN, M.; MCPHAIL, F.; ORTEGA, P. (Coords.). *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternatividad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Miguel Ángel Porrúa, Editores.

PEW HISPANIC CENTER (2011). *Country of origin profiles*. Pew Hispanic Research Center. Disponível em: <<http://pewhispanic.org/data/origins/>>. Acesso em 5-jan.

PIÑÓN, JUAN (2011). The growth, restructuring, digitalization and diversification of Hispanic Television. In: VASSALLO DE LOPES, M. I.; OROZCO, G. (Eds.). *Obitel Yearbook 2011. Quality in television fiction and audiences' transmedia interactions*. São Paulo: Globo Editor.

STRAUBHAAR, J. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8.

TOUS, A. (2008). El surgimiento de un nuevo imaginario en la ficción televisiva de calidad. In: Journal *Quaderns del CAC* n° 31/32. Barcelona: CAC.

VASSALLO DE LOPES, M. I. (2009). Telenovela as a communicative resource. *MATRIZES*, vol. 3, n° 1. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/ojs/index.php/matrizes/article/view/79/pdf_84>.

SEGUNDA PARTE

A FICÇÃO NOS PAÍSES OBITEL

ARGENTINA: A FICÇÃO PERDE ESPAÇO E UM ESTILO DOMINA

Gustavo Aprea e Mónica Kirchheimer¹

1. O contexto audiovisual do país

1.1. A televisão aberta argentina

NA REPÚBLICA ARGENTINA existem cinco redes de televisão aberta desde 1990, todas elas com sede na cidade de Buenos Aires. Quatro são privadas e uma é pública.

Tabela 1. Redes nacionais de televisão aberta no país

Redes privadas (4)	Redes públicas (1)
América 2	
Canal 9	
Telefé	
El Trece	
	Canal 7 tv Pública
Total redes = 5	

Fonte: Obitel Argentina – Ibope Argentina

1. María Victoria Bourdieu colaborou na preparação deste capítulo.

O ano de 2010 foi marcado por uma inovação dentro do âmbito do sistema televisivo argentino: o aparecimento da televisão digital terrestre. De acordo com o planejado, o Estado nacional colocou em funcionamento um sinal infantil e inaugurou outro para a transmissão de filmes e programas ficcionais². Ao mesmo tempo, distribuiu 350.000 decodificadores em setores de baixos recursos. Para além dessas inovações tanto a televisão aberta quanto a televisão a cabo continuam com a estrutura dos anos anteriores. Os sinais de TV aberta se desenvolvem da mesma maneira. Tanto os seus proprietários quanto os seus sistemas de produção continuam os mesmos dos anos anteriores.

Detratores e defensores da Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual regulamentada em setembro de 2009 previram uma série de transformações que ainda não aconteceram. A aplicação do novo instrumento legal está atravancada em vários aspectos. Por um lado, as ações judiciais movidas por aqueles que a ela se opõem – uma parte significativa dos atuais concessionários dos meios – atrasam a sua completa aplicação. Por outro, os mesmos meios que a ela se opõem através de recursos legais são morosos na aplicação de outros aspectos cujo mérito jurídico não questionam.

É este o contexto em que trabalham as cinco redes. Três delas cobrem o maior espectro dentro do país (Televisión Pública, El Trece, *Telefé*) e as outras duas (*América 2* e *Canal 9*) têm uma difusão muito menor através da televisão aberta, embora possam ser assistidas por cabo. A *Televisión Pública*, embora conte com a maior cobertura nacional (295 repetidoras que cobrem 99,5% do país), está muito longe das principais redes privadas no tocante à qualidade da audiência, pelo menos nos grandes centros urbanos. Os outros dois sinais com alcance nacional pertencem aos dois ca-

2. O sinal infantil é *Paka Paka*, que dá continuidade a uma experiência iniciada no canal educativo *Encuentro*, e o canal de cinema e ficção é organizado junto com o Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales.

nais líderes de audiência: El Trece e Telefé. As duas redes chegam a todas as províncias através das principais emissoras comerciais locais.

A Televisión Pública faz parte da Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, uma empresa pública que administra os meios de comunicação de propriedade estatal: a agência de notícias Telam, Radio Nacional, Radiodifusión Argentina al Exterior, Canal 7, o sinal de tv a cabo Encuentro e o de televisão digital terrestre Paka Paka. O sistema público de meios de comunicação é dirigido pelo cineasta Tristán Bauer desde 2008. O América 2 faz parte do grupo América Medios, que pertence ao empresário e político Francisco de Narváez e ao grupo Uno de Daniel Vila, proprietário de vários meios de comunicação impressos e audiovisuais no interior do país. O Canal 9 está integrado ao grupo Albavisión do mexicano Ángel González. Por seu lado, a Telefé é propriedade da Telefónica da Argentina, subsidiária da empresa espanhola homônima. O grupo desenvolve atividades nas áreas de telefonia fixa e móvel, da internet e possui vários canais de televisão no interior do país. Após dez anos, Sergio Villarruel e Bernarda Llorente abandonaram a direção de programação dessa rede, que foi assumida em 2010 por Marisa Badía. El Trece é explorado pela empresa Artear, que está integrada ao conglomerado conhecido como grupo Clarín. Essa *holding* é proprietária de jornais, uma agência de notícias (DyN), canais de televisão, a rede de tv a cabo mais importante do país, uma empresa de tv digital, produtoras cinematográficas e televisivas, é sócia da única fábrica de papel de jornal e de grande número de empresas sem relação com a comunicação de massas. Desde 2008 mantém um forte confronto de múltiplas consequências com o governo nacional, mas até o momento isso não teve muita influência na produção ficcional. Desde 2001, o diretor de produção é Adrián Suar, coproprietário de Pol-ka, a produtora que gerou os programas de ficção mais bem-sucedidos de El Trece durante 2010.

A orientação geral e a envergadura dos canais traçam o seu posicionamento e determinam as políticas de exibição adotadas por cada emissora. As duas redes de maior audiência (El Trece e Telefé) oferecem uma programação de caráter generalista, mas a ficção tem um papel diferenciado em cada caso. Por sua vez, os outros dois sinais privados tendem à especialização. O América 2 apresenta variações dentro do campo da informação e o Canal 9 concilia ficção com informação. Nesse sentido, as propostas desses canais sofrem transformações em relação às dos anos anteriores. O América 2 praticamente elimina a ficção produzida pelos países ibero-americanos durante 2010, oferecendo apenas uma reprise nacional na sua tela, sem produzir nenhuma estreia ficcional. Enquanto isso, o Canal 9 mantém quase inalteradas as estreias de ficção (22: uma a menos que em 2009), mas avança no espaço dedicado à informação. Por seu lado, a Televisión Pública conserva a política de manter parte dos horários *prime time* dedicados à ficção inaugurada em 2009 e dá continuidade à produção nacional.

El Trece organiza a sua programação em torno do seu carro-chefe desde 2006: *Showmatch*³. A ficção televisiva ocupa o lugar de principal complemento desse sucesso garantido. Por esse motivo, o número de estreias é limitado (apenas seis) e unicamente de produção nacional. Apesar do número reduzido, os programas ocupam posições chave que lhes permitem obter ótimos níveis de audiência, embora não cheguem aos alcançados pelo sucesso de *Valientes* em 2009. A Telefé dedica proporcionalmente mais tempo de programação à ficção ibero-americana: 14 estreias, sete nacionais e sete estrangeiras. Dentro da grade de programação da Telefé esse tipo de ficção é um componente fundamental durante 2010.

3. *VideoMatch*, produzido e dirigido por Marcelo Tinelli, lidera as audiências na área do entretenimento desde 1989. Ao longo dos anos adotou diversos formatos, cuja linha de continuidade é o uso de um senso do humor claramente reconhecível. Desde o seu ingresso em El Trece triunfa com as variantes *Bailando*, *Cantando* ou *Patinando por un sueño*.

Entretanto, os projetos apresentados para concorrer nos horários centrais e em alguns da tarde não atingem as cotas de audiência esperadas. Parte da abundância de títulos tem relação com a instabilidade gerada pelo fato de as expectativas prévias não terem sido satisfeitas e uma grande mudança na política de manutenção da programação. Como agravante dessa situação é preciso acrescentar que em 2010 a Telefé perdeu, pela primeira vez em 19 anos, a liderança na média anual da programação: 10,1% de El Trece para 9,9% da Telefé.

O Canal 9 continua destinando o maior espaço de sua programação às ficções de origem ibero-americana e excluindo a produção local. Diferentemente de outras redes, os custos e riscos da transmissão de telenovelas (o formato exclusivo dentro desse sinal) são amortizados pela veiculação dos produtos em outros países onde a Albavisión tem emissoras. As ficções não constituem grandes sucessos, mas permanecem dentro da média de audiência do canal e ocupam muitas horas de programação. Quanto à Televisión Pública, durante a maior parte do ano ela mantém uma posição de destaque⁴ para as duas ficções locais, alguma das duas minisséries brasileiras ou uma série espanhola, consolidando o espaço de uma ficção que aposta na originalidade e na qualidade.

Quanto ao modo de a produção local se integrar às redes televisivas continua vigente o sistema pelo qual as produtoras são entidades independentes dos canais. Contudo, em alguns casos, como a Pol-ka e a Telefé Contenidos, existe uma relação mais do que evidente entre as produtoras e os canais que veiculam os seus produtos. Para além desses exemplos, produtoras independentes (Underground, Cris Morena Group, ONTV, Rosstoc) continuam de-

4. O posicionamento dessas ficções no *prime time* fica sujeito aos horários da grade de programação do canal estatal, em contínua mudança, na qual têm prioridade as transmissões de futebol e o carro-chefe da emissora, 6, 7, 8, que é dedicado à discussão política e à crítica dos meios, especialmente daqueles ligados ao grupo Clarín.

envolvendo o seu trabalho e, associadas aos canais ou a produtores estrangeiros, geram programas com alto grau de especialização e inovação. Além dessas casas especializadas em ficção, aparecem produtoras que são reconhecidas em outras áreas, como Ideas del Sur (*Showmatch*), Endemol Argentina (*Gran hermano*), TYC (transmissões esportivas), entre outras. Dentro desse panorama vale a pena assinalar a quebra de uma delas, a Rosstoc, e o aparecimento de uma nova, a ONTV–Llorente & Villaruel Contenidos, com a qual os bem-sucedidos diretores de programação da Telefé iniciam a sua atividade como produtores independentes.

1.2. A ficção televisiva além da televisão aberta

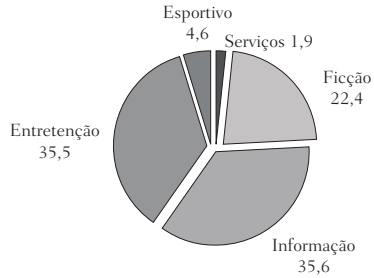
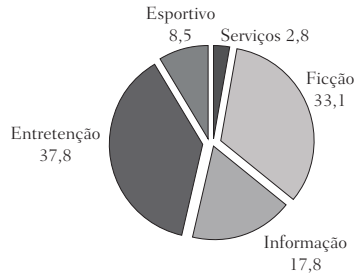
Os canais a cabo argentinos que se dedicam ao gênero não deixam espaços para estreias de ficções televisivas ibero-americanas. Em alguns deles, ligados ao grupo Clarín (*Volver e Magazine*), vão ao ar reprises, tanto da produção local quanto da importada. Diferentemente de outros anos, em 2010 não surgem empreendimentos criados especificamente para a tv a cabo. Apesar do crescimento da internet não há muitas produções de ficção dedicadas a este espaço como expansão das televisivas. O caso de maior destaque no ano é *La pareja del mundial*, que El Trece veiculou durante o comercial na época da Copa do Mundo de Futebol, com uma cena cujo desenlace devia ser procurado na rede.

Por seu lado, o sistema de meios públicos se envolveu na produção do telefilme histórico *Belgrano – La película*, como parte das celebrações do Bicentenário da Independência. O filme estreou em 27 de novembro de 2010 no Monumento à Bandeira, de Rosário, e foi veiculado em diversos espaços públicos do interior do país antes da sua apresentação televisiva. Por sua vez, são divulgados os resultados de um concurso realizado junto ao INCAA para a produção em 2011 de 30 séries televisivas para serem produzidas em 2011 amparadas pela nova Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

1.3. Performance geral: gêneros, níveis de ligados e publicidade

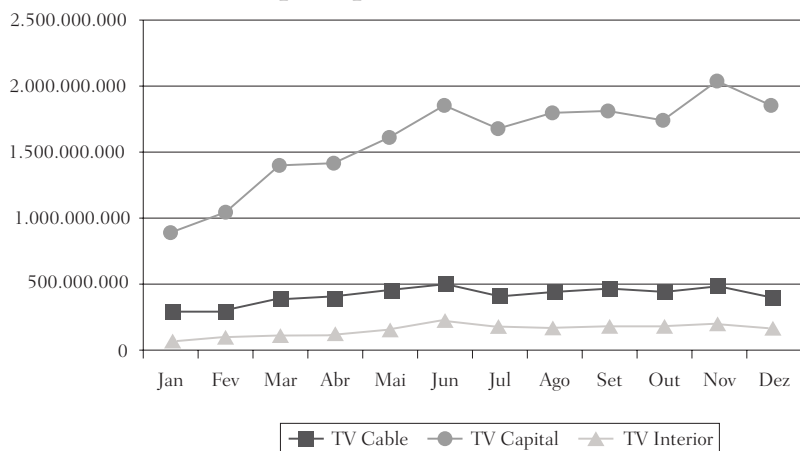
Tabela 1.1. Gêneros oferecidos pela tv

Gênero	Duração (%)	Audiência residências
Ficção	22,4	24,5
Comédia	1,9	7,8
Filmes	8,5	3,6
Minissérie	0,1	1,1
Telenovela	6,3	6,3
Série	5,7	5,6
Informação	35,6	13,2
Cultural	1,2	1,0
Documentário	0,1	0,9
Evento	3,7	1,4
Notícias	16,8	5,4
Jornalístico	13,9	4,5
Entretenção	35,5	28,0
Entretenimento	6,9	6,4
Humorístico	1,7	14,6
Infantil	5,3	2,7
Musical	1,5	2,1
Variedades	20,0	2,2
Esportivo	4,6	6,3
Serviços	1,9	2,1
Feminino	0,6	0,9
Religioso	1,3	0,8
Solidário	0,0	0,4

Programação %**Audiência residências (%)**

A distribuição dos gêneros televisivos na grade de programação comparada com a dos anos anteriores sofre algumas mudanças que afetam negativamente a área da ficção. A proporção de horas na tela caiu de 26,7% em 2009 para 22,4% em 2010. A maior parte desse percentual de horas de transmissão foi destinada a programas esportivos (foi ano de copas do mundo: de futebol, hóquei feminino e basquete, e todo ano são transmitidos os jogos do campeonato local) e o restante foi ocupado pelo sempre crescente espaço da entretenção. Nesse contexto, o percentual de participação dentro dos níveis de audiência ficou reduzido em favor da entretenção e do esporte. Passou de 35,4% da audiência em 2009 para 24,5% em 2010.

Evolução anual (em 2010) do investimento por tipo de veículo



No tocante aos investimentos em publicidade, houve um aumento importante (28,10%) em relação ao ano de 2009, e a televisão aberta continuou sendo o seu principal veículo. **Independente**mente da presença de eventos especiais como a Copa do Mundo de Futebol África do Sul 2010 foi mantido o crescimento do investimento em publicidade durante a segunda parte do ano. A situação

gerou uma forte disputa — especialmente entre os dois canais líderes — para ficar com uma fatia maior do bolo publicitário. E acabou causando grande instabilidade dentro da programação e uma aposta maior no espaço da entretenção, que é mais barato, fácil de substituir e menos arriscado que o da ficção.

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

Tabela 1.2. Produções de estreia exibidas em 2010 e suas respectivas emissoras

ARGENTINA		
El Trece	<i>Alguien que me quiera</i>	Comédia
	<i>Consentidos</i>	Comédia
	<i>Impostores</i>	Série
	<i>Malparida</i>	Telenovela
	<i>Para vestir santos</i>	Comédia
	<i>Valientes</i>	Telenovela
Telefé	<i>Botineras</i>	Comédia
	<i>Caín & Abel</i>	Telenovela
	<i>Casi Ángeles</i>	Série
	<i>Herencia de amor</i>	Telenovela
	<i>Niní</i>	Comédia
	<i>Secretos de amor</i>	Telenovela
	<i>Todos contra Juan 2</i>	Comédia
tv Pública	<i>Ciega a citas</i>	Comédia
	<i>Contra las cuerdas</i>	Telenovela
BRASIL		
Canal 9	<i>Acuarela del amor</i>	Telenovela
	<i>Belleza pura</i>	Telenovela

BRASIL		
Canal 9	<i>Deseo Prohibido</i>	Telenovela
	<i>Doña Bella</i>	Telenovela
Telefé	<i>India. Una historia de Amor</i>	Telenovela
	<i>La favorita</i>	Telenovela
tv Pública	<i>Carandiru. Otras historias</i>	Minissérie
	<i>Ciudad de los hombres</i>	Minissérie
COLÔMBIA		
Canal 9	<i>Bellas Calamidades</i>	Telenovela
	<i>El capo</i>	Telenovela
	<i>Muñecas de la Mafia</i>	Telenovela
	<i>Pura sangre</i>	Telenovela
Telefé	<i>A corazón abierto</i>	Telenovela
	<i>Hasta que la plata nos...</i>	Telenovela
tv Pública	<i>Carandiru. Otras historias</i>	Minissérie
	<i>Ciudad de los hombres</i>	Minissérie
ESPANHA		
tv Pública	<i>Amar en tiempos revueltos</i>	Série/Telenovela
	<i>Los hombres de Paco</i>	Comédia
EUA		
Canal 9	<i>El Juramento</i>	Telenovela
	<i>Más sabe el diablo</i>	Telenovela
MÉXICO		
Canal 9	<i>Camaleones</i>	Telenovela
	<i>Corazón salvaje</i>	Telenovela
	<i>Cuidado con el ángel</i>	Telenovela
	<i>La otra</i>	Telenovela
	<i>Mar de amor</i>	

MÉXICO		
Canal 9	<i>Mi pecado</i>	Telenovela
	<i>Sortilegio</i>	Telenovela
	<i>Soy tu dueña</i>	Telenovela
	<i>Zacatillo</i>	Telenovela
Telefé	<i>Pasión morena</i>	Telenovela

Coprodução ibero-americana		
Canal 9	<i>Decisiones de famosos</i>	Telenovela
	<i>Sin senos no hay paraíso</i>	Telenovela
	<i>Victorinos</i>	Telenovela
Telefé	<i>Isa TKM</i>	Telenovela
	<i>Sueña conmigo</i>	Telenovela

2.1 Queda da oferta

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional *	15	31,3	1173	33,8	1034:48:30	33,6
Ibero-americana	33	68,7	2296	66,2	2048:11:00	66,4
Latino-americana (área Obitel)	24	50,0	1633	71,1	1455:53:00	71,1
Latino-americana (área não Obitel)	0	0	0	0		0
EUA (produção hispânica)	2	4,2	185	8,1	125:55:00	6,1
Ibérica	2	4,2	285	12,4	300:11:00	14,7
Outras (co-produções ibero-americanas)	5	10,4	193	8,4	166:12:00	8,1
Total	48	100	3469	100	3082:59:30	100

Fonte: Ibope/Obitel Argentina

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Brasil	8	16,6	510	14,7	397:14:00	12,9
Argentina	15	31,3	1173	33,8	1034:48:30	33,6
Chile	0	0	0	0	0	0
Colômbia	6	12,5	409	11,8	291:22:00	9,4
Equador	0	0	0	0	0	0
Espanha	2	4,2	285	8,2	300:11:00	9,7
EUA (produção hispânica)	2	4,2	185	5,3	125:55:00	4,1
México	10	20,8	714	20,6	767:17:00	24,9
Portugal	0	0	0	0	0	0
Uruguai	0	0	0	0	0	0
Venezuela	0	0	0	0	0	0
Outras (produções e coproduções de outros países latino/ ibero-americanos)	5	10,4	193	5,6	166:12:00	5,4
Total	48	100	3469	100	3082:59:30	100

Fonte: Ibope/Obitel Argentina

Durante 2010, na televisão argentina houve uma queda visível na quantidade de ficções ibero-americanas (cinco estreias a menos), que foi perceptível no caso das nacionais (nove a menos), em relação a 2009. A tendência para a baixa na produção nacional continua, bem como o aumento de espaço na tela da ficção ibero-americana. Diferentemente de 2009, quando os títulos ibero-americanos superavam os argentinos por uma margem reduzida (seis títulos), em 2010 esta distância aumenta (19 títulos). No entanto, a quantidade de títulos e tempo na tela mantêm uma proporção similar à dos anos anteriores.

No tocante à origem das estreias ibero-americanas, não foram observadas grandes diferenças de um ano para o outro, exceto um aumento de importância das coproduções, que passaram de três para seis, incluindo uma coprodução argentino-mexicana.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixa de horário	Nacionais			Ibero-americanos			Total		
	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H
Manhã (6h-12h)	0	0	0	449	19,5	334:47:30	449	12,9	334:47:30
Tarde (12h-21h)	475	40,5	360:53:00	1431	62,3	1386:21:00	1906	54,9	1747:14:00
Prime time (21h-24h)	698	59,5	673:55:30	406	17,7	316:56:30	1104	31,8	990:52:00
Noturno (24h-6h)	0	0	0	10	0,5	10:06:00	10	0,4	10:06:00

Fonte: Ibope/Obitel Argentina

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais					Ibero-americanos				
	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas
Telenovela	6	40	427	36,4	391:47:30	29	87,9	1996	87	1732:48:00
Série	2	13,3	126	10,8	128:15:30	1	3,0	242	10,6	233:14:00
Minissérie	0	0	0	0	0	2	6,1	15	0,6	15:12:00
Telefilme/TV movie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comédia	7	46,7	620	52,8	514:45:30	1	3,0	43	1,8	66:57:00
Outros (docudrama, unitário etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	15	100	1173	100	1034:48:30	33	100	2296	100	2048:11:00

Fonte: Ibope/Obitel Argentina

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela	0	0	2	40	4	40	0	0	6	40
Série	0	0	1	20	1	10	0	0	2	13,3
Minissérie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Telefilme/ TV movie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comédia	0	0	2	40	5	50	0	0	7	46,7
Outros (docu- drama etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	5	100	10	100	0	1	15	100

Fonte: Ibope/Obitel Argentina

**Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios
(sem intervalos comerciais)**

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	0	0
Média (30'-60')	487	41,5
Longa (60'+)	686	58,5
Total	1173	100

Fonte: Ibope/Obitel Argentina

No que se refere à distribuição dos programas por faixas de horário, acontece uma importante mudança: o *prime time* é deslocado para mais tarde (passa das 19h-22h para as 21h-24h), já que as ficções de maior audiência e nível de produção ocupam este horário. O aumento do tempo de duração dos programas de entretenimento (o centro da programação) obriga a manter uma tela competitiva até muito mais tarde do que em outras temporadas. Diante deste novo panorama, os títulos nacionais continuam dominando o *prime time*, enquanto no período da tarde os ibero-americanos prevalecem. Neste contexto, os programas nacionais desaparecem dos períodos

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	14	93,3
Passado	0	0
Histórica	0	0
Outra	1	0,7
Total	15	100

Fonte: Obitel Argentina

matutino e noturno, deixando um espaço residual para alguns produtos importados.

O formato dominante continua sendo a telenovela (35 estreias num total de 48). No entanto, se comparar a ficção argentina com a ibero-americana, a proporção entre a telenovela e outros formatos varia. No caso nacional, a proporção a favor da telenovela é menor: abrange apenas 40% das estreias argentinas, contra 72,9% no total do exibido no ano. Isso é sinal de uma maior diversificação de formatos dentro da produção argentina. Desse modo, a comédia nacional ganha um espaço próprio dentro da grade de programação. Independentemente destas diferenças, a duração padrão da programação ficcional na Argentina fica estabelecida em torno de preocupantes 60 minutos. Os casos em que esse tempo é superado se relacionam com um alongamento do limite dos programas no contexto de uma grade de programação dominada pela manipulação da audiência minuto a minuto.

No que diz respeito à época da ficção, continua o predomínio absoluto da ambientação no presente, com exceção da última temporada da saga *Casi Ángeles*, que se desenvolve numa acronia situada no futuro. Apesar do assunto do Bicentenário da Independência ter ocupado um lugar de maior destaque em outros aspectos da programação, não conseguiu ser expressivo na área da ficção televisiva.

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, share

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	TV privada ou pública	Formato	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Audiência %	Share %
1. <i>Válientes</i>	Argentina	Pol-ka	privada	Telenovela	Marcos Carnevale, Lily Ann Martin	29,3	44,3
2. <i>Malparida</i>	Argentina	Pol-ka	privada	Telenovela	Lily Ann Martin, Pablo Junovich, Cecilia Guerty	22,4	32,0
3. <i>Botineras</i>	Argentina	Underground Contenidos, Endemol Argentina, Telefé Contenidos	privada	Comédia	Esther Feldman, Alejandro Maci, Nuri Abramowicz, Alejandro Quesada, Martín Méndez	15,5	25,2
4. <i>Para vestir santos</i>	Argentina	Pol-ka	privada	Unitário	Javier Daulte	15,0	25,4
5. <i>Casi Angeles, la resistencia</i>	Argentina	Cris Morena Group, RGB Entertainment	privada	Telenovela	Leandro Calderone	11,5	19,9

6. <i>Cain & Abel</i>	Argentina	ON T.V. Llorente & Villarruel Contenidos e Telefé Contenidos	privada	Telenovela	Guillermo Salmerón	9,4	14,3
7. <i>Niní</i>	Argentina	Kaberplay, Endemol e Telefé Contenidos	privada	Comédia	Gabriela Fiore e Jorge Chernov	8,8	18,5
8. <i>Alguien que me quiere</i>	Argentina	Pol-ka	privada	Telenovela	Alejandro Ocón, Solange Keolegían, Sebastián Parrotta	8,8	15,1
9. <i>Todos contra Juan 2</i>	Argentina	Rosstoc e Farfán Televisión	privada	Comédia	Gabriel Nesci	8,0	16,4
10. <i>Sueña Conmigo</i>	Argentina e México	Nickelodeon Latinoamérica; Illusion Studios e Grupo Televisa	privada	Telenovela	Claudio Lacelli	6,1	18,2
Total de produções: 10		Roteiros originais nacionais: 9		Roteiros estrangeiros: 1			
100%		90%		10%			

Fonte: Obitel Argentina

Tabela 10. Os dez títulos mais assistidos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número de capítulos	Duração do capítulo/ episódio	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa de horário
1. <i>Valientes</i>	Telenovela	Melodrama costumbrista	2009-2010	31 em 2010	60 minutos	9/2/2009	28/2/2010	Prime time
2. <i>Malparida</i>	Telenovela	Melodrama	2010	153	60 minutos	20/4/2010	Continua 2011	Prime time
3. <i>Botineras</i>	Telenovela	Melodrama/ Policial	2009-2010	123 em 2010	60 minutos	24/11/2009	25/8/2010	Prime time
4. <i>Para vestir santos</i>	Unitário	Comédia dramática	2010	35	60 minutos	24/4/2010	29/12/2010	Prime time
5. <i>Casi Angeles, la resistencia</i>	Telenovela	Comédia juvenil fantástica	2007-2010	113 em 2010	60 minutos	21/3/2007	29/11/2010	Tarde
6. <i>Caín & Abel</i>	Telenovela	Melodrama	2010	49	60 minutos	15/9/2010	15/12/2010	Prime time
7. <i>Niní</i>	Telenovela	Comédia juvenil	2009 -2010	62	45 minutos (desde 2010)	7/9/2009	16/4/2010	Tarde
8. <i>Alguien que me quita</i>	Telenovela	Comédia costumbrista	2010	137	60 minutos	1/2/2010	15/11/2010	Tarde
9. <i>Todos contra Juan 2</i>	Minissérie	Comédia	2010	13	45 minutos	15/4/2010	16/7/2010	Prime time
10. <i>Sueña conmigo</i>	Telenovela	Comédia Juvenil/ Musical	2010	24	50 minutos	30/11/2010	Continua em 2011	Tarde

Os programas situados no *top ten* foram veiculados apenas nos dois canais privados de maior audiência: El Trece e Telefé. Embora a Telefé contribua com mais títulos para a lista (seis), as estreias de El Trece ocupam uma posição de destaque, alcançando o primeiro, segundo e quarto lugares. É preciso frisar que todos os programas de El Trece que estão na lista pertencem a uma mesma produtora, a Pol-ka, que emplaca todos os seus programas no *top ten*. A Telefé coproduz metade das suas estreias e disponibiliza sua tela para produtoras especializadas numa classe de gênero, no que se refere à outra metade. Assim como vem acontecendo durante os últimos anos, as ficções locais ocupam 90% da lista. Outra novidade de 2010 é que neste ano o décimo título é uma coprodução argentino-mexicana, e não um título brasileiro.

A maior parte dos programas (60%) e os mais bem-sucedidos (os quatro primeiros) foram exibidos no *prime time*. Independentemente destes parâmetros normais, é necessário assinalar que foi registrada uma diminuição significativa, com referência ao ano anterior, nos níveis de audiência. **A partir do quinto lugar de 2010 são registradas audiências inferiores às que aparecem no top ten de 2009.** Neste sentido, vale a pena assinalar que os seis primeiros títulos da lista estão entre os vinte primeiros dos programas de ficção em geral, mas os outros se distribuem entre as posições vigésima primeira e quinquagésima quarta da mesma lista, o que implica uma diminuição significativa na audiência geral da ficção de origem ibero-americana.

Entre as temáticas observadas no *top ten*, as dominantes se identificam claramente com aquelas que caracterizam os gêneros clássicos da ficção popular nas suas versões mais tradicionais. **No tocante às temáticas sociais,** podem ser identificadas duas tendências. Uma que aborda assuntos relacionados com a atualidade de um ponto de vista próximo das visões dos gêneros em que estão inscritas: **corrupção, rebeldia adolescente, trabalho duro** etc. A outra inclui questões e perspectivas que tendem a romper com os tratamentos habituais, como acontece com a violência de gênero ou a homossexualidade na área do futebol no ano da sanção da legislação que permite o casamento entre pessoas do mesmo sexo.

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos (*)

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Válientes</i>	Vingança e amores cruzados, irmãos separados ao nascer.	Corrupção política; diferenças sociais.
2. <i>Malparida</i>	Vingança e ambição desmedida; amores cruzados; assassinatos.	Corrupção empresarial.
3. <i>Botineras</i>	Casos policiais: identidades secretas; amores impossíveis.	Histórias de homossexualidade; o mundo do futebol, a busca de fama e dinheiro.
4. <i>Para vestir santos</i>	Desencontro amoroso; busca da felicidade; histórias cruzadas; musicais.	Herança familiar; construção de família e casal; dependência do jogo e do álcool; mãe solteira, homossexualidade feminina.
5. <i>Casi Angeles, la resistencia</i>	Viagem no tempo; enfrentamentos entre o bem e o mal; musicais.	Formas de governo, corrupção, liberdade de expressão; sexualidade na adolescência, gravidez na adolescência.
6. <i>Caín & Abel</i>	Confronto entre irmãos; ambição, amores cruzados.	Violência de gênero, perda de um filho, corrupção empresarial.
7. <i>Niní</i>	Dupla identidade; amor impossível.	Problemas da terceira idade, monopaternidade, rebeldia adolescente.
8. <i>Alguien que me quiera</i>	Confronto entre irmãs pelo mesmo amor; regresso perturbador do passado secreto.	Trabalho duro e sacrificado; deficiência.
9. <i>Todos contra Juan 2</i>	Triunfar na profissão; encontrar o amor duradouro.	Ajuda incondicional aos amigos; ecologismo.
10. <i>Sueña conmigo</i>	Busca da fama; identidade oculta; grupo de amigos; musicais.	Tensão entre o familiar e o profissional; rebeldia adolescente.

Fonte: Obitel Argentina

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais assistidos: gênero, idade, nível socioeconômico

	Programa	Canal/ rede	Gênero %		Faixa etária %					Nível socioeconômico %		
			Mulheres	Homens	4-12	13-19	20-34	35-49	50+	Alto (ABC+)	Médio (CD+)	Baixo (DE)
1	<i>Válentes</i>	El Trece	55,7	44,3	21,4	19,9	17,8	19,7	21,2	34,1	34,2	31,7
2	<i>Malparida</i>	El Trece	57,8	42,2	23,3	20,5	15,4	21,1	20,7	30,5	36,1	33,4
3	<i>Botineras</i>	Telefé	52,4	47,6	24,1	13,3	19,1	20,5	23,0	27,9	38,9	33,2
4	<i>Para vestir santos</i>	El Trece	59,2	40,8	23,0	17,9	17,5	21,1	20,4	32,4	34,3	23,8
5	<i>Casi Angeles, la resistencia</i>	Telefé	56,6	43,4	27,1	36,2	18,5	13,5	4,7	25,2	35,8	39,0
6	<i>Caim & Abel</i>	Telefé	51,1	48,9	22,9	15,9	18,3	11,6	13,0	28,6	32,2	39,2
7	<i>Niní</i>	Telefé	56,7	43,3	22,2	27,1	25,4	15,6	9,7	37,2	38,0	24,8
8	<i>Alguien que me quieria</i>	El Trece	59,0	41,0	23,9	21,1	17,2	15,9	21,9	32,5	35,9	31,6
9	<i>Todos contra Juan 2</i>	Telefé	49,4	50,6	22,9	12,5	17,9	21,9	19,1	20,5	41,8	37,7
10	<i>Sueña conmigo</i>	Telefé	55,9	44,1	22,3	29,6	25,3	8,6	14,2	38,3	41,7	21,0

Fonte: Ibope/Obitel Argentina

Na análise dos perfis de audiência vale a pena destacar algumas questões. Ainda que no geral o predomínio das mulheres continue forte na área da ficção (em alguns casos a diferença chega até quase 20%), num dos títulos (*Todos contra Juan 2*) o público masculino supera o feminino. Dentro das faixas etárias registra-se uma queda na presença de jovens (20-24) e adultos (34-49) como espectadores de ficção. Em relação ao nível socioeconômico dos espectadores, é necessário repetir que os setores altos têm uma baixa participação, exceto em algumas das novelas infantojuvenis. Por outro lado, os setores baixos concentram a sua presença em diferentes programas veiculados pela Telefé, enquanto o nível médio se distribui de forma homogênea e predominante através de toda a lista.

3. Recepção transmidiática

Para analisar o modo como foi recebida a ficção estreada no ano de 2010, no caso da Argentina foram escolhidos dois títulos presentes entre as dez ficções com maior audiência. **Esses dois títulos** resultam de interesse pelo peso específico que cada um deles teve na tela. No caso de *Valientes*, trata-se da ficção mais assistida do ano – estreada no horário *prime time* – que, após ter finalizado, voltou a ser exibida com muito boa recepção no horário da tarde. O outro título selecionado é *Casi Ángeles, la resistencia*. Apesar de ocupar o quinto lugar entre as ficções mais assistidas, ele foi selecionado por se tratar de uma telenovela infantojuvenil, isto é, está destinada a um público nativo digital.

3.1. *Valientes* propõe um espaço pouco dinâmico

Valientes propõe uma vida muito pouco expandida na web, habilitando um blog⁵ dependente de El Trece, canal pelo qual é

5. <<http://weblogs.eltrecetv.com.ar/valientes/>>

veiculado. Na margem superior direita da tela aparece sempre o logo do canal. Neste site são destacados os momentos-chave e de risco da narrativa, assim como se convidam os espectadores a participarem através de comentários nos fragmentos ali oferecidos e com perguntas diretas pelo blog. No blog de *Valientes* os espaços para os usuários/visitantes interagirem são disponibilizados de modo muito fechado. A possibilidade de deixar comentários é oferecida apenas quando, após o resumo do capítulo, é formulada alguma questão: “O que você achou de *Valientes*? Gostou do final? Qual foi a cena de que você mais gostou?” (1/3/2010).

O blog apresenta escassos recursos de navegabilidade. É estruturado em duas áreas divididas verticalmente. Na metade esquerda da tela aparecem as chamadas recentes com seus títulos e fotos, enquanto à direita são oferecidas quatro chamadas em destaque: ver capítulos anteriores, a história, os personagens e capítulo a capítulo.

Em os personagens são apresentados os oito personagens principais da novela. Esse espaço não permite a interação do usuário. O resumo dos personagens é mostrado de modo breve, privilegiando a imagem fotográfica, que repete os estereótipos e estética da telenovela. No espaço capítulo a capítulo há resumos escritos de cada um dos 216 episódios veiculados, acompanhados de uma pequena fotografia do capítulo, e as chamadas referentes aos comentários dos usuários que acompanham toda a transmissão, desde o momento prévio, em que é anunciado o lançamento da novela, até as repercussões posteriores ao seu final. Nesse desdobramento também são incluídas notas sobre as gravações.

Em relação ao nível de participação, o site não oferece contador ou registro sobre a quantidade de visitantes do blog. Sua presença é revelada apenas nas postagens relacionadas às perguntas formuladas no blog e/ou aos comentários sobre os capítulos.

3.2. *Casi Ángeles*, nativo digital

Diferentemente do que propõe *Valientes*, *Casi Ángeles*, *la resistencia* apresenta uma multiplicidade de espaços e plataformas online através das quais os espectadores podem estabelecer contato. A partir do site oficial⁶ é oferecida a possibilidade de “seguir” os *Casi Ángeles* tanto através do Facebook quanto pelo Twitter, além de contar com um canal no YouTube. Embora o site informe sobre a quantidade de usuários cadastrados (809.024) não o faz com relação aos seguidores que visitam a página nem à quantidade diária de visitas. **Por outro lado, na sua página no Facebook são contabilizados mais de 286.500 seguidores**⁷.

A página oficial permite a interação em todas as áreas, oferecendo aos usuários inclusive a possibilidade de eles criarem os próprios tópicos de discussão nos espaços comunidade e grupos. Assim como em *Valientes*, são reservados espaços para os personagens e capítulos (dos quais principalmente se oferecem fotos), mas não são os de maior destaque. Essas notícias aparecem acompanhadas de um importante volume de informações de e sobre os atores. Isto é, a informação se dá e se disponibiliza em outros meios nos quais eles são mencionados ou participaram, assim como se destina um espaço muito importante às atividades da banda musical que os protagonistas integram. **Essa multiplicidade de materiais não ofusca os espaços de interação**, que ganham destaque já na página inicial com um quadro localizado na margem direita da tela, onde aparecem as intervenções dos visitantes cadastrados mais recentes e/ou usuários do Twitter. As notas em destaque no site apresentam tanto fotografias quanto vídeos. Todas as opções de navegação e os

6. <<http://www.casiangeles.com/2010/argentina/blog>>

7. No Facebook, além do site “oficial” oferecido pela página de *Casi Ángeles*, tem mais de 550 páginas dedicadas ao programa, sem contar os sites relacionados à banda musical dos protagonistas (*Teen Angels*).

espaços do site têm múltiplas entradas (as abas situadas na parte superior da página e/ou os destaques na página inicial).

No que se refere estritamente às áreas reservadas ao internauta, além das mencionadas de comunidade e grupos, uma destinada a usuários, em que podem ser encontrados aqueles que se cadastraram e as suas atualizações, aparece em destaque; a de TweetCam, que permite um contato, embora pautado, direto com os protagonistas.

3.3. Análise dos comentários: entre a avaliação e as lágrimas

Para a realização da análise dos comentários sobre as ficções selecionadas, foram usadas as datas das últimas transmissões das telenovelas estudadas. Trabalhou-se com os sites oficiais dos programas e a página oficial do Facebook de *Casi Ángeles*. Foram considerados os espaços relativos aos capítulos, que no caso de *Valientes* não permitem comentários mais do que uma vez por semana em média⁸, o que permite pensar que é um espaço destinado a uma interação de médio prazo, enquanto que em *Casi Ángeles* a multiplicação cotidiana de espaços de contato faz com que as postagens não estejam rigorosamente dirigidas e a temática seja ampla. Essa amplitude obedece também às notas e comentários feitos sobre as obras derivadas da novela: apresentações teatrais e recitais. O espaço destinado aos capítulos não

8. Para o trecho final da telenovela, as perguntas formuladas pelo site que encontramos eram associadas às ações determinantes do final da trama: no capítulo 202, a pergunta “Leo terá coragem de matar Laureano?” recebeu 21 comentários; no 205 “A verdade mais dolorosa para Alma” obteve 26 respostas; no 210 “Alma enfrentou o pai” contou com apenas 13; e, finalmente, a do capítulo 216, “O que achou de *Valientes*? Você gostou do final? Qual a cena que você mais gostou?”, obteve 29 comentários.

é necessariamente o mais visitado⁹, visto que é compartilhado com as interações do fórum. Entretanto, além dos comentários, os visitantes têm a opção de votar cada capítulo, e o número de votos é consideravelmente mais elevado que o de comentários¹⁰. Algo similar ocorre com as postagens publicadas no Facebook, que para o último capítulo atingiram o número de 276, e “879 pessoas curtiram isto”¹¹.

Os comentários deixados pelos usuários das diversas plataformas não são tão diferentes no que tange ao seu conteúdo. Em geral, as postagens não são cruzadas entre si: cada um dos internautas fala para a telenovela. Os tópicos predominantes em ambos casos estão associados aos agradecimentos e expressões de amor pelos personagens; e, sobretudo, uma certa saudade pelo fim. Em relação a esse assunto, nos comentários destinados a *Casi Ángeles* é habitual ler um fragmento de um tema musical utilizado pela telenovela nos seus primeiros anos, “*Que nos volvamos a ver*”:

A verdade é que estou muuuito triste que tenha acabado:(. Mas o único que posso falar é: OBRIGADO porque foram 4 anos aprendendo a viver através de uma história cheia de emoção e ensinamentos verdadeiros, mas sobretudo uma história cheia do significado do amor, o valor da amizade e a curtição.

9. Na página são informados 46 comentários para o capítulo final (cap. 113), de 29/11; 11 postagens para o 112, de 25/11; para o 111, veiculado em 24/11, apenas 2; para o 110, de 23/11, 10 intervenções; e para o 109, de 18/11, 4 comentários.

10. No rodapé de cada apresentação de fotos dos capítulos aparece o número de votos obtidos, que são: para o capítulo final, cap. 113, 1.115; para o 112, 410; para o 111, 207; para o 110, 223; e para o 109, 364 votos. Isso sinaliza claramente o crescente interesse de contato, embora não necessariamente seja assumida uma palavra pública.

11. <<http://www.facebook.com/casiangelesweb/posts/164618346907722>>

Embora tenha terminado é a lembrança mais bonita da minha adolescência. (rochy\2010 30/11/2010 no site de Casi Ángeles)

A verdade é que eu tenho muitas saudades da novela, alguma coisa me falta nesse horário, eu nunca tinha me enganchado com telenovelas mas esta eu adorei, foi ótima, começando pelo texto, o elenco, as atuações, etc. (Alejandra 3/3/2010 no site de Valientes).

Independentemente dessas similitudes, encontramos diferenças entre os comentários de ambos sites. No espaço de *Valientes* as postagens tendem a comportar maior extensão e juízo de valor do que nas páginas de *Casi Ángeles*, nas quais se encontram análises, tanto das histórias quanto dos seus modos de recepção:

Valientes foi uma excelente novela que nos fazia identificar com o povo de bairro e todos os conflitos vividos hoje em dia. Além disso foi um programa desses clássicos onde ficou um pouco de lado o modernismo o que nos fez lembrar velhos tempos da televisão.

Valientes foi excelente o ano todo mas o final decepcionou a maioria de nós já que foi um final previsível desde o primeiro capítulo. Eu como tantos outros esperávamos um final surpreendente, mesmo sendo bom porque foi um final feliz, não deixou de ser previsível.

Minha conclusão se baseia em que foi um programa muito intenso no tocante a capítulos durante a temporada inteira mas próximo do fim não tinha nada que nos surpreendesse de modo que essa pode ser uma justificativa.

Outra coisa foi que me deu a sensação de que foi aproveitado o sucesso que tinham e por isso esticaram tanto a programação e isso fez com que os espectadores perdessem um pouco o interesse mas obviamente não iriam deixar de assistir. Pessoalmente penso que foi deformada e talvez se tivesse acabado em dezembro tivesse

sidO PERFEITA.

Parabéns a toda a produção e especialmente aos atores que foram a combinação perfeita! Nunca na minha vida vi uma novela assim e não creio que veja de novo! (Antonela 2/3/2010)

E, especialmente, como no caso anterior, existe um grande número de comentários que manifestam descontentamento com o final, como por exemplo:

MUITA NOVELA PARA POUCO FINAL!!!!!!!!!!!!!! (LA SILVI 4/3/2010)

o final foi horrível!!! pouca gente gostou... ainda por cima botaram de casal principal a alma e o leo e segundo as pesquisas isa e second são os preferidos do povo...

eu acho que não estão muito aí para agradar o povo... mas lógico, sabiam que todo mundo ia assistir o final então falaram, bom já era... obrigado igual por nos entreterem durante o ano inteiro (Naty 1/3/2010)

Nos múltiplos espaços que *Casi Ángeles* prevê, as postagens têm um valor sentimental muito mais alto, muito pouco caráter crítico no que diz respeito à eventual decepção pelo final, sobre o qual se comenta que “FIN?” permite suspeitar uma quinta temporada. A maioria dos comentários exprime uma certa dor pelo fim de um percurso compartilhado num momento especialmente difícil como a adolescência, como vimos na postagem de rochy\2010. Outros exemplos:

Acabo de terminar *de assistir o último capítulo de casi ángeles, e mais uma vez como sempre hoje 29 de novembro de 2010 me fizeram emocionar e rir ao mesmo tempo, o final já chegou, o final de um programa que não teve, não tem e não vai ter outro igual. Esse programa me fez rir, chorar, me divertir, além de me ensinar*

muitas coisas, deixou em mim uma marca que nunca vai se apagar, começou quando tinha dez agora estou com quatorze e continuo assistindo, me divertindo com os capítulos e vendo uma e outra vez vídeos de vocês. Hoje sei e aprendi que temos que resistir no mundo, na vida, e não podemos mais ver vocês na TV ou no teatro, mas não importa daí vão estar em cada um desses vídeos que assisti uma e outra vez morrendo de rir, nesses capítulos que me tocaram. Hoje digo para vocês obrigada, por tudo, por me fazer rir, chorar, compartilhar, estar, e poder ser parte, daqui, do outro lado, parte de CASI ÁNGELES, OBRIGADA! (mariass, 30/11/2010) (destaque nosso)

me pareceu UM FINAL ESPETACULAR! além das viagens no tempo, a história nos deixa uma mensagem linda, creio que todos devemos lutar e resistir por um mundo melhor! 😊 (sofi anahi 1/12/2010)

Assim, no caso de *Casi Ángeles*, o programa, a atuação, a produção são valorizados tanto quanto uma experiência comum de quatro anos, um conjunto de ensinamentos, ou mais. No caso de *Valientes*, essa valorização, por outro lado, vem associada ao estilo da telenovela, focada de forma muito intensa na defesa de valores tradicionais e do valor de companhia que construiu a telenovela, como no caso do comentário da Antonela, acima, e de Lucia (3/3/2010), transcrito a seguir:

O final foi bom, não gostei da Juana terminar assim, me pareceu que era uma vítima tanto do pai e da madrasta quanto do Leo, era a mais fraca, a mais vulnerável e quem estava mais só.

Isto é, aqueles que gostaram e aqueles que não gostaram do final de *Valientes* dão a mesma razão, de gênero, longe das novidades que tenha apresentado o título ao longo do ano, encerrando o

seu ciclo numa negociação a favor da tradição: os bons ganham, os maus têm o seu castigo.

4. O mais destacado do ano

Durante 2010 as diversas emissoras e produtoras buscam situar e manter os seus programas num espaço que se reduz dentro de um meio cada vez mais dedicado à área da entretenção. Dentro do *prime time* devem concorrer, nem sempre com sucesso, com os “tanques” do entretenimento (*Showmatch*, *Justo a tiempo*) em torno dos quais é organizada a grade de programação. Ao mesmo tempo, no seio do espaço ficcional a produção ibero-americana perde terreno para filmes e séries de origem majoritariamente hollywoodiana.

Como forma de cobrir tempo de programação e garantir um nível de audiência esses produtos são menos conflituos que os programas ibero-americanos, mais difíceis de interromper devido ao tipo de serialidade que adotam. Mais problemáticas ainda são as ficções locais, que ainda devem assumir os riscos e os custos da produção.

Esta situação implica a necessidade de gerar projetos para garantir um lugar na tela. Assim, é valorizado o trabalho com os gêneros conhecidos que permitem uma conexão efetiva com a audiência. Ao mesmo tempo resulta necessário estabelecer inovações evidentes num contexto de propostas bem conhecidas. Uma vez encerrada a temporada de sucesso de *Valientes* foi necessário planejar novas estratégias. A mais bem-sucedida foi a que lança mão de brincar com as convenções do gênero, introduzindo transformações. Inclui: *Malparida*, *Para vestir santos*, *Botineras*, *Todos contra Juan 2*. Uma tendência persistente ao longo dos anos é a de incluir diversas variações das novelas infantojuvenis: *Casi Ángeles*, *Niní*, *Consentidos*, *Sueña conmigo*. **Outros projetos têm maiores dificuldades para ganhar o público.** São aqueles que tentam introduzir novidades tratando de problemas sociais com um olhar mais rea-

lista: *Caín & Abel*, *Secretos de amor*, *Contra las cuerdas*. **Finalmente**, aqueles que sustentam as versões mais tradicionais dos gêneros narrativos televisivos, como *Alguien que me quiera* (comédia) ou *Herencia de amor* (melodrama sentimental) devem ser reposicionados para encontrarem o seu público.

Os primeiros meses da programação foram dominados pelo final de *Valientes*, que sustenta o seu sucesso extraordinário trabalhando até o desespero todas as convenções do melodrama costumbrista. Após o seu fim, os seus produtores apostaram em continuar o trabalho com os gêneros clássicos, mas invertendo o sentido da “pureza” de *Valientes*. O programa que se seguiu foi *Malparida*. Tudo que surge como representação de um mundo de valores transparentes desaparece. A protagonista desse melodrama veiculado em horário central é uma assassina que se envolve num enredo de vinganças e ambição. **As lutas de poder deflagradas produzem 30 mortes ao longo** do programa, incluindo o suicídio final da protagonista. Renata, a protagonista de *Malparida*, encarna ao mesmo tempo a heroína e a vilã da história. Mais precisamente, é uma dentre os maus que circulam num universo no qual não parecem existir limites claros entre a maldade e a bondade. Nesse caso, se desenvolve um jogo com algumas das convenções do melodrama. **A maldade é exagerada** (a tradicional hipérbole melodramática) e é deslocada entre os personagens, mas falta a oposição com a bondade infinita das heroínas clássicas. A Pol-ka, a mesma produtora do maior sucesso na ficção de 2010, desenvolve uma estratégia similar nos seus outros programas. Em *Para vestir santos*, é narrada a vida sentimental de quatro irmãs. **O foco da narrativa passa pelas relações familiares** e os problemas que as protagonistas têm para constituir casais estáveis. Nesse contexto, são abordados problemas sociais como a maternidade sem parceiro, o lesbianismo e diversas dependências. Mas, ao mesmo tempo, nesse clima de comédia dramática com ambições realistas irrompem cenas de comédia musical atuadas, cantadas e dançadas pelos protagonistas. Nesse aspecto se produz

um jogo com as convenções do gênero, focando a sua artificialidade e rompendo com o dramatismo tradicional dos unitários (programas semanais) veiculados por *El Trece*.

Numa luta por conquistar e manter um público fugidio, é gerado outro tipo de recursos. Com *Botineras* a estratégia consiste em intensificar a mistura de gêneros (policial, história romântica, comédia em torno do esporte) e incluir questões relacionadas à atualidade midiática: **o relacionamento homossexual entre dois jogadores de futebol** – desse modo são incluídas cenas de sexo entre esses dois personagens como culminação de uma série de prévias cenas eróticas heterossexuais –; comentários sobre a Copa; participação de personalidades do mundo do esporte e do espetáculo. Embora com menor sucesso que na sua primeira parte, *Todos contra Juan 2* promove um jogo paródico em torno de uma ex-estrela adolescente que tenta se inserir novamente no mundo da televisão e triunfar como adulto em Hollywood. Numa história de perdedores e atores fracassados aparecem figuras reconhecidas do ambiente televisivo zombando de si mesmos.

A presença de programas infantojuvenis ficou estabelecida como uma tendência inescapável da programação televisiva argentina. Existe há anos um alto grau de especialização nesse tipo de programas, tanto por parte dos produtores quanto do público. Por isso pode ser desenvolvida uma saga como *Casi Ángeles*, que é encerrada após quatro anos narrando uma história altamente complexa envolvendo saltos no tempo e a existência de um futuro em que os mesmos personagens do presente combatem para conseguir um mundo mais justo. **Às complexidades do enredo é preciso acrescentar** os clássicos aspectos de uma comédia juvenil e a presença de um grupo musical, os *Teen Angels*, que consegue uma vida que excede a sua presença na telenovela. Ao mesmo tempo em que *Casi Ángeles* encerra um ciclo de sucesso, multiplicam-se as opções para o seu tipo de público, embora sem o potencial da série produzida por Cris Morena. Uma delas se sustenta sobre uma estrela do gênero

(Florência Bertotti de Niní). Outras (*Consentidos*, *Sueña conmigo*) apelam para a fórmula mais clássica de acompanhar as peripécias de um grupo formado em torno de uma instituição de ensino.

Por seu lado, a nova produtora ONTV sustenta e aprofunda a política implementada pelos seus criadores, Bernarda Llorente e Sergio Villaruel, quando eram diretores de programação da Telefé. Nos seus três programas de 2010 propõem histórias, dentro de gêneros clássicos da televisão, que de algum modo trazem questões polêmicas da vida social. Em *Caín & Abel* são narrados um confronto entre irmãos e a busca de uma vingança no seio de uma família dividida pelas ambições. Mas também se fala do enriquecimento do grupo econômico a partir da sua vinculação com a última ditadura militar e é contado com muita precisão um caso de violência de gênero sobre um dos personagens femininos. O Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo declara o programa como de interesse público pelo tratamento do caso de violência de gênero. Apesar desses reconhecimentos, o programa é interrompido por não satisfazer as expectativas prévias. Esse fim abrupto permite um final coerente com a narrativa, mas que se afasta das normas clássicas da telenovela. *Secretos de amor*, uma telenovela romântica da mesma produtora, começa com a história de uma mulher madura que na busca da sua realização pessoal conhece um homem mais jovem do que ela e se apaixona. As vicissitudes da baixa audiência geram uma mudança substancial na narrativa e a protagonista original cede o lugar a uma mais jovem, mas o público continua sendo acanhado e a novela é retirada do ar. Por último, a ONTV exhibe pela Televisión Pública *Contra las cuerdas*, uma narrativa sobre os problemas de um grupo de pessoas que vive na Grande Buenos Aires. Com essa história se busca resgatar as pessoas humildes que em outro tipo de programas (noticiários, *reality shows*) são apresentadas como delinquentes. No canal oficial os projetos não ficam presos à lógica dos níveis de audiência e o programa continua em 2011. A ideia de relacionar as ficções televisivas com um olhar de tipo mais naturalis-

ta sobre certos problemas sociais ainda não parece ter encontrado o momento ou o modo de ter acesso a audiências majoritárias.

Em termos gerais, se pode considerar que, diante de uma situação vivida como crítica, canais e produtores tentam trazer novidades (na narrativa ou temáticas) que lhes permitam diferenciar-se e despertar o interesse de audiências massivas. Dentro desse contexto são quebradas algumas das convenções clássicas, como a de um final feliz e edificante, ou são introduzidas questões polêmicas (homossexualidade, violência de gênero) de uma forma muito mais direta do que em outros anos. Dessas variantes, a que resultou amplamente bem-sucedida é a que produz uma atualização dos modelos genéricos clássicos¹² narrados através de um estilo costumbrista e afastando-se da inclusão de temas sociais sob uma ótica realista. Assim, é desenvolvida uma variante que se aproxima mais da lógica da área do entretenimento, com personagens arquetípicos tendentes à exageração de traços e sem pretensões realistas no seu perfil psicológico¹³. As propostas que usam as formas mais conhecidas dos gêneros perdem espaço no gosto do público. Ao mesmo tempo, os projetos que conseguem uma abertura para novas variantes temáticas e sustentam uma narrativa de natureza mais realista ainda não parecem ter a repercussão esperada. No entanto, as mudanças produzidas, mesmo que nem sempre consigam atrair a audiência desejada, fixam inovações importantes dentro da narrativa televisiva.

12. O jogo de renovação funciona unicamente no contexto da produção local. **Programas** como a série espanhola *Los hombres de Paco*, embora tenham uma boa acolhida por parte da crítica, conseguem pouca repercussão mesmo dentro dos baixos níveis de audiência da Televisión Pública. A forma de lidar com o componente costumbrista argentino parece ser um dos elementos determinantes do sucesso dos projetos da Pol-ka.

13. O título que lidera amplamente as audiências na Argentina, *Showmatch*, lança na tela uma série de personagens estapafúrdios que ganham vida fora do programa que os originou e são conhecidos como “os midiáticos”.

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva

O debate sobre a qualidade televisiva no geral, e, no particular, no espaço da ficção, é uma questão em torno da qual acontecem múltiplas e permanentes disputas, o que torna difícil para todos os interessados no assunto chegar a conclusões comuns. De um ponto de vista teórico aderimos aos posicionamentos que definem a qualidade como o produto da relação entre uma característica e um conjunto de valores¹⁴. Como consequência, o conceito pode ser abordado a partir de diversos pontos de vista. Graças a essa qualidade abre-se um amplo espaço para os debates em torno do que seja a qualidade na televisão, como ela é conquistada e quem tem acesso a ela.

A Argentina não é a exceção dentro dessa prática polêmica e não são poucas as tentativas de definir a autêntica qualidade na televisão e identificá-la em algum dos produtos existentes ou futuros. Um dos espaços em que a controvérsia aparece repetidamente é a ficção televisiva, à frente de outras áreas, como a entretenção e a informação, com a vantagem de ter uma tradição sobre a qual assentar os requerimentos de qualidade. No entanto, esse diferencial também se transforma num inconveniente, pois em muitos casos, para avaliar a qualidade da ficção televisiva, foram transcritos (e ainda são) critérios próprios de outros meios, como o cinema ou o teatro. A discussão em torno da qualidade da informação parece ficar dentro do âmbito exclusivo da política, e a crítica é realizada face aos critérios de verdade ou falsidade, seriedade ou sensacionalismo. Por seu lado, a entretenção, como parte fundamental do tempo livre, ou não é valorizada, ou então é considerada em função dos critérios do bom ou mau gosto.

Para orientar uma descrição do modo em que vem sendo desenvolvido o debate acerca da qualidade da ficção televisiva, é útil

14. Segundo propõem Gabriela Borges e Nando Pagnoncelli, que trabalham apoiados nos conceitos de Rosergren, Carlson e Tageraud.

organizá-la definindo primeiro os grandes eixos ao redor dos quais é articulada e identificando a seguir algum dos espaços em que é desenvolvida. Sintetizando e simplificando um pouco é possível afirmar que existem três grandes linhas a partir das quais é avaliada a qualidade dos programas de televisão. A primeira delas tem a ver com os valores educativos que caracterizam um tipo específico de programação. A segunda se refere à qualidade técnica dos produtos televisivos. Por fim, a terceira se preocupa pelo interesse social da temática veiculada pela televisão.

A valorização dos programas a partir das suas potencialidades educativas tem duas variações. Uma, tradicional, se preocupa com os valores, em geral negativos, que a programação televisiva transmite à infância e à adolescência. Dentro desse contexto é enfatizada a capacidade de persuasão e o tipo de uso da língua falada na ficção. Como exemplo dessa postura pode ser citada uma declaração divulgada pela Academia Nacional de Educación com o respaldo de mais de 50 entidades ligadas às artes e à pedagogia¹⁵. A outra tem a ver com as propostas de educação nos meios que partem da ideia de que a relação entre a escola e os meios está baseada em preconceitos e mal-entendidos que elas se propõem a diminuir. Ela resgata o valor da televisão na socialização, por um lado, e como fonte de conhecimento para as novas gerações, pelo outro. **O interesse na ficção passa, então, pela capacidade que ela tem de criar representações sociais profundamente enraizadas e de possibilitar a interpretação de formas narrativas complexas. Nesse sentido, a escala de valores é desenvolvida em função do tipo de representações construídas e a capacidade de propor estruturas narrativas inovadoras e compreensíveis**¹⁶.

A qualidade técnica é avaliada considerando parâmetros relacionados com o feitio dos programas. Implica, de modo geral, uma

15. Foi publicada, entre outros meios, no *Boletín de la Academia Nacional de Educación* n° 63, de outubro de 2005.

16. Um exemplo deste tipo de trabalho são os livros de Roxana Morduchovicz.

distinção entre os diversos fatores que constituem um programa, desde os que envolvem o uso da tecnologia audiovisual (iluminação, som, edição etc.) até aqueles relacionados à narrativa dramática (roteiro, atuação, encenação). **Nos habituais comentários jornalísticos** sobre os programas de ficção as referências predominantes são as segundas. O uso dos elementos próprios da produção televisiva é considerado um padrão já definido que deve ser frisado apenas nos casos em que falhar. O exemplo mais evidente que permite uma série comparativa para compreender a transformação da avaliação dos valores técnicos são os prêmios Martín Fierro, concedidos pela Asociación de Periodistas de Radio y Televisión desde 1959. Os critérios de avaliação dos quesitos técnicos ou artísticos mantêm um compromisso entre a eficácia perante o público e o nível de inovação. **Além disso é evidente que boa parte dos parâmetros utilizados** são transportes daqueles que são habituais para outro tipo de obras de ficção (cinema e teatro) e em muitos casos incorporam questões ligadas a um dever de ser estético e político que excede o especificamente televisivo.

Por último, a valorização da qualidade atrelada ao interesse social dos programas é construída a partir de parâmetros mais claramente políticos. Aqueles temas que valem a pena destacar ou apoiar e o modo como devem ser abordados definem a validade de um programa perante o outro. Nos sinais de interesse público, eles são estabelecidos através de um acordo entre as propostas das emissoras e a disposição do público, mas nos de serviço público deveriam ser produto de um debate social. **De modo geral, na Argentina** as discussões em torno da qualidade no tocante aos valores sociais não costumam ter uma influência efetiva.¹⁷ Por essa razão, situações nas quais a televisão aborda de forma esporádica e inor-

17. Um exemplo destas iniciativas foi a impulsionada durante 2006 pelo Fondo Nacional de las Artes, conhecida como “Compromiso frente a la ciudadanía”, na qual intelectuais e produtores exigiram uma melhor televisão.

gânica temas coincidentes com aqueles considerados socialmente valiosos na agenda midiática ganham destaque imediato¹⁸. Independentemente dessas experiências frustrantes, durante o debate gerado pela nova Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, foi considerada de interesse primordial a multiplicidade de perspectivas ser um objetivo central da legislação.

Um projeto pretende sistematizar a avaliação da qualidade articulando diversas perspectivas. Desde 2006 a Universidad Austral realiza medições bimestrais que avaliam as emissoras, incluindo alguns dos seus programas de ficção, segundo a variedade oferecida, os níveis técnicos alcançados e aquilo que chamam de sua adequação à realidade, na qual consideram o seu grau de verossimilhança, o uso da língua e os valores positivos ou negativos utilizados. O observatório da qualidade da televisão procura promover um debate a partir dos resultados das medições que faz e divulga sistematicamente. Desse modo articula pelo menos duas séries de critérios: um deles interno, próprio dos textos, e o outro relacionado com a sua repercussão na sociedade. Talvez uma das causas da limitada atenção recebida por esta proposta se deva à dificuldade imposta pela compreensão dos indicadores que utiliza.

Apesar da variedade de pontos de vista produzidos, algumas coincidências no conjunto se mostram interessantes. O problema da qualidade é visto antes como algo que envolve o total da programação do que como algo pertinente à abordagem de programas específicos. Os critérios de avaliação tendem a considerar fatores isolados que vão desde os quesitos técnicos até a inclusão de temáticas pertinentes ou o uso da língua. O uso da linguagem televisiva tende a ser visto como uma instância transparente que serve de veículo a conteúdos de interesse ou questões formais.

18. Um exemplo claro é a valorização de *Caín & Abel* devido ao tratamento dado à violência de gênero.

Existem elementos que na Argentina não costumam ser considerados na análise da qualidade da ficção televisiva, como aqueles relacionados com uma certa especificidade da narrativa seriada. Nesta altura do desenvolvimento, deixar de considerar as contribuições e as variantes do trabalho ao lidar com gêneros como a telenovela ou a *sitcom* é algo que faz perder um fator muito importante no processo de avaliação.

Independentemente dessas discussões, na realidade dos fatos o debate sobre a qualidade costuma ficar paralisado numa oposição entre o que aparece como a preferência do público – posição defendida pela produção – e aquilo que responde a valores educativos, técnicos ou de interesse social. Revisando o acontecido em torno da produção de 2010, vale a pena lembrar o que foi visto na análise da recepção transmidiática. Os telespectadores de *Casi Ángeles* terminam resgatando questões que podem coincidir com as consideradas por aqueles que se preocupam com a qualidade educativa da televisão, embora não lhes deem o mesmo valor. Se forem considerados os trabalhos que tentam dar maiores contribuições técnicas (roteiro, encenação e edição) é necessário focar a atenção nas produtoras independentes como a Rosstoc ou a ONTV. Por fim, entende-se que o espaço onde os temas de interesse social encontram uma maior continuidade é o da Televisión Pública.

Referências bibliográficas

- ACADEMIA NACIONAL DE EDUCACIÓN (2005). “Compromiso con la ciudadanía frente al lenguaje en los medios audiovisuales”. In: *Boletín de la Academia Nacional de Educación*, n. 63. Buenos Aires: outubro de 2005.
- APREA, G.; KIRCHHEIMER M. (2010). “Argentina. El temor a la crisis y la retracción a lo seguro”. In: OROZCO GÓMEZ, G.; VASSALLO DE LOPES, M. I. (Coords.). *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva / Obitel 2010*. Rio de Janeiro: Globo Comunicação.

- BORGES, G. (2008). “Parámetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: una proposta teórico-metodológica”. In: *Revista Nau*, v.1, n.1. São Paulo: janeiro-junho de 2008.
- FONDO DE PUBLICACIONES IEC-SNMP (2008). *Primer encuentro de la televisión pública argentina. Comunicación para la integración social y cultural*. Buenos Aires: Fondo de Publicaciones IEC – SNMP.
- JENKIS, J. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia*. Buenos Aires: Paidós [2006].
- JENKIS, J. (2009). *Fans, bloggers y videojuego. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós. [2006].
- MORDUCHOWICZ, R. (2010). *La TV que queremos. Una televisión de calidad para chicos y adolescentes*. Buenos Aires: Paidós.
- PÁGINA/12 (2006). “Compromiso ante la ciudadanía”. Buenos Aires, 16 de outubro de 2006.
- PAGNONCELLI, N.(2010). “¿Se puede medir la calidad de la televisión?”. In: *Esigere (e valutare) una TV di qualità. Vita e Pensiero*, n. 2, Milano: Università Cattolica del Sacro Cuore.
- OBSERVATORIO DE LA TELEVISIÓN. (2006). *Presentación del Observatorio de la TV e índice de calidad televisiva*. Buenos Aires: Universidad Austral.

BRASIL: CAMINHOS DA FICÇÃO ENTRE VELHOS E NOVOS MEIOS

*Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Maria Cristina Palma Mungioli,
Clarice Greco Alves e Ligia Maria Prezia Lemos*

1. O contexto audiovisual do país

O BRASIL VIVEU EM 2010 três fatos que, cada um à sua maneira, geraram grande repercussão no ambiente comunicacional do país. Foram eles: a eleição de Dilma Rousseff à Presidência da República, sucedendo a Luiz Inácio Lula da Silva e tornando-se a primeira mulher a ocupar esse cargo; a estabilidade econômica interna diante da ainda presente crise internacional; e a entrada de 30 milhões de brasileiros no mercado de trabalho e de consumo, aos quais se convencionou chamar “nova classe C”. A importância desses fatos será notada ao longo da análise que se segue.

1.1. Panorama da televisão aberta no país

O Brasil possui seis redes nacionais de televisão aberta, sendo cinco privadas: Globo, SBT, Record, Band e Rede TV! e uma pública, a TV Brasil. Em 2010, todas as televisões tanto as privadas como a pública produziram e emitiram ficção televisiva, à exceção da Rede TV!

Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Brasil

Emissoras privadas (5)	Emissoras públicas (1)
Globo	tv Brasil
Record	
SBT	
Band	
Rede tv!	
Total de emissoras = 6	

Fonte: Obitel Brasil

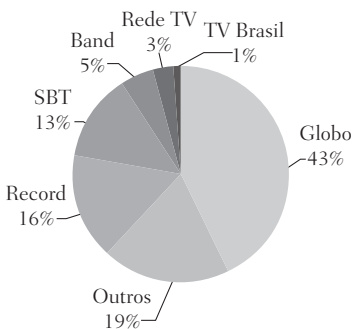
A audiência da televisão aberta em 2010

Em 2010, a Globo manteve a liderança da audiência de tv aberta com média nacional de 47% de *share*, mesmo com uma queda de 2% em relação ao ano anterior. Em segundo lugar aparece a Record, com 18% e crescimento de 0,4% comparado a 2009; seguiu-se em terceiro o SBT com 14%, enquanto Band e Rede tv! tiveram praticamente as mesmas médias do ano anterior, 6% e 3%; e a tv Brasil apresentou um *share* de quase 2%. Em termos percentuais entre as tvs abertas, a Globo obteve mais que a soma de todas as demais emissoras, 47% contra 41%.

Gráfico 2. Audiência individual de tv por emissora em 2010

Emissora	%
Globo	42,4
Record	16,0
SBT	13,3
Band	5,2
Rede tv!	2,6
tv Brasil	1,3
Outros ¹	19,2
Total	100

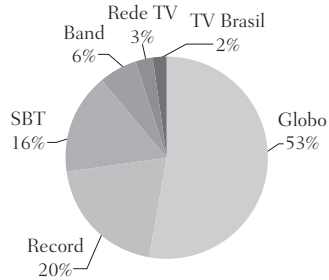
Fonte: Ibope/Obitel Brasil



1. O item *Outros* inclui dados referentes a MTV, Record News, outros canais, outros aparelhos, sintonias não identificadas e sintonias não cadastradas.

Gráfico 3. *Share* por emissora em 2010

Total ligados especial (TLE)*	<i>Share</i> individual	%
Globo	46,64	53
Record	17,79	20
SBT	13,67	16
Band	5,52	6
Rede tv!	2,57	3
TV Brasil	1,68	2



Fonte: Ibope/Obitel Brasil

*Total ligados especial (TLE): totaliza a audiência de todas as emissoras de tv e exclui os índices coletados para VCR (videocassete), *pay-per-view*, videogame, DVD, internet, circuito interno, canais de áudio (transmitem programação de rádios AM e FM) e como monitor de computador. Com o TLE é possível calcular o *share* das emissoras com base na audiência “pura” de televisão.

A análise de audiência como de *share* demonstra que a Globo permanece hegemônica, muito à frente da segunda colocada. Ainda assim, o quadro da audiência em 2010 ensejou muitos debates na mídia que tentaram seguir a rapidez e a extrema mutabilidade das decisões destinadas a manter ou conquistar o público telespectador.

Houve mudança de hábitos e usos da televisão, a audiência se pulverizou por outros canais, outros horários. Nos anos 90, a audiência começava a subir às 17h30. Hoje, sobe às 19h e pode atingir seu pico depois das 22h, faixa que, anos atrás, marcava a queda do número de tvs ligadas. Segundo o Ibope, a tendência no futuro será a medição da audiência móvel, cujo alvo será o conteúdo, independentemente da plataforma de veiculação. Isso se dará, principalmente, porque cada vez mais haverá inúmeras telas à disposição do espectador (tv, tablets, celulares, PC) e a tv da sala não será mais o centro da captação da audiência².

2. Cf. matéria “Ibope mostra que volume de espectadores da tv aberta não encolheu” no jornal *Folha de S. Paulo*, 26/12/2010.

As discussões sobre a audiência da televisão foram balizadas em 2010 pelo fenômeno da “nova classe C”³. No mercado das tecnologias de comunicação observou-se crescimento muito significativo da compra de eletroeletrônicos⁴. Esses dados tiveram consequências importantes tanto para a formatação da grade de programação quanto para os conteúdos em tvs abertas e por assinatura, principalmente porque a classe C dedica mais tempo à tv que as classes AB e prefere telenovelas, programas humorísticos e de auditório⁵. A entrada desses novos consumidores provocou mudanças visíveis na programação, que se traduziram em estratégias para a sua fidelização, como, por exemplo, canais que passaram a exibir programas e filmes dublados e a inclusão de conteúdo nacional em canais internacionais⁶.

3. De 2003 a 2009, 29 milhões de brasileiros das classes D e E ingressaram na classe C, fazendo com que esta correspondesse a 50,5% da população e concentrasse 46,24% do poder de compra, superando os 44,2% das classes AB. A ascensão dessa grande parcela da população foi acompanhada por um aumento de sua renda per capita evidenciando diminuição dos índices de desigualdade social. Cf. relatório “A nova classe média: o lado brilhante dos pobres”, coordenado pelo prof. Marcelo Cortes Neri, da Fundação Getulio Vargas. Disponível em <http://www.fgv.br/cps/ncm/>

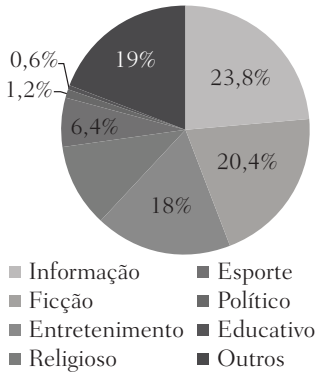
4. Cf. estudo do Instituto Data Popular com base em dados do IBGE publicado no jornal *Folha de S. Paulo*, 15/12/2010, a classe C é responsável pela compra de 45% dos eletrodomésticos no país, contra os 27% registrados em 2002. São computadores, televisores e aparelhos de DVD, pacotes de serviços de tv por assinatura, celulares (na maioria, pré-pagos) e acesso por banda larga à internet.

5. Dados referentes à pesquisa do Ibope disponíveis em: http://www.ibope.com.br/maximidia2010/download/Classe_C.pdf

6. Cf. matéria “tv para todos” no jornal *O Estado de S. Paulo*, 13/2/2011. Recentemente a Fox Brasil anunciou a criação do canal BemSimples, que deverá contar com 60% de produção nacional (produzida na Argentina) e que terá como principal foco a classe C. Cf. matéria “Fox cria canal para classe C”, publicada pelo informativo *m&m online*, de 23/2/2011, disponível em: http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Fox_cria_canal_para_classe_C&id_noticia=148470.

Gêneros de programas transmitidos pela TV em 2010

Gráfico 4. Gêneros e horas transmitidos pela TV



Gêneros transmitidos	Horas de exibição	%
Informação	12528:44	23,8
Ficção	10545:55	20,4
Entretenimento	9467:49	18,0
Religioso	5575:00	10,6
Esporte	3352:39	6,4
Político	617:05	1,2
Educativo	324:00	0,6
Outros	10087:11	19,0
Total	52498:23	100

Informação: documentário, entrevista, jornalismo, reportagem

Ficção: telenovela, série, minissérie, filme, desenho adulto, infantil

Entretenimento: auditório, *game show*, humorístico, musical, *reality show*, show, premiação, feminino

Esporte: esporte e futebol

Outros: televidas, rural, turismo, saúde, sorteio, espaço empresarial

Informação e ficção dividiram a liderança nas horas de exibição, com 23,8% e 20,4% respectivamente, demonstrando o lugar privilegiado ocupado pelos produtos ficcionais. Seguiram-se entretenimento e programas religiosos, estes últimos incluídos entre os cinco gêneros mais exibidos, muito à frente dos programas esportivos, mesmo em ano de Copa do Mundo e no chamado “país do futebol”. Observa-se ainda que o gênero político, em ano eleitoral, sobrepujou os programas educativos.

Reunindo o conjunto das horas exibidas pela televisão em 2010, 20% da programação é ocupada por ficção e 80% por outros gêneros.

Gênero	Horas exibidas	%
Ficção	10525:55	20
Não ficção	41952:28	80
Total	52498:23	100

Televisão pública

A tv Brasil é a única rede nacional de televisão pública que funciona por canal aberto. Implantada em dezembro de 2007, continua a enfrentar dificuldades quanto à sintonização⁷. A WEBTV, no site da emissora, disponibiliza programas jornalísticos, culturais, infantis e documentários exibidos 24 horas. Está presente nas redes sociais do Twitter e Facebook. Um marco em 2010 foi o lançamento do canal internacional transmitido para América Latina, Estados Unidos, Portugal e África. Como canal público, realiza produção de conteúdos através da abertura de editais públicos, tendo produzido pela primeira vez programas de ficção selecionados por meio do edital FICTV/Mais Cultura. Foram oito pilotos exibidos⁸ dos quais três devem resultar em minisséries no ano de 2011.

Televisão regional

A Rede Brasil-Sul, com a RBS tv de Porto Alegre, afiliada da Globo, aumentou a oferta de produção de séries de ficção: *Histórias curtas*, *Contos de Natal* e *Histórias extraordinárias*. O site da emissora disponibiliza as produções e atualiza o *Curtas gaúchos*⁹ pelo Twitter, Facebook e pelo blog *Bastidores da tv*. A RPC tv Paranaense, afiliada da Globo, segue exibindo, aos domingos, a *Revista RPC* com três séries de ficção: *Casos e causos*, *Coisas de casal* e *Três feras e uma bela*. As produções estão disponíveis no site da emissora que possui núcleo de dramaturgia desde

7. Está acessível via parabólicas, parabólicas digitais, tvs por assinatura de todo o Brasil e canais abertos em alguns estados. Disponível em: <<http://tvbrasil.org.br>> Acesso em jan/2011.

8. Títulos dos pilotos: *Brilhante FC*, *Natália*, *Vida de estagiário*, *Elvis e o cometa*, *Última saída - A passagem*, *Alfavela*, *Pulo do gato e 3%*, cada um com duração de 26 minutos.

9. Disponível em: <<http://www.rbstv.com.br/curtasgauchos>> Acesso em jan/2011.

2007¹⁰. A TV Cultura de São Paulo apresentou *Autor por autor*, coprodução com a SESC TV. Única emissora regional aberta com multiprogramação, disponibiliza a produção *Teleteatro* em seu canal digital 2.2, o Univesp TV¹¹, com obras consagradas do teatro brasileiro e internacional especialmente adaptadas para a televisão.

1.2. Panorama da televisão por assinatura no país

Crescimento da TV paga

Nos últimos quatro anos, a TV paga mais que dobrou sua penetração no país, fato esse atribuído principalmente ao contínuo crescimento da classe C e à Copa do Mundo de 2010. As regiões Norte e Nordeste foram as que apresentaram maior crescimento percentual, apesar de o número absoluto de aquisições ter sido maior no Sudeste¹². Os quase 10 milhões de assinaturas, segundo dados da Anatel, representam mais de 32 milhões de brasileiros que consomem TV paga¹³.

10. Disponíveis em: < <http://www.rpctv.com.br/revista-rpc-tv/casos-e-causos/> >; <<http://www.rpctv.com.br/revista-rpc-tv/arquivo/rede/x/x/x/154/>> e < <http://www.rpctv.com.br/revista-rpc-tv/coisas-de-casal/>> Acesso em dez/2010.

11. Disponível em: <<http://www.univesp.tv.br/sobre-a-univesp-tv>> Acesso em jan/2011.

12. Fonte: *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/866358-tv-paga-cresce-30-e-soma-98-milhoes-de-assinantes-em-2010.shtml>> Acesso em 27/1/2010.

13. Considerando o número médio de pessoas por domicílio, segundo o IBGE de 3,3 pessoas. Com isso, o Brasil passa a liderar o setor de TV paga na América Latina, com 9,9 milhões de assinantes, seguido por México (9,2 milhões), Argentina (6,7 milhões), Colômbia (3,5 milhões), Chile (1,7 milhão) e Peru (1 milhão). Fonte: Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) com Instituto SNL/Kagan em: *Folha de S. Paulo*, 26/1/2011 Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1003201103.htm>. Acesso em 1/3/2011.

Em 2010 a **ficção brasileira na tv paga** apresentou crescimento significativo nos títulos inéditos de séries, com 15 títulos representando aumento de 180% em relação aos cinco de 2009. O canal Multishow, principal responsável pelo aumento, exibiu dez títulos: *Quase anônimos*, *Open bar*, *Morando sozinho*, *Na fama e na lama*, *Adorável psicose*, *Os gozadores*, *Amoral da história*, *Bicicleta e melancia*, *Vendemos cadeiras* e *Desprogramado*. A MTV exibiu a série *Tô frito*, e o Canal Brasil, três séries de produção própria, *Elvirão ou como vovó já dizia*, *Bipolar* e *Quando a noite cai*. A HBO Latin America transmitiu a segunda temporada da série *Alice*. Já a **ficção latino-americana** teve cinco títulos: a segunda temporada da série mexicana *Capadócia* (HBO Latin America); as séries colombianas *Los caballeros las prefieren brutas* (Sony) e *Kdabra* (Fox Telecolombia); a argentina *Impostores* (Fox) e o docudrama *Instinto assassino* (Discovery Channel Latin America)¹⁴. Houve também a produção musical chilena *Karkú*, dirigida ao público jovem e exibida pelo Nickelodeon e tv Brasil.

1.3. Novas tecnologias: internet, redes sociais, tv digital

Em 2010, o Brasil ultrapassou os 67 milhões de usuários de **internet**¹⁵ (35% da população), conectados duas horas a mais que a média mundial¹⁶. A maioria se habituou a consumir tv, rádio ou

14. Tanto as ficções latino-americanas quanto as brasileiras com as redes HBO e Fox fazem parte de uma crescente política de coprodução e de distribuição de séries por essas emissoras norte-americanas para o mercado latino. Para isso, são utilizadas infraestrutura operacional e tradição dramatúrgica locais para criar histórias predominantemente de gêneros de ação, policial, realismo fantástico, gangster e ainda drama realista (da brasileira *Alice*).

15. Segundo dados do Ibope em FNDC, 13/9/2010.

16. F/Nazca. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/Internet/110788.html>> Acesso em 3/12/2011.

cinema pela web¹⁷. Esses dados também parecem confirmar uma tendência já por nós apontada: não se vê menos TV, os conteúdos televisivos é que se expandem por múltiplas plataformas¹⁸. As **redes sociais** são acessadas por 25 milhões de brasileiros¹⁹, o que nos torna as pessoas que mais as utilizam no mundo²⁰. A rede Orkut continuou a liderar, apesar do Facebook multiplicar cinco vezes sua audiência no ano. O Twitter e o consumo de vídeo on-line também estão acima da média, e o Brasil é o quinto país em acessos ao YouTube²¹.

Em fins de 2010, a **TV digital** atingiu a cobertura de 425 municípios (90 milhões de pessoas) em todos os estados do país, um crescimento de 15% em relação a 2009. Ainda com relação à TV digital, a Globo lançou, durante a Copa do Mundo, a interatividade digital disponível somente em aparelhos de televisão em alta definição e também utilizada nas telenovelas *Passione* e *Ti-ti-ti*.

1.4. Panorama das políticas de comunicação

Em 2010, as políticas de radiodifusão e de telecomunicações no Brasil foram marcadas por debates em torno da regulação do setor. Parte dessa discussão teve início com a 1ª Conferência Nacional de Comunicação, realizada em dezembro de 2009. Dentro desse quadro, alguns temas balizaram os debates. A proposta de

17. Notícia sobre F/Radar (estudo da F/Nazca) no jornal *O Estado de S. Paulo*, 3/12/2010.

18. *Anuário Obitel 2010*, p.131.

19. Cf. dados do Ibope Mídia em *Tela Viva News* de 9/11/2010. Acesso em 20/1/2011.

20. Segundo estudo *Consumerização de TI*, Unisys/ IDC. Fonte: *Tela Viva News*, 15/10/2010.

21. Cf. matéria “Número de internautas brasileiro cresce 20% em 2010”. Fonte: *Tela Viva News*, 2/2/2011.

um **novo marco regulatório das comunicações** ocorre devido à necessidade de revisão do Código Brasileiro de Telecomunicações, datado de 1962, e com o objetivo de incluir legislação sobre as novas mídias e a TV digital, incentivos à produção independente, normatização da entrada de capital estrangeiro e do sistema de concessões da radiodifusão.

A fim de redefinir normas e critérios vigentes, o Ministério da Justiça abriu, via internet, consulta pública sobre o sistema de **classificação indicativa** sobre conteúdos de TV, cinema, teatro, jogos eletrônicos e de interpretação.

O projeto da **nova lei de tv por assinatura**, discutido desde 2007, foi aprovado em junho de 2010 pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania da Câmara dos Deputados e encaminhado ao Senado como Projeto de Lei da Câmara (PLC 116), onde aguarda regulamentação. O projeto causa polêmica, pois envolve mudanças estruturais no setor como regulamentação dos serviços de TV paga, permissão de entrada das operadoras de telecomunicações no mercado e definição de cotas para veiculação de conteúdo nacional.

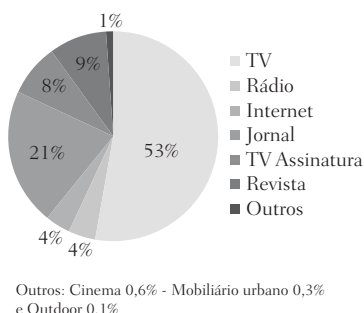
1.5. Publicidade e *merchandising* na televisão

Repetindo o ocorrido em 2009, no ano de 2010 a maior parte dos investimentos publicitários foi para a televisão, com aproximadamente 52% dos quase 36 bilhões de reais²² destinados à publicidade no país, o que significa um aumento de cerca de 18% do bolo publicitário em relação a 2009. Os investimentos na TV aumentaram cerca de 20% em 2010, porém, o maior crescimento relativo ocorreu com a internet, 74% superior a 2009, mas ainda representando apenas 4% do total de investimentos publicitários do ano.

22. Fonte: Ibope.

Gráfico 5. Investimento publicitário em 2010, por meio

Meio	Investimento %
Televisão	52,7
Jornal	21,2
Revista	8,4
tv assinatura	8,3
Internet	4,1
Rádio	4,0
Cinema	0,6
Mobiliário urbano	0,3
Outdoor	0,1



Merchandising na ficção

O *merchandising* continuou muito utilizado em 2010. Os segmentos que lideraram as inserções foram cosméticos e veículos, seguidos por moda, alimentos, serviços, mercado financeiro, comércio, utilidades domésticas, telecomunicações e bebidas²³. Cabe destacar a realização da série de ficção *Tô frito* por uma empresa de alimentação.

Merchandising social

Considerada a marca central da telenovela brasileira, o *merchandising* social é uma estratégia de comunicação que consiste na veiculação nas tramas de teledramaturgia e em programas de entretenimento de mensagens socioeducativas. Na Globo, essas ações destacaram-se nas telenovelas *Passione*, *Araguaia*, *Ti-ti-ti*, *Viver a vida* e *Cama de gato*²⁴. No SBT, *Vende-se um véu de noiva* abordou a gravidez na adolescência, uso de drogas e Aids²⁵.

23. Fonte: tv Globo.

24. Essas ações são detalhadas e analisadas na tabela 11 deste capítulo.

25. No segundo semestre, a Globo veiculou uma campanha institucional sobre suas ações de *merchandising* social mostrando ao longo do tempo cenas de telenovelas que se tornaram famosas, como em *Laços de família* (2000), *O clone* (2001), *A favorita* (2008), *Viver a vida* (2009), *Caminho das Índias* (2009) e *Passione* (2010).

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

Tabela 1. Produções exibidas em 2010 e respectivas emissoras

Globo: 31 títulos nacionais		42.	<i>Balada, baladão</i> (unitário)
1.	<i>A cura</i> (minissérie)	43.	<i>Bela, a feia</i> (telenovela)
2.	<i>A grande família</i> (série)	44.	<i>Nascemos para cantar</i> (docudrama)
3.	<i>A princesa e o vagabundo</i> (unitário)	45.	<i>Poder paralelo</i> (telenovela)
4.	<i>A vida alheia</i> (série)	46.	<i>Ribeirão do tempo</i> (telenovela)
5.	<i>Afinal, o que querem as mulheres?</i> (minissérie)		
6.	<i>Araguaia</i> (telenovela)	SBT: 3 títulos nacionais	
7.	<i>As cariocas</i> (série)	47.	<i>Uma rosa com amor</i> (telenovela)
8.	<i>Batendo o ponto</i> (unitário)	48.	<i>Vende-se um véu de noiva</i> (telenovela)
9.	<i>Cama de gato</i> (telenovela)		
10.	<i>Caras & bocas</i> (telenovela)	Band: 1 título nacional	
11.	<i>Clandestinos</i> (série)	49.	<i>Tô frito</i> (série)
12.	<i>Dalva e Herivelto - Uma canção de amor</i> (minissérie)		
13.	<i>Diversão&Cia.</i> (unitário)	Títulos importados	
14.	<i>Escrito nas estrelas</i> (telenovela)	tv Brasil: 1 título importado	
15.	<i>Força-tarefa</i> (série)	50.	<i>Karkú</i> (telenovela - Chile)
16.	<i>Ger@l.com</i> (série)		
17.	<i>Malhação</i> (soap opera)	SBT: 2 títulos importados	
18.	<i>Na forma da lei</i> (série)	51.	<i>As tontas não vão ao céu</i> (telenovela)
19.	<i>Nosso querido trapalhão</i> (docudrama)	52.	<i>Camaleões</i> (telenovela)
20.	<i>O relógio da aventura</i> (série)		
21.	<i>Papai Noel existe</i> (unitário)	Band: 3 títulos importados	
22.	<i>Passione</i> (telenovela)	53.	<i>Isa TKM*</i> (série - Venezuela)
23.	<i>Por toda a minha vida</i> (docudrama)	54.	<i>Isa TKM*</i> (série - Venezuela)
24.	<i>Programa piloto</i> (unitário)	55.	<i>Quase anjos</i> (telenovela - Argentina)

25.	S.O.S Emergência* (série)		
26.	S.O.S Emergência* (série)	Reprises	
27.	Separação?! (série)	Globo	
28.	Tal filho, tal pai (unitário)	1.	Alma gêmea (telenovela)
29.	Tempos modernos (telenovela)	2.	Sete pecados (telenovela)
30.	Ti-ti-ti (telenovela)	3.	Sinhá moça (telenovela)
31.	Viver a vida (telenovela)		
		SBT	
tv Brasil: 8 títulos nacionais		4.	A história de Ana Raio e Zé Trovão (telenovela)
32.	3% (unitário)	5.	Canavial de paixões (telenovela)
33.	Alfavela (unitário)	6.	Esmeralda (telenovela)
34.	Brilhante F.C. (unitário)	7.	Pérola negra (telenovela)
35.	Elvis e o cometa (unitário)		
36.	Natália (unitário)	Record	
37.	Pulo do gato (unitário)	8.	Os mutantes - Caminhos do coração (telenovela)
38.	Última saída (unitário)		
39.	Vida de estagiário (unitário)	Coproduções	
		Globo	
Record: 7 títulos nacionais		1.	El clon (telenovela - Telemundo)
40.	A história de Ester (minissérie)	2.	Entre el amor y el deseo (telenovela - tv Azteca)
41.	As mãos de meu filho (telefilme)	3.	Laços de sangue (telenovela - SIC)
*A série apresentou duas temporadas. Fonte: Obitel Brasil			

Em 2010, o conjunto das produções televisivas exibidas em canais abertos no Brasil foi de 63 ficções, sendo 55 inéditas e oito reprises, representando um aumento de 28% em relação a 2009. A Globo produziu 31 títulos inéditos, que equivalem a 60% do total, seguida pela tv Brasil com oito títulos, Record, com sete, SBT, com dois e Band, com apenas um.

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional	49	89,0	1838	80,4	1288:15	82,8
Ibero-americana	6	11,0	447	19,6	267:35	17,2
Latino-americana (âmbito Obitel)	6	11,0	447	19,6	267:35	17,2
Latino-americana (âmbito não Obitel)	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	-	-	-	-	-	-
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Outras (coproduções ibero-americanas)	-	-	-	-	-	-
Total	55	100	2285	100	1555:50	100

Fonte: Obitel Brasil

A produção nacional alcançou 49 títulos que correspondem a 89% do total de ficções de estreia. O aumento da produção nacional, 19% em relação ao ano anterior, representou o maior número de títulos registrado nos anos analisados pelo Obitel²⁶. Por outro lado, a produção importada, que também cresceu, registrou seis títulos, ou 11% das ficções de estreia. O aumento do número de títulos nacionais deveu-se, sobretudo, à estreia de oito unitários da tv Brasil e de uma minissérie da Band. Globo e SBT mantiveram o número do ano anterior, enquanto a Record diminuiu um título. Quanto ao número de horas, foram transmitidas 1555h50min de ficção. Dessas, 83% são de origem nacional e 17% são importadas. Entretanto, verifica-se que enquanto o número de títulos nacionais aumentou, o número de horas de ficção nacional teve uma queda de quase 20% em relação a 2009. Essa retração parece ter duas

26. Em 2009 o número de títulos nacionais foi 41; em 2008, 38; em 2007, 40 e em 2006, 30.

razões: primeira, a redução de horas das produções da Record e SBT e, segunda, a diversificação nos formatos das ficções televisivas brasileiras, com o crescimento das produções de curta serialidade. A Globo coproduziu três telenovelas internacionais para exibição apenas fora do país. Em Portugal, *Laços de sangue*, em parceria com a SIC; no México, *Entre el amor y el deseo*, com a tv Azteca; e nos EUA, *El clon*, com a Telemundo²⁷.

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Brasil	49	89,0	1838	80,4	1288:15	82,8
Argentina	1	1,8	195	8,5	117:00	7,5
Chile	1	1,8	76	3,3	30:25	1,9
Colômbia	-	-	-	-	-	-
Equador	-	-	-	-	-	-
Espanha	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	-	-	-	-	-	-
México	2	3,7	120	5,3	92:00	6,0
Portugal	-	-	-	-	-	-
Uruguai	-	-	-	-	-	-
Venezuela	2	3,7	56	2,5	28:10	1,8
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am/ibero-am)	-	-	-	-	-	-
Total	55	100	2285	100	1555:50	100

Fonte: Obitel Brasil

27. Uma vez que essas três produções não foram exibidas no país, elas não foram contabilizadas nas tabelas.

Seis títulos latino-americanos foram importados de países do âmbito Obitel, cinco vezes mais que no ano anterior. A Band transmitiu a venezuelana *Isa TKM* e a argentina *Quase anjos*; o SBT exibiu a mexicana *As tontas não vão ao céu* e *Camaleões*, e a TV Brasil apresentou *Karkú*, do Chile. Trata-se de um dado importante, pois reverte uma tendência de queda na exibição de títulos importados observada desde 2006²⁸.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-americanos				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6h-12h)*	-	-	-	-	170	38	102:00	38,2	170	7,4	102:00	6,6
Tarde (12h-19h)	578	31,4	331:20	25,7	196	43,8	122:25	45,7	774	33,9	453:45	29,2
Hor. Nobre (19h-22h)	835	45,4	612:35	47,6	81	18,2	43:10	16,1	916	40,1	655:45	42,1
Noite (22h-6h)	425	23,2	344:20	26,7	-	-	-	-	425	18,6	344:20	22,1
Total	1838	100	1288:15	100	447	100	267:35	100	2285	100	1555:50	100

Fonte: Obitel Brasil

O **horário nobre** liderou em relação às demais faixas horárias, concentrando quase 48% das horas produzidas no ano, enquanto houve praticamente a mesma distribuição entre as faixas da **manhã** e da **noite**, por volta de 26%. Já 40% das horas importadas foram exibidas pela manhã e tarde, sugerindo o matutino como tendência de inauguração de novo horário de ficção importada dirigido ao público infanto-juvenil. Todavia, a inserção da ficção

28. Em 2006 foram importadas sete ficções; em 2007, foram seis; em 2008, cinco e em 2009, apenas uma.

importada nessa faixa pode representar apenas uma opção para o preenchimento da grade de programação.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais						Ibero-americanos					
	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%
Telenovela	13	26,6	1381	75,1	1074:40	83,5	4	66,7	391	87,5	239:25	89,5
Série	12	24,5	147	8,0	78:10	6,0	2	33,3	56	12,5	28:10	10,5
Minissérie	4	8,2	31	1,7	20:15	1,6	-	-	-	-	-	-
Telefilme/ TV movie	1	2,0	1	0,1	00:50	0,05	-	-	-	-	-	-
Outros (docu- drama, unitário etc.)	19	38,7	278	15,1	114:20	8,8	-	-	-	-	-	-
Total	49	100	1838	100	1288:15	100	6	100	447	100	267:35	100

Fonte: Obitel Brasil

Nota-se a tendência iniciada em 2008 de aumento da participação das **séries**, com 12 títulos²⁹. O formato **minissérie** apresentou pequena queda no número de títulos, que foram quatro³⁰. E repetindo 2009, houve apenas um **telefilme**. Já os 13 títulos nacionais de **telenovela** produzidos em 2010 representam queda de 15% em relação aos 15 títulos de 2009. Isso se deve ao fato de a Record ter produzido três telenovelas frente às cinco de 2009. Os formatos ibero-americanos, em 2010, foram quatro telenovelas e duas séries,

29. Em 2008 foram sete, e em 2009, 11. Fonte: Anuários Obitel.

30. Em 2008, houve três títulos, em 2009, seis. Fonte: Anuários Obitel.

aumentando sua presença em relação a 2009 quando apenas uma série foi exibida. Na categoria **outros** houve um aumento de 137% em relação a 2009. Em 2010, foram exibidos 19 unitários frente a oito em 2009. Esse aumento se deve, principalmente, aos oito unitários exibidos pela tv Brasil. O aumento da diversificação dos formatos acontece pelo segundo ano consecutivo, mas ainda não se define como tendência da produção brasileira.

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Horário Nobre	%	Noite	%	Total	%
Telenovela	-	-	3	6,1	6	12,2	4	8,2	13	27,1
Série	-	-	2	4,1	-	-	10	20,4	12	22,9
Minissérie	-	-	-	-	-	-	4	8,2	4	8,3
Telefilme/TV movie	-	-	-	-	-	-	1	2,0	1	2,1
Outros (docudrama etc.)	-	-	9	18,4	-	-	10	20,4	19	39,6
Total	0	0	14	28,6	6	12,2	29	59,2	49	100

Fonte: Orbitel Brasil

Na faixa **matutina**, a Band exibiu dois títulos importados, a telenovela argentina *Quase anjos*, e a 2ª temporada da série venezuelana *Isa TKM*. No horário **vespertino**, a Globo exibiu seis títulos, sendo três telenovelas (*Cama de gato*, *Escrito nas estrelas* e *Araguaia*), duas séries (*Ger@l.com* e *O relógio da aventura*) e a soap opera *Malhação*. Iniciando a sua produção de ficção, a tv Brasil exibiu oito unitários, além da telenovela chilena *Karkú*. O SBT apresentou as telenovelas mexicanas *As tontas não vão ao céu* e *Camaleões*, destaque de 2009 no país de origem. O início da exibição de produções no horário vespertino em outras emissoras, além da Globo, fez aumentar a porcentagem da faixa de 21% para 29%.

O ano de 2010 **reafirmou a diminuição gradual de telenovelas exibidas no horário nobre**. Foram transmitidas

seis em 2010, contra oito em 2009, uma queda de 25%. A Globo manteve cinco títulos: *Caras & bocas*, *Tempos modernos*, *Viver a vida*, *Passione* e *Ti-ti-ti*. O SBT, que em 2009 não exibiu telenovelas nessa faixa, em 2010 apresentou *Uma rosa com amor*. A queda foi causada pelo deslocamento da telenovela da Record para o horário noturno e a inserção no seu horário nobre da série norte-americana *CSI*. Trata-se de estratégia adotada também por Band e SBT que, concorrendo por audiência, colocam no ar um produto mais barato e de sucesso anterior.

No horário **noturno** observa-se a maior diversidade de formatos. Além de aumentar em 26% o número de títulos elevando a participação noturna na grade nacional de 56% para 60%. Foram 20 produções da Globo, que reafirmou a liderança nesse horário com 70% dos títulos, dentre eles nove séries, seis unitários, três minisséries e dois docudramas. Na Record foram exibidos três telenovelas, um docudrama, um unitário, uma minissérie e um telefilme. SBT e Band apresentaram uma telenovela e uma série, respectivamente. Sobre o horário noturno é importante observar que o deslizamento da grade da ficção para além das 22h vem ocorrendo discretamente desde 2008. A extensão do horário nobre e o aumento da produção do horário noturno parecem ser fatores decorrentes dos novos hábitos de audiência da televisão brasileira.

**Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios
(sem intervalos comerciais)**

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	295	16,5
Média (30'-60')	1519	82,5
Longa (60'+)	24	1
Total	1838	100

Fonte: Obitel Brasil

Desde 2008, as produções de média duração predominam na televisão brasileira. No entanto, episódios de curta duração (uni-tários, especiais e seriados) têm apresentado um pequeno, porém contínuo crescimento nos últimos três anos. Por outro lado, a exibição de capítulos e episódios de longa duração mostra uma redução desde 2009. A confirmar se estamos diante de uma tendência de preferência por histórias curtas, a exemplo das *sitcoms* norte-americanas.

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	52	94,6
Passado	1	1,8
Histórica	2	3,6
Outra	0	0
Total	55	100

Fonte: Orbitel Brasil

A ficção continua privilegiando a época presente com quase 95% do total das produções, um crescimento de 7% em relação a 2010. Produções históricas e de época apresentam redução frente ao ano anterior. Séries e minisséries produzidas pela Globo e o grande número de pilotos exibidos pela tv Brasil contribuíram para a predominância de histórias contemporâneas nas narrativas.

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, share

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Emissora	TV privada ou pública	Roteirista ou autor da ideia original	Aud. %	Share %
1. <i>Viver a vida</i>	Brasil	Globo	Privada	Manoel Carlos	39,2	62,2
2. <i>Caras & bocas</i>	Brasil	Globo	Privada	Walcyr Carrasco	36,0	64,9
3. <i>Passione</i>	Brasil	Globo	Privada	Sílvia de Abreu	35,8	57,7
4. <i>Ti-ti-ti</i>	Brasil	Globo	Privada	Maria Adelaide Amaral	31,3	54,9
5. <i>Daba e Hervalto</i>	Brasil	Globo	Privada	Maria Adelaide Amaral	31,2	50,2
6. <i>Papai Noel existe</i>	Brasil	Globo	Privada	Guel Arraes	29,3	49,7
7. <i>Escrito nas estrelas</i>	Brasil	Globo	Privada	Elizabeth Jhin	29,2	52,8
8. <i>Cama de gato</i>	Brasil	Globo	Privada	Duca Rachid, Thelma Guedes	28,7	56,2
9. <i>A grande família</i>	Brasil	Globo	Privada	Claudia Jouvin, Maurício Rizzo e Bernardo Guilherme	27,7	46,9
10. <i>Batendo o ponto</i>	Brasil	Globo	Privada	Paulo Cursino	27,7	46,3
Total de produções: 10		Roteiros originais nacionais: 10		Roteiros estrangeiros: 0		
100%		100%		0%		

Fonte: Obitel Brasil/Ibope

As ficções da Globo, pelo quarto ano consecutivo, compõem as dez maiores audiências. Os três programas de maior audiência domiciliar foram telenovelas exibidas no horário das 21h: *Viver a vida*, com 39,2%, *Caras & bocas* com 36% e *Passione*, com 35,8%. Todos os *top ten* são produções nacionais com roteiros originais, sendo seis telenovelas, uma minissérie, uma série e dois unitários. Porém, quando se analisa o *share* dessas produções, observam-se algumas mudanças importantes: *Caras & bocas* passa a ocupar o primeiro lugar da lista; *Cama de gato* sobe do oitavo para o quarto passando a ocupar o lugar de *Ti-ti-ti*; *Escrito nas estrelas* sobe do sétimo para o quinto, no lugar de *Dalva e Herivelto*. Isso significa que as telenovelas continuam liderando a preferência do público entre os dez programas mais assistidos, ocupando nada menos que os seis primeiros lugares da lista.

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número de capítulos	Duração do cap/ep	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
1. <i>Viver a vida</i>	Telenovela	Drama	2009/2010	115	52 minutos	1/1/2010	15/5/2010	Horário Nobre
2. <i>Caras & bocas</i>	Telenovela	Comédia romântica	2009/2010	7	60 minutos	1/1/2010	9/1/2010	Horário Nobre
3. <i>Passione</i>	Telenovela	Drama	2010-2011	197	60 minutos	17/1/2010	31/12/2010	Horário Nobre
4. <i>Ti-ti-ti</i>	Telenovela	Comédia	2010-2011	143	48 minutos	19/7/2010	31/12/2010	Horário Nobre
5. <i>Daba e Herivelto</i>	Minissérie	Drama	2010	5	35 minutos	4/1/2010	8/1/2010	Noite
6. <i>Papai Noel existe</i>	Unitário	Humorístico	2010	1	36 minutos	22/12/2010	22/12/2010	Noite
7. <i>Escrito nas estrelas</i>	Telenovela	Drama	2010	143	40 minutos	12/4/2010	25/9/2010	Tarde
8. <i>Cama de gato</i>	Telenovela	Comédia romântica	2009/2010	85	36 minutos	1/1/2010	10/4/2010	Tarde
9. <i>A grande família</i>	Série	Humorístico	2010	35	36 minutos	8/4/2010	23/4/2010	Noite
10. <i>Batendo o ponto</i>	Unitário	Humorístico	2010	1	32 minutos	28/12/2010	28/12/2010	Noite

Fonte: Obitel Brasil/Ibope

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Viver a vida</i>	Relações familiares; tetraplegia, adultério; bastardia; relações amorosas; busca da felicidade e da realização profissional; relações profissionais; tratamentos médicos.	Mobilidade e qualidade de vida de cadeirantes; tratamento de doenças e anorexia alcoólica; uso de células-tronco no tratamento de doenças; ausência da figura paterna.
2. <i>Carras & bocas</i>	Relações familiares; ambição e disputa pelo poder no mundo empresarial; revelação de identidade; falsidade ideológica; bens herdados; amor.	Preconceito racial e de classe social; tráfico de animais; casamento na 3ª idade; valorização do trabalho; inclusão social de pessoas portadoras de deficiência visual.
3. <i>Passione</i>	Relações familiares; ambição; disputa pelo poder no mundo empresarial; vingança; falsidade ideológica; troca de identidades; revelação de identidade; bastardia; adultério; compulsões; assassínios; adoção de crianças abandonadas.	Gravidez na adolescência e aborto; casamento consanguíneo, formas de combate à pedofilia; trabalho infantil e formas de combatê-lo; tratamento contra drogas; sustentabilidade; adoção de crianças abandonadas.
4. <i>Ti-ti-ti</i>	Relações familiares; ambição; disputa por prestígio e poder no mundo da moda; falsidade ideológica; perda de memória; inveja; vingança; revelação de identidade.	Homossexualidade; ausência da figura paterna; vida de idosos em casas de saúde; ética.
5. <i>Dalva e Herivelto</i>	Amor; adultério; rádio brasileiro e cenário musical dos anos 30-50.	Sensacionalismo da imprensa; alcoolismo.
6. <i>Papai Noel existe</i>	Dificuldades de uma criança pobre em conseguir um presente de Papai Noel; dificuldades financeiras; valores e gostos dos vendedores de região comercial popular no centro do Rio de Janeiro.	Descaso com a infância por parte do Estado; desigualdade social.
7. <i>Escritoras estrelas</i>	Relações familiares; ambição; falsidade ideológica; inserção artificial; espiritualidade; vida após a morte; vidência; destino; diferenças entre classes sociais.	Inclusão social de jovens; diversidade cultural; ecumenismo.
8. <i>Camã de gato</i>	Relações familiares; disputa pelo poder no mundo empresarial; revelação de identidade; amor; falsidade ideológica; ambição e vingança.	Preconceito de classe social; tratamento da deficiência auditiva; bullying na escola; abandono e exploração econômica de idosos.

A análise das temáticas dominantes nos *top ten* revela forte presença de temas tradicionais como relações amorosas e familiares, bastardia, ambição, adultério, vingança, revelações de identidade que denotam elementos característicos da matriz melodramática presentes na maior parte das narrativas. Essa característica, no entanto, quando analisada em correlação com as temáticas sociais, traz novos elementos às tramas brasileiras de ficção. Elementos que se notabilizam por sua proximidade com os problemas cotidianos. Em geral, essa rica aproximação é observada principalmente nas telenovelas, formato que, devido à estrutura aberta e à longa serialidade, permite aproximações de natureza intratextual e extratextual. No primeiro caso, referimo-nos ao tratamento discursivo dado ao tema pelos diversos núcleos dramáticos das narrativas e que possibilitam a matização dos problemas a partir das diversas perspectivas características desses núcleos. No segundo caso, ganham relevo as discussões provocadas pela tematização de um determinado problema em jornais, revistas, telejornais, programas de variedades, *talk shows* etc. Tais discussões e a mobilização gerada podem ser incorporadas às tramas por meio de discursos que refletem e refratam as diversas possibilidades de leitura do problema por parte dos brasileiros. Assim, a correlação entre o tratamento discursivo dado às temáticas dominantes da matriz melodramática e às temáticas sociais na telenovela brasileira produz uma narrativa cuja análise tem muito a nos dizer sobre a sociedade e as relações vividas em nosso país.

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais assistidos: gênero, idade e nível socioeconômico

Programa	Emissora	Gênero %		Faixa etária %						Nível socioeconômico		
		Homens	Mulheres	4a11	12a17	18a24	25a34	35a49	50+	AB	C	DE
1. <i>Viver a vida</i>	Globo	35,6	64,4	9,7	8,4	9,5	16,8	23,7	32	30,8	51,1	18,1
2. <i>Caras & bocas</i>	Globo	34,9	65,1	9,8	8,2	10,0	15,4	23,5	33,1	28,1	51,5	20,4
3. <i>Passione</i>	Globo	36,08	63,92	9,20	8,00	9,10	15,93	23,58	34,18	29,34	52,08	18,58
4. <i>Ti-ti-ti</i>	Globo	33,60	66,40	10,19	9,01	9,02	15,71	23,16	32,94	26,26	52,32	21,42
5. <i>Dava e Herivelto</i>	Globo	36,2	63,8	8,3	8,1	10,8	16,6	24,3	32,0	34,6	49,9	15,5
6. <i>Papai Noel existe</i>	Globo	37,09	62,91	9,94	9,26	10,82	16,50	25,46	28,02	32,36	49,08	18,57
7. <i>Escrito nas estrelas</i>	Globo	32,71	67,29	9,68	9,70	9,91	14,90	22,23	33,58	26,71	52,17	21,11
8. <i>Camã de gato</i>	Globo	32,7	67,3	10,3	10,5	10,8	15,1	21,2	32,2	26,2	52,9	20,9
9. <i>A grande família</i>	Globo	37,93	62,07	9,33	9,21	10,01	17,62	24,58	29,25	32,97	51,07	15,96
10. <i>Batendo o ponto</i>	Globo	37,65	62,35	9,49	10,13	10,01	20,06	23,00	27,31	29,84	50,75	19,41

Fonte: Ibope

A audiência feminina predominante se fez presente no horário vespertino e nobre assistindo *Cama de gato*, *Escrito nas estrelas* e *Ti-ti-ti*. Já o público masculino privilegiou o horário noturno assistindo, principalmente, à série *A grande família* e a programas unitários, compartilhando também a audiência no horário nobre das telenovelas *Passione* e *Viver a vida*. O público de 50 anos e mais, faixa etária predominante em todos os títulos mais vistos, dedicou-se, sobretudo, às telenovelas. Adultos (25-49 anos) e jovens (12-24 anos) compõem a audiência preferencial de séries e unitários no horário noturno. Jovens viram tanto telenovelas vespertinas quanto unitários noturnos; já a classe C, maior audiência dos *top ten*, preferiu telenovelas; a classe AB, a série *A grande família* e a minissérie *Dalva e Herivelto*.

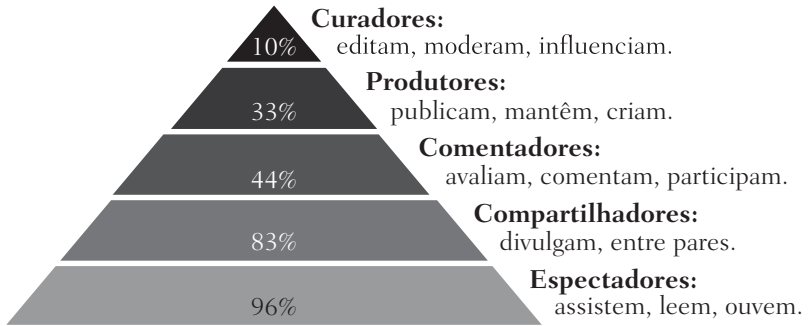
3. Recepção transmidiática

Analisar o comportamento da audiência diante do fenômeno da convergência dos meios e da transmídiação que se torna cada vez mais presente nas ficções televisivas brasileiras, notadamente nas telenovelas, constitui-se algo peculiar, complexo e exige, principalmente, novas explorações metodológicas nos estudos de comunicação. Isso posto, empreendemos aqui, à guisa de um estudo piloto ou exploratório do referido fenômeno, a observação de uma das telenovelas do *top ten* de 2010.

Há alguns anos, as emissoras procuram ampliar os sites e portais de telenovelas e minisséries visando explorar novas possibilidades de interatividade dessas narrativas na internet, junto a velhas e novas audiências, públicos, usuários, consumidores, “prosumidores”, fãs, ou qualquer outro nome que se queira dar à recepção.

Levantamento³¹ sobre o uso de sites e mídias sociais identificou cinco tipos de usuários brasileiros³².

Tipos de usuários brasileiros nas redes sociais



Fonte: Obitel Brasil

Como era de se esperar, a base da pirâmide é constituída pela grande maioria dos usuários que aparecem divididos em duas faixas, dos 90% e dos 80%, como *espectadores* e *compartilhadores* com baixo grau de participação: apenas assistem, leem, ouvem ou divulgam; acima, na terceira faixa, dos 40%, estão os *comentadores*, cuja participação nas redes se dá através de comentários e avaliações; acima, na faixa dos 30% aparecem os *produtores*, que publicam nas redes, criam e mantêm sites, blogs; e, finalmente, na faixa dos 10% estão os *curadores*, que editam, realizam moderações e possuem in-

31. Levantamento realizado pelo Instituto Ibope/Nielsen On-line em setembro de 2010. Disponível em: http://www.ibope.com.br/maximidia2010/download/Redes_Sociais.pdf Acesso em 16/12/2010.

32. O resultado está representado em forma de uma pirâmide dividida em cinco faixas sobrepostas, constituídas por porcentagens cada vez mais reduzidas de usuários à medida que mais aumentam os níveis de participação ativa, engajada e influente dos usuários.

fluência nas mídias sociais. Essa tipologia é bastante interessante e mostrou-se operacional para a pesquisa da recepção transmidiática que empreendemos, tendo como objeto a telenovela *Passione*. Seu site foi o que ofereceu maior número de recursos e aplicativos para interação com a audiência por meio das redes sociais e teve como resultado a maior participação na internet, traduzida em números de comentários nas redes sociais quando comparada às demais telenovelas de 2010. A coleta de dados foi feita nas redes sociais com maior relevância no Brasil, ou seja: Twitter, Orkut, YouTube, Facebook, blogs, grupos de discussão/fóruns e Wikipédia. O período de coleta foi de 10 a 17/1/2011, correspondendo à última semana de exibição de *Passione*, e ainda houve o acompanhamento por parte dos pesquisadores de um mês posterior nas demais redes sociais.

No Twitter: foi realizada coleta de *tweets* no período através da ferramenta de busca *Researchly.com*³³; no Orkut: buscas com a *tag* ou termo “nome da telenovela” foram feitas na seção comunidades³⁴; no YouTube: total de links publicados por usuários referentes à telenovela com o uso da *tag* ou do termo “novela + nome da telenovela”; no Facebook: busca por perfis ou grupos utilizando o termo “nome da telenovela”; em blogs: pesquisas a partir do recorte de blogs de língua portuguesa, durante o período de exibição da telenovela³⁵; grupos de discussão/fóruns: considerou-se o recorte temporal do período em que a telenovela estava em exibição³⁶, com

33. Essa ferramenta de busca encontra-se disponível em: <http://research.ly/> Acesso em 2/2/2011.

34. Para efeito de pesquisa foram consideradas apenas as comunidades com mais de 50 membros, visando os espaços informacionais que aglomeraram maior número de comentários.

35. A ferramenta de pesquisa encontra-se disponível em http://Blogsearch.google.com.br/Blogsearch/advanced_Blog_search Acesso em 20/1/2011.

36. A ferramenta de pesquisa encontra-se disponível em: https://groups.google.com/advanced_search?hl=pt&q=&hl=pt Acesso em 20/1/2011.

a seleção de grupos de Língua Portuguesa, que continham a expressão exata “novela + nome da telenovela”. O resultado está na tabela abaixo.

Telenovela <i>Passione</i> Período de busca: 10 a 17/1/2011	
Twitter	68.937 <i>tweets</i>
Orkut	33 comunidades; 44.000 membros
YouTube	7.000 links
Facebook	13.556 “curtiram”
Blogs	138.000
Grupos de discussão/fóruns	1.096
Wikipédia	1

Fonte: Obitel Brasil

O site de *Passione*, divulgado antes do início da telenovela, exibiu conteúdo exclusivo para internautas, destacando-se por dar acesso a versões estendidas das cenas exibidas na TV, com a inclusão de curtos monólogos dos personagens. O resultado foi um fenômeno de audiência na internet. Mais de 130.000 *posts* em blogs de todo o país e cerca de 1.000 grupos de discussão foram gerados pelos usuários para comentar o conteúdo e compartilhar capítulos on-line, opiniões e trilha sonora. Foram 33 comunidades no Orkut com mais de 44.000 membros.

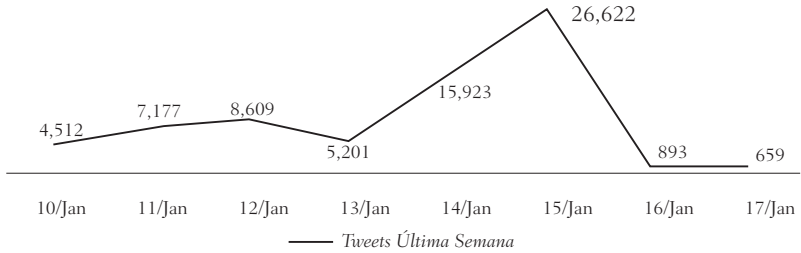
Entretanto, não pudemos conhecer a repercussão de cada um dos capítulos da última semana de *Passione*, pois o site da telenovela não permitia comentários de usuários e também não disponibilizava ferramentas de contagem do número de visitantes. Igualmente, no Facebook, não havia o registro da página ou perfil oficial da telenovela. Contudo, usuários e fãs criaram perfis e grupos e publicaram comentários e opiniões em seus próprios murais disseminando enormemente a conversação virtual da telenovela nessa rede social e também no Twitter. E, ao que tudo indica, mais do que nos espaços físicos tradicionais, onde a telenovela era falada na comunicação face a face; hoje, o espaço por excelência

da disseminação do *repertório compartilhado* por sua audiência é o ciberespaço, e a interatividade virtual é o modo de comunicação mais coletivamente mobilizado.

O processo de transmídiação de *Passione* também pode ser observado por meio das inúmeras narrativas geradas pelos usuários e disponibilizadas no YouTube. Um dos temas recorrentes dessas narrativas foi “O segredo de Gérson”, personagem da telenovela que demonstrava angústia e satisfação diante da tela do computador gerando curiosidade e suspense sobre qual era o seu vício. Com mais de 500 links, muitas narrativas transmidiáticas foram produzidas com o aplicativo *mashups*³⁷, em que o segredo do personagem é motivo para enredos de futebol, opiniões sexuais, política, candidatos à Presidência da República etc. Outro segredo da telenovela que também se transformou em *mashups* no YouTube foi “Quem matou Saulo?”, com mais de 300 narrativas em vídeos postados sobre o possível assassino desse antagonista que só foi revelado no último capítulo.

O Twitter foi a segunda ferramenta mais utilizada na internet pelo público de *Passione*. O microblog oficial alcançou 43.000 seguidores. Havia ainda o Twitter oficial de personagens, o que favoreceu a construção de narrativas paralelas à telenovela. *Passione* chegou ao recorde de repercussão durante a última semana de exibição: quase 27.000 *tweets* foram registrados no dia seguinte ao último capítulo.

37. *Mashups*: denominação dada ao uso conjunto de aplicativos interativos que possuem conteúdos oriundos de diversas fontes de dados. Possibilitam a qualquer usuário combinar processos de desenvolvimento na internet que, de forma interativa, combinam conteúdos de diferentes fontes ou domínios, possibilitando novas experiências criativas e inovadoras, incluindo vídeos, YouTube, Google Maps, mp3, DVD, Wii, PS2 e outros.

Tweets na última semana de *Passione* — 10 a 17/1/2011

Fonte: Obitel Brasil

Observar o número de *tweets* referentes à última semana de *Passione* revelou dois fatos: a explosão de comentários com a *#Passione* que foram publicados após a exibição do último capítulo da telenovela, um sábado, quando ocorreu a sua reapresentação, bem como a repentina e abrupta queda do número de *tweets* nos dias que se seguem, início da nova semana, quando entra no ar uma nova novela no horário das 21h. Esses fatos demonstram claramente o fluxo e a efemeridade daquilo que circula na rede, principalmente no Twitter, em que usuários levam assuntos e acontecimentos a grandes reverberações e, em pouco tempo, alteram o objeto-*tag* de suas conversações que, como disse um usuário, passaria a ser a próxima novela, *Insensato coração*.

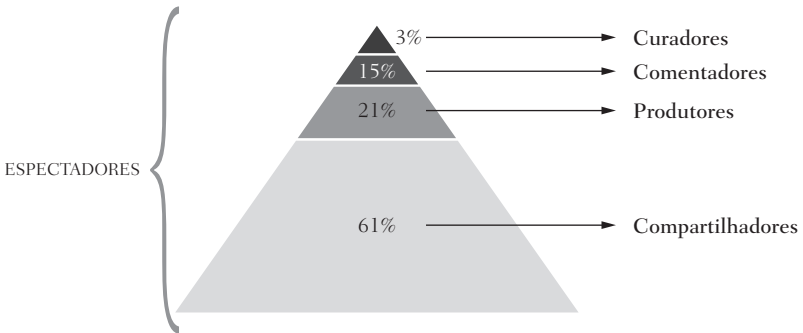
Com base em amostra aleatória, realizamos uma classificação sucinta dos *tweets* que circularam durante a emissão do último capítulo de *Passione* considerando seus destinatários.

Comentários no Twitter na última semana de *Passione*

Tipos de comentários no Twitter	Número de comentários
Dirigidos à telenovela (personagens/conteúdo)	878
Dirigidos a outros usuários	297
Dirigidos ao Twitter	220
Dirigidos a links de outras redes sociais	42
Total	1.437

Tendo como referência essa tabela comparamos o comportamento da audiência de *Passione* na internet com a tipologia de usuários em forma de pirâmide:

Público da última semana de *Passione* no Twitter



Curadores 3%: moderadores, usuários que criaram e divulgaram através do Twitter comunidades, blogs, listas de discussão, perfis de personagens e canais de exibição de capítulos no YouTube.

Comentadores 15%: visões críticas sobre a telenovela e comentários sobre a plataforma.

Produtores 21%: usuários que entraram em conversação com outros usuários, interagindo entre si.

Compartilhadores 61%: seguidores, participantes, pessoas que retwittaram comentários de outros, comentários referentes à telenovela em geral.

Uma primeira observação é que não foi possível mensurar a faixa dos *espectadores*, aqueles que não deixam registros, mas supomos que deve ter tido o maior número. Descartada essa faixa, vemos que ao utilizar o Twitter a maioria dos usuários assumiu o comportamento de *compartilhadores* (61%), colocando em circulação opiniões, na sua grande maioria, dirigidas à telenovela *Passione*, aos seus personagens, às diversas tramas (núcleos) e, principalmente, ao suspense sobre o *who did it?*. Os *comentadores* (15%) são os que estabeleceram uma visão crítica, avaliaram o final da telenovela e o comportamento dos personagens, emitindo opiniões valorativas sobre justiça (crime não punido) e moral (pedofilia, exploração infantil). Também foi expressiva a presença de *produtores* (21%) que entraram em conversação com outros usuários interagindo entre si. E, finalmente, coincidindo com o topo da pirâmide, os denominados *curadores* (2%) foram o menor número, editaram vídeos e blogs e indicaram links para outras redes sociais que tratavam da telenovela. Todos os usuários se encaixam na condição de espectadores.

A densidade do fluxo de comunicação de *Passione* pode ser observada através da figura de uma rede³⁸ formada por “nós” (*nodes*) a partir da página principal do site oficial da telenovela *Passione*³⁹. Ela exhibe grande variedade de links, aproximadamente 1.600, e configura-se como uma rede densa devido à multiplicidade de pequenos links replicadores.

38. Ferramenta utilizada: SocNetV-0.81 disponível em: <http://socnetv.sourceforge.net/> Acesso em 10/11/2010.

39. Disponível em: <http://passione.globo.com/index.html>.

Links a partir do site da telenovela *Passione*



Artista: Vik Muniz

Foto: Material de divulgação da telenovela *Passione*

Mesmo após ir ao ar o último capítulo de *Passione*, muitos fãs que acompanharam a trama seguiram comentando o desenvolvimento da história no Twitter.

Por tudo que foi apresentado nesse estudo piloto, *Passione* pode ser considerada um caso bem-sucedido de interação entre os usuários de internet com a exibição de várias ações de transmediação e de convergência midiática, reafirmando tendências mostradas por muitos estudos sobre as redes sociais, ou seja, a emergência de uma cultura participativa com diversas modalidades de participação e a existência de uma audiência ativa e criativa representada por uma minoria em nada desprezível.

Como dissemos, os dados apresentados fazem parte de uma sondagem exploratória desta audiência protagonista em redes sociais, cujos números no Brasil alcançam escalas de destaque diante do cenário internacional. Certamente, ela merece ser mais bem explorada por meio de pesquisas posteriores a serem desenvolvidas pelo Obitel.

4. O mais destacado do ano

Formatos: recepção, experimentação, estética ***Séries norte-americanas no horário nobre***

Em 2010, SBT, Record e Band continuaram a utilizar, com resultados variados, a estratégia de exibir séries norte-americanas no horário nobre para enfrentar a audiência das telenovelas da Globo. A Band não obteve êxito com a apresentação de vários títulos em dias alternados, ao contrário de Record e SBT que exibiram as séries diariamente. Isso leva a indagar se o hábito de assistir diariamente às mesmas tramas seria determinante para a boa aceitação da ficção seriada. Observa-se ainda que nem sempre a estratégia foi duradoura como se pôde notar em meados do ano, quando o SBT retirou as séries do horário nobre, retomando a linha de shows nessa faixa horária.

Séries nacionais: temas e estruturas

Na Globo, estruturalmente, destaca-se a adoção de um modelo de *sitcom* mais próximo do norte-americano com cenários fixos e diálogos rápidos tendendo para o humor irônico e o sarcasmo, como ocorre em *S.O.S. Emergência*⁴⁰, *A vida alheia*⁴¹ (20 episódios cada), *Separação?!* (24 episódios)⁴². Observa-se ainda que o número de episódios praticamente dobrou em relação aos anos anteriores, sugerindo não apenas maior aceitação da audiência, mas também maior acerto em relação ao gênero e ao ritmo da trama. Ainda em

40. Escrita por Marcius Melhem e Marcelo Adjafre. Dirigida por Mauro Mendonça Filho. Exibida de 4/4 a 18/7/2010 e de 24/10 a 19/12/2010.

41. Escrita por Miguel Falabella. Dirigida por Cininha de Paula. Exibida de 8/4 a 26/8/2010.

42. Escrita por Fernanda Young e Alexandre Machado. Dirigida por José Alvarenga Jr., com 24 episódios. Exibida de 9/4 a 24/9/2010.

termos de gênero, em 2010, destacam-se *Força-tarefa*⁴³ (2ª temporada) e a inédita *Na forma da lei*⁴⁴, como as únicas séries no gênero policial em tv aberta. Ainda com relação ao gênero, *As cariocas*⁴⁵, que teve linguagem cinematográfica em termos de estética e de roteiro, trouxe de volta a série temática adaptada de textos literários de linguagem leve e contemporânea como ocorreu em *Brava gente* (2000) e *Comédia da vida privada* (1995).

Minisséries: inovações e experimentações

Em termos de inovação e experimentação, destacam-se as minisséries *A cura*⁴⁶ e *Afinal, o que querem as mulheres?*, seja pela ousadia no tratamento das temporalidades narrativas, seja pelo acabamento estético. Em *A cura*, ocorre a experiência de alterar a frequência de exibição da minissérie, de diária para semanal, o que levou a mudanças temáticas e estruturais de roteiro e edição e à criação de ganchos de maior intensidade dramática e de procedimentos de edição. Em termos de tratamento estético, a crueza das cenas de cirurgia e assassinatos conferiu à minissérie um realismo pouco visto na tv brasileira. Além disso, a temática dominante ligada ao fantástico (Todorov, 2008) e ao sobrenatural retomou um gênero explorado na teledramaturgia brasileira na década de 70 principalmente por Dias Gomes, o realismo fantástico.

43. Escrita por Fernando Bonassi e Marçal Aquino. Direção geral: José Alvarenga Jr., com dez episódios. Exibida de 6/4 a 8/6/2010.

44. Escrita por Antônio Calmon e dirigida por Wolf Maya, com oito episódios semanais. Exibida de 15/6 a 3/8/2010.

45. Coprodução entre Globo e Lereby, de Daniel Filho. Baseada na obra homônima de Stanislaw Ponte Preta e escrita por Euclides Marinho. Dirigida por Daniel Filho, a série teve dez episódios. Exibida de 19/10 a 21/12/2010.

46. Escrita por João Emmanuel Carneiro. Dirigida por Ricardo Waddington, a minissérie teve nove capítulos. Exibida de 10/8 a 12/10/2010.

Partindo da célebre frase atribuída a Freud, a minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* trata do questionamento da natureza humana e, principalmente, da busca de compreensão da alma feminina por um jovem estudante de doutorado que busca por meio da ciência uma fórmula que explique a complexidade feminina. Com um acabamento estético diferenciado em que o jogo luz/contra-luz, aliado ao uso de cores extravagantes no cenário e no figurino, remete à ambiência psicodélica e atemporal das incontornáveis questões existenciais, o protagonista se inquieta e se constrói diante da esfinge feminina. Em termos de estrutura, a minissérie contém uma trama dentro da outra, o que indica a complexidade do desenvolvimento temático ancorado em fluxos cujas ramificações remetem alegoricamente aos medos e ansiedades do protagonista.

Canal Viva e *Vale tudo*: no ar, a memória da teledramaturgia

Criado em maio de 2009 na tv paga, o canal Viva, novo canal da Globosat, tornou-se um sucesso imediato de audiência com reprises de telenovelas, séries, humorísticos e programas de variedades da Globo e filmes dublados⁴⁷. Em 2010, o canal ganhou mais evidência com a reprise de *Vale tudo*⁴⁸, que passou a ser discutida na mídia e nas redes sociais, apesar, ou até por causa, do horário inusitado de sua transmissão, 0h45 da madrugada. Tal como no *Anuário 2009* comentou-se o grande sucesso da reprise da clássica

47. Segundo dados da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura, o canal Viva possui de 1,5 milhão a 3 milhões de assinantes, entre 15 e 30% do total de assinantes dessa plataforma. http://www.midiafatos.com.br/PDF_htm/Manual.pdf

48. Escrita por Gilberto Braga, Aguinaldo Silva e Leonor Bassères, exibida originalmente de 16/5/1988 a 6/6/1989, com 204 capítulos, foi reprisada de maio a novembro de 1992, no horário vespertino. Em 2002, a Globo e a Telemundo coproduziram o *remake Vale tudo*.

*Pantanal*⁴⁹ pelo SBT. Um dos destaques deste ano vai para a notável repercussão da reprise de *Vale tudo* tanto na TV paga quanto nas redes sociais, no Twitter, principalmente⁵⁰. *Vale tudo* é um marco na teledramaturgia não apenas pela grande audiência que obteve ou pela qualidade do texto e do elenco, mas, principalmente, pela fina interlocução com os problemas econômicos, sociais e políticos do final dos anos 80.

A reapresentação de telenovelas que se consolidaram como verdadeiros ícones enseja uma releitura de narrativas produzidas em outro momento vivido pelo país, evidenciando mudanças e permanências de valores, costumes e pensamento da população. Repercutem na elaboração da memória social e na (re)construção da identidade individual ou coletiva e se ancoram na credibilidade e legitimação conseguida pela telenovela, o que a leva a atuar como “recurso comunicativo” para a cidadania no Brasil (Lopes, 2009).

Coproduções internacionais da TV Globo

Em 2010, a Globo adotou estratégias diferenciadas de coprodução internacional buscando atingir principalmente o mercado ibero-americano e latino dos Estados Unidos. As parcerias para a produção de três telenovelas ocorreram com a norte-americana Telemundo Internacional (*El clon*), a mexicana TV Azteca (*Entre el amor y el deseo*) e a portuguesa SIC (*Laços de sangue*). O *remake* de *O clone* (2001) de Glória Perez é a segunda parceria entre Globo e

49. Produzida e exibida em 1990 pela extinta TV Manchete, delineou um movimento de renovação da ficção seriada brasileira, segundo Machado e Becker (2008). Sua reprise em 2008 reabriu o debate sobre o que é qualidade na televisão. (*Anuário Obitel* 2009, p. 117).

50. Cf. matéria “Sucesso da reprise de *Vale tudo* faz canal criar cotas de patrocínio às pressas”, do jornal *Folha de S. Paulo*, 31/10/2010. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/821778-sucesso-da-reprise-de-vale-tudo-faz-canal-criar-cotas-de-patrocinio-as-pressas.shtml>.

Telemundo⁵¹. Para realizá-lo, a Globo vendeu a marca, o roteiro e um pacote de consultoria de figurinos, elencos e cenários⁵². A adaptação do texto e a escolha do elenco ficaram a cargo da Telemundo, que ambientou a trama em Miami e a gravou na Colômbia. *Entre el amor y el deseo*, regravação de *Louco amor* (1983), de Gilberto Braga, primeira parceria entre Globo e tv Azteca, também apresenta modelo de produção com adaptação da sinopse pela emissora mexicana e gravações no México, tendo a Globo oferecido consultoria na fase de pré-produção e acompanhamento de todo o processo de produção. Com *Laços de sangue* em Portugal adota-se um modelo de coprodução diferente dos citados anteriormente, não envolve roteiro original brasileiro e há supervisão do brasileiro Aguinaldo Silva. Por fim, ressalte-se que tais coproduções não foram feitas para exibição no Brasil.

60 anos de tv e a telenovela no Brasil: refazendo a memória

Nascida em 1950 pelas mãos do empresário Assis Chateaubriand, a televisão tornou-se o principal meio de comunicação do país, presente em 95% dos lares. Em 2010, diversas comemorações marcaram os 60 anos de tv no Brasil. Em documentários, exposições, debates e seminários organizados em vários estados do país foram discutidos conteúdos, políticas de comunicação e mudanças no atual cenário com a entrada da tv digital e de outras plataformas. Nesses eventos também se recordaram aspectos da história da telenovela como o principal e mais característico produto da indústria televisiva brasileira.

51. A primeira ocorreu em 2001 com o *remake* de *Vale tudo* (*Vale todo*).

52. Cf. matéria “Estreia hoje *El clon*” no jornal *O Estado de S. Paulo*, de 15/2/2010.

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva

A qualidade dos programas de televisão é um tema recorrente, apesar de sua complexa definição, que pode se referir a recursos técnicos do meio, à questão estética, à recepção e ao conteúdo dos programas. Pujadas (2001) afirma que a legitimidade de qualquer um dos significados da palavra “qualidade” encerra um certo relativismo, pois envolve o contexto, a vinculação a determinado grupo social, a subjetividade de quem fala ou as estratégias de legitimação utilizadas. Dessa forma, a qualidade pode depender de diversos fatores, entre eles: quem está analisando o programa; quais as referências culturais de quem o analisa; em que contexto está sendo analisado; em que cultura o programa se insere; quando foi produzido e quando foi transmitido; qual aspecto está sendo analisado (técnico, estético, pedagógico); se a análise se ancora no ponto de vista do receptor, do realizador ou da emissora.

Borges (2008), analisando os diversos estudos existentes sobre o tema, classifica os critérios de qualidade em três conjuntos básicos: (1) *plano da expressão*, que se refere à qualidade da produção, envolvendo conceitos estéticos como os códigos visuais (câmera, iluminação, atuação de atores etc.), sonoros (tipo e qualidade do áudio), sintáticos (ritmo, edição) e gráficos (grafismos, oráculos etc.); (2) *plano do conteúdo*, que envolve a recepção levando em conta a democratização do acesso à arte e os debates sobre a cultura e suas funções de estímulo à participação sociocultural; e (3) *mensagem audiovisual*, ligada à mensagem envolvendo aspectos técnicos e inovações da linguagem, originalidade do formato e eficácia da mensagem em relação à proposta da produção e a receptividade ativa do espectador. Esses conjuntos devem ser vinculados também aos critérios propostos por Mulgan (1990), que aponta a importância dos aspectos técnicos da produção, a participação pública e a “comoção

social”, além de chamar atenção para o caráter pedagógico da mensagem, levando em conta valores morais e valorização das diferenças e direitos das minorias.

Ao invés de critérios internos à própria televisão e de tomar como referência os recursos e as potencialidades do próprio veículo, a qualidade da televisão é avaliada, em geral, por critérios elaborados em conceitos desenvolvidos em/para outros meios mais tradicionais que detêm uma fortuna crítica mais consolidada como o teatro, o cinema e a literatura⁵³.

A telenovela, com sua especificidade de gênero e de formato, é geralmente pouco valorizada em termos de apreciação estética. Entre os elementos destacados por seus críticos estão a própria serialidade com sua especificidade estrutural e tratamento temático; a frequência diária que impõe à produção um ritmo frenético; a exigência por inovações para que o público não se canse da trama; grande esforço de produção, recursos técnicos e mão de obra especializada. Nesse sentido, compreende-se a serialidade como “falta de bom gosto, (...) falta de critério estético e, sobretudo, com o popular em seu sentido pejorativo” (Motter e Mungioli, 2006, p. 65). Machado (2003, p. 27) afirma que essa visão sobre a serialidade tem provocado um verdadeiro divórcio entre criatividade e os produtos oriundos de tecnologias que permitem a reprodução. Em geral, por meio desse tipo de aproximação consideram-se a reprodução em larga escala de uma obra e seu conseqüente consumo por um público bastante amplo e heterogêneo como elementos depreciativos para o julgamento estético. Deve-se destacar, portanto, que a rejeição à serialidade não se funda apenas em questões estéticas,

53. Embora textos clássicos especializados em estudos de televisão já tenham apontado para a impropriedade desse uso, como Fiske e Hartley (1978, p. 15), que argumentam que “cada meio tem seu próprio e único conjunto de características” (...) Qualquer tentativa de decodificar um “texto” de televisão como se ele fosse um texto literário não estará somente fadada ao fracasso como também provavelmente resultará numa avaliação negativa do meio.

mas sim em posicionamento ideológico que considera a televisão incapaz de produzir fruição estética.

Crítica dessa tendência, Buonanno (2004) faz a distinção entre as duas formulações, “ficção de qualidade” e “qualidade da ficção”. Entende que a primeira acaba sendo matéria de opinião, de interesse ou de imposição de poder, além de constituir-se em um consenso genérico sobre princípios abstratos. A segunda é vista sendo *qualidade como requisito de sistema* e remete, em primeiro lugar, à *qualidade do ambiente produtivo*, pois aí se identifica o grau de evolução de uma indústria e se constrói a sua competitividade. Os fatores produtivos desse ambiente implicam na criação de um pessoal altamente qualificado e especializado em práticas de gestão, de organização, práticas administrativas, produtivas, criativas, performativas, técnicas de todos os setores da indústria televisiva. É a chamada “profissionalidade técnica” dos recursos humanos, necessária, mas não suficiente se não for acompanhada pela “profissionalidade cultural”, que afinal torna possível saber contar histórias que a nação desfrute. Envolvida na profissionalidade cultural estão a categoria autoral de escritores e diretores e todo o tipo de ações formativas dos recursos humanos orientados à construção dos perfis profissionais de atores, produtores, realizadores etc.

Há dois eixos básicos que, segundo Buonanno, devem sustentar os critérios de qualidade da ficção televisiva. O primeiro é a já referida *qualidade do ambiente produtivo*. E o segundo é a *indigenização* da ficção, através da qual a natureza da televisão como veículo local e nacional volta-se para os costumes, estilos de vida, sotaques, paisagens, figuras, todos vinculados e pertencentes ao mundo social próprio, e através da qual ressoam as esferas da própria experiência localmente situada. É nesse território doméstico que a ficção se define como produto destinado, em grande medida, a ser produzido e consumido no mercado interno, sendo as condições da demanda interna uma grande determinante da eventual vantagem competitiva internacional da ficção doméstica.

A qualidade da ficção televisiva no Brasil

No caso brasileiro, a questão da qualidade na televisão começa a se evidenciar a partir dos anos 70, quando a rede Globo, já se consolidando como rede nacional, decidiu optar por uma completa reformulação de sua programação. É possível identificar nessa opção a construção da qualidade do ambiente produtivo a que nos referimos acima. É, então, cunhada a expressão “padrão Globo de qualidade”, que se populariza⁵⁴.

Ao longo do anos 70, a tv Globo sedimentou, no imaginário (e no orgulho) nacional, uma concepção mista de qualidade televisiva, capaz supostamente de harmonizar distintos critérios de excelência: junto ao peso do discurso empresarial (êxito comercial; infraestrutura; empregos; índices de audiência; exportação de programas (...)) firmava-se, também, certa dimensão artística e cultural (apuro técnico; efeitos especiais; cenários; programação visual; modernização dos gêneros; divulgação da tradição, da cultura, dos artistas e dos autores nacionais) (Freire Filho, 2004, p. 101).

Nesses últimos 40 anos, principalmente a telenovela assumiu o lugar de uma *narrativa nacional* de caráter peculiar e único, abrangendo o cotidiano da sociedade, alimentando um repertório comum, por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras.

A telenovela conquistou reconhecimento público como produto estético e cultural, convertendo-se em figura central da

54. Apesar da popularização dessa expressão, a qualidade do ambiente produtivo tem sido raramente tematizada no país no debate da ficção televisiva como qualidade, tanto na academia como no jornalismo, como se fosse possível dar por descontado esse fator e usando a expressão como mero *slogan*.

cultura e da identidade do país. (...) Essa situação alcançada pela telenovela é responsável pelo caráter, senão único, pelo menos peculiar, de ser uma “narrativa nacional” que se tornou um “recurso comunicativo” que consegue comunicar representações culturais que atuam, ou ao menos tendem a atuar, para a inclusão social, a responsabilidade ambiental, o respeito à diferença, a construção da cidadania (Lopes, 2009, p. 22).

Apesar, ou mesmo por causa, do forte sentido de identidade nacional de sua ficção, a Globo iniciou um bem-sucedido processo de exportação na década de 70, conquistando boa aceitação no mercado internacional⁵⁵. Nesse setor, também cabe a menção ao canal internacional⁵⁶ e ao aumento da presença em feiras internacionais do mercado de teleficção.

Além disso, a Globo tem reafirmado sua hegemonia através da excelência técnica, desde seu sinal de transmissão até os cuidados com a ficção. É a emissora que mais investe nas produções, a única a possuir um elenco fixo de atores com contrato exclusivo e igualmente de autores de telenovelas, nomes já conhecidos pela população. Construiu a Central Globo de Produção (conhecida como Projac), o maior complexo televisivo da América Latina – que abriga os estúdios e as cidades cenográficas de sua teledramaturgia. Observa-se o crescente número de gravações internacionais, grava-

55. Conforme afirmamos neste capítulo, no momento atual a Globo está entrando em outro patamar da internacionalização, que é a expansão de coproduções em língua inglesa, através de sua divisão Globo tv International.

56. Lançada em 1999, a tv Globo Internacional é um canal por assinatura, transmitido via satélite, cabo e IPTV, totalmente em português. Seu público-alvo é de aproximadamente 5,5 milhões de pessoas, incluindo brasileiros, portugueses e lusófonos. Atualmente, a tv Globo Internacional está disponível em 115 países, com aproximadamente 550.000 assinantes nos cinco continentes: África, América, Ásia, Europa e Oceania. A programação da TVGI é similar à da tv Globo no Brasil, à exceção dos programas envolvidos em direitos de transmissão internacional.

ções e treinamentos em países por vezes fora do circuito turístico convencional (Mazziotti, 2004). Destaca-se, ainda, o cuidado com os aspectos básicos da produção, como figurino, cenografia, movimentação e quantidade de câmeras, além da trilha sonora, que gera produtos em CD.

Um caso de qualidade na ficção em 2010: a telenovela *Passione*

A telenovela, escrita por Sílvio de Abreu e dirigida por Denise Saraceni, ocupou o terceiro lugar entre os dez títulos mais vistos. Sua escolha deveu-se ao fato de atingir sucesso de público⁵⁷, sem abrir mão do tratamento estético cuidadoso e por mesclar conteúdos dos gêneros de suspense e de humor com temas sociais de interesse nacional. A combinação desses fatores levou também a uma boa acolhida da crítica de televisão⁵⁸. A análise da telenovela *Passione* foi baseada nos três planos apresentados por Borges (2008) como eixos dos critérios de qualidade de programas de televisão.

a) *Plano da expressão*: Em termos de tratamento estético e de linguagem audiovisual *Passione* fez uso de grandes planos e planos-sequência em que se destacam não apenas a bela paisagem da Toscana mas também as relações humanas tornadas visíveis por

57. Além de vários picos de audiência ao longo da história, *Passione* atingiu um recorde de 53 pontos em um dos capítulos da última semana, o que não acontecia desde 2009 com *Caminho das Índias*.

58. Por exemplo, matéria “Autor de *Passione* usa velhos recursos de forma magistral e sacoleja audiência, no jornal *Folha de S. Paulo* de 17/1/2011. A boa avaliação de *Passione* pode ser medida também pelas diversas premiações e indicações, entre as quais destacam-se: Prêmio Extra de “Melhor Telenovela”, “Melhor Ator Coadjuvante” e “Melhor Figurino”; Prêmio APCA (Associação Paulista de Críticos de Arte) de “Melhor Atriz” (Irene Ravache); Prêmio Arte e Qualidade Brasil de “Melhor Atriz” (Gabriela Duarte), que também foi eleita a melhor atriz pelos sites IG e UOL. *Passione* foi ainda indicada para a categoria de “Melhor Telenovela”, e Sílvio de Abreu foi indicado para a categoria “Melhor Autor de Telenovela”, no Prêmio Arte Qualidade Brasil.



Artista: Vik Muniz

Foto: Material de divulgação da telenovela *Passione*

meio de um olhar perscrutador, revelando uma estética bucólica que remete ao imaginário de um espaço geográfico em que se sobressai a pureza das relações entre homem e natureza e dos valores familiares autênticos. Cenário este que diverge do agitado cotidiano de São Paulo, principal metrópole brasileira, recheada de automóveis, arranha-céus e diversidade humana e social. São espaços que se contrapõem ideológica e esteticamente, formando um quadro de uma das principais contradições de nossa contemporaneidade. A apresentação desses espaços humanos e geográficos se faz por meio de locações na Itália e em São Paulo e pela construção de cidade cenográfica nos estúdios do Projac. A complexidade desses procedimentos envolvendo centenas de pessoas na sua execução denota o empenho na manutenção de um alto padrão de qualidade do ambiente produtivo. Um bom exemplo disso, e também do tecido intertextual sobre o qual se constrói a narrativa de *Passione*, pode ser observado já no primeiro capítulo em uma cena em que o protagonista assiste a um filme com Marcello Mastroianni e Sophia Loren. O filme é projetado na parede de uma casa de uma vila da Toscana produzindo um intertexto entre *Passione* e o filme *Cinema Paradiso* (1988), com o qual a telenovela dialoga mais diretamente.



Artista: Vik Muniz

Foto: Material de divulgação da telenovela *Passione*

Além disso, a qualidade do texto, com diálogos bem construídos, denota características das personagens, posição social e seus valores. Ainda no plano da expressão cabe destacar a beleza da abertura da telenovela criada pelo famoso artista plástico Vik Muniz⁵⁹ que, por meio do uso de sucata e materiais reciclados, criou instalações originais com os elementos temáticos da telenovela.

b) *Plano do conteúdo*: O roteiro de *Passione* caracterizou-se pelo forte *merchandising* social presente em temas polêmicos como aborto, pedofilia, assédio sexual⁶⁰, e que acabou gerando intenso debate nas redes sociais e também em termos institucionais dessas questões no país. Todos esses temas afloraram nos diversos núcleos dramáticos, possibilitando variadas temáticas que mantinham algum tipo de relação com a temática dominante da telenovela, o que a faz bastante representativa da estrutura de *subplots* da telenovela brasi-

59. O trabalho de Vik Muniz com os catadores de lixo do Jardim Gramacho, no Rio de Janeiro, é objeto do documentário *Lixo extraordinário*, indicado ao Oscar de melhor documentário, tornando-se o único representante brasileiro da premiação em 2010. O documentário é uma coprodução entre Brasil (O2 Filmes) e Inglaterra.

60. A repercussão do tema da exploração sexual de menores mobilizou a audiência através do Twitter e também foi motivo de matérias em jornais e telejornais.

leira. Dessa forma, a temática concretizada intratextual (dentro da telenovela) e extratextualmente (no âmbito da opinião pública e das instituições) permite a construção de discursos que se notabilizam pelo “caráter socioeducativo” (Mulgan, 1990) e que atuam como “recurso comunicativo” (Lopes, 2009), elementos definidores da telenovela brasileira.

c) *Mensagem audiovisual*: Sílvio de Abreu é considerado pela crítica nacional um autor corajoso e ousado. Suas telenovelas abordam temas polêmicos e se notabilizam por diálogos ao mesmo tempo ágeis e densos que cobram do telespectador atenção constante aos detalhes de caráter das personagens em interlocução direta com os espaços e os tempos sociais representados na trama. Também é conhecido por apresentar em seus roteiros operações de intertextualidade constantes com o cinema, tendo sido ele mesmo ator, diretor e roteirista de cinema. A abordagem própria dos temas, a qualidade da narrativa e o tratamento estético confluíram para uma grande proximidade entre a audiência e a ficção que pode ser observada pelo envolvimento dos telespectadores nas discussões em locais públicos e, agora, nas redes sociais.

Por fim, à luz dos critérios de qualidade aqui discutidos, é possível dizer que *Passione* justificou com bastante propriedade a sua escolha como caso de qualidade na telenovela, no ano de 2010.

Referências bibliográficas

- BORGES, GABRIELA (2008). Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica. Revista *Intercom*, São Paulo, n.1, v.1, jan./jun.
- BUONANNO, MILLY (2004). La qualità della fiction. Dal prodotto all'ambiente produttivo. In: BUONANNO, MILLY (Org.) *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction TV*. Napoli: Liguori.
- FISKE, JOHN E HARTLEY, JOHN (1978). *Reading Television*. Londres: Methuen.
- FREIRE FILHO, João (2004). Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. *Galáxia* n. 7, abril.
- LOPES, MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. Revista *MATRIZES*, ano 3, n.1, ago./dez.
- LOPES MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE ET AL. (2002). *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus.
- MACHADO, ARLINDO e BECKER, BEATRIZ (2008). *Pantanal: a reinvenção da telenovela*. São Paulo: Educ.
- MACHADO, ARLINDO (2003). *A televisão levada a sério*. 3. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- MAZZIOTI, NORA (2004). A força da emoção. A telenovela: negócios, audiências, histórias. In: LOPES, MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE (Org.). *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo, Loyola.
- MOTTER, MARIA LOURDES e MUNGIOLI, MARIA CRISTINA PALMA (2006). Serialidade: o prazer de ver e reconhecer. *Communicare*. V. 6, n.º 2.

- MULGAN, GEOFF (1990). Television's Holy Grail: seven types of quality. In: MULGAN, GEOFF. *The question of quality*. London: British Film Institute.
- PUJADAS, EVA (2002). Televisión de calidad y pragmatismo. *Cuadernos del CAC 13*, monotemático Los discursos sobre la calidad de la televisión, maio-ago.
- TODOROV, TZVETAN (2008). *Introdução à literatura fantástica*. São Paulo: Perspectiva.

CHILE: O FIM DA TV UNIVERSITÁRIA?

*Valerio Fuenzalida e Pablo Julio (coordenadores)¹
Verónica Silva, Alejandro Caloguerea, Soledad Gutiérrez,
Ignacio Polidura e Cristian Amaya²*

1. O contexto audiovisual do país

Quadro A. Redes nacionais de tv aberta no país	
Tipo de canal	Identificação
Público	TVN – Televisión Nacional de Chile
Universitário	UCV TV – Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Privado-universitário	UC TV Canal 13 – Grupo Luksic- Pontificia Universidad Católica de Chile
Privados	Chilevisión, Mega, Red ³ , Telecanal

EM 2010 ACONTECERAM duas mudanças muito importantes na tv aberta chilena. Chilevisión (CHV) foi originalmente o terceiro canal universitário criado no Chile em 1960, mas teve uma história de muitos altos e baixos, chegando a ser vendido para a Venevisión

1. Este relatório teve o apoio econômico do Concurso Creación y Cultura patrocinado pela Dirección de Arte y Cultura (DAC) da Vicerrectoría de Investigación (VRI) da Pontificia Universidad Católica de Chile.
2. Com a colaboração de Time Ibope.
3. Red e Telecanal estão vinculados ao empresário de televisão Ángel González.

em 1995, para o grupo Claxson em 2000, e depois, em 2005, para o político e empresário chileno Sebastián Piñera. Em 11 de março de 2010 Sebastián Piñera assumiu a Presidência da República e, em agosto de 2010, CHV foi vendido à operadora global Time Warner.

A segunda mudança foi a venda (agosto de 2010) de 67% da UC tv Canal 13, da Pontificia Universidad Católica de Chile, para o grupo empresarial chileno Luksic; a Universidad conserva 33% da propriedade do canal com uma representação proporcional no novo conselho da empresa. Segundo a Cuadro B, nos últimos cinco anos a tv 13 caiu do primeiro lugar, em 2005, para o quarto lugar na audiência média anual. O canal teve uma condução editorial e empresarial errática que o fez perder sintonização e acumular uma dívida de cerca de 60 milhões de dólares.

Com ambas as vendas parece terminar a experiência chilena de ter canais massivos operados pelas duas mais importantes universidades do país, canais pioneiros que começaram a transmitir em 1959-1960⁴. A discussão acerca das razões do fracasso dessa original experiência aponta para as dificuldades próprias da cultura universitária, lecto-escrita, em comunicar massivamente através da linguagem audiovisual, e também para a incapacidade universitária de gerir de maneira adequada empresas com caráter industrial, incluindo um planejamento deficiente de governança corporativa.

A tv aberta continua à espera do novo marco jurídico que deverá normalizar as transmissões digitais.

4. A Universidad Católica tem o direito de recomprar até completar 50% da nova sociedade constituída.

1.1. Evolução histórica e momento atual na TV

Quadro B. Audiência residencial anual por canal								
Ano	13	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecanal	TV por assinatura
2005	9,0	5,4	8,3	8,9	0,5	4,5	0,2	6,2
2006	7,3	6,3	7,5	8,5	0,6	3,7	1,4	7,3
2007	7,1	5,9	7,5	8,3	0,6	3,4	1,1	6,5
2008	6,9	6,4	7,9	7,2	0,6	2,4	1,0	5,9
2009	6,9	6,6	7,4	7,7	0,6	1,8	0,6	8,7
2010	5,4	7,1	7,3	7,6	0,7	2,0	0,7	10,7

Fonte: Time Ibope

Os dados históricos mostram que a TVN, o canal público, se mantém em primeiro lugar com 7,6% de audiência média anual em 2010. Mega e CHV fazem uma forte concorrência ao canal público líder, mostrando uma tendência de crescimento constante. Um dado histórico importante é o **crescimento de audiência na TV por assinatura**: no ano de 2010 o *share* anual da **TV por assinatura alcançou 25,8%, ou seja uma quarta parte do *share* total da TV.**

Quadro C. <i>Share</i> médio residencial total anual por canais ⁵									
Ano	13	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecanal	TV aberta	TV por assinatura
2005	21,0	12,6	19,3	20,7	1,1	10,5	0,4	85,6	14,4
2006	17,1	14,8	17,6	19,9	1,5	8,8	3,2	82,9	17,1
2007	17,6	14,6	18,5	20,6	1,5	8,3	2,8	83,9	16,1
2008	18,1	16,7	20,7	18,9	1,4	6,3	2,5	84,5	15,5
2009	17,1	16,5	18,3	19,1	1,5	4,4	1,6	78,5	21,5
2010	13,0	17,1	17,6	18,4	1,6	4,8	1,7	74,2	25,8

Fonte: Time Ibope

5. Como numa residência com vários televisores se pode assistir mais de um canal ao mesmo tempo, as cifras mostradas aqui diferem das mostradas mais adiante sobre tempos de consumo por pessoa, já que aqui usou-se como base o consumo individual.

Quadro D. Síntese comparativa em categorias de programação: transmissão e audiência						
Categoria	Programação anual 2010			Programação anual 2009		
	# horas	% tempo	% audiência	# horas	% tempo	% audiência
Ficção	20.260	38,2	36,1	19.640	36,9	34,9
Informação	11.928	22,5	40,0	9.515	17,9	36,7
Espectáculos	9.038	17,0	10,8	10.847	20,4	14,8
Serviços	5.440	10,3	8,0	5.978	11,2	8,6
Esportes	1.149	2,2	1,7	1.097	2,1	1,6
Outros	5.234	9,9	3,5	6.128	11,5	3,4
Total geral	53.049	100	100	53.205	100	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Em 2010 a tendência para o **interesse da audiência na informação**, já constatada no ano anterior, continua: no total da programação, 40% da sintonização estão nos programas da área da informação, subindo de 36,7% no ano de 2009. Ainda que a oferta de informação tenha aumentado de 17,9% para 22,5% em 2010, a audiência quase dobra essa oferta. Em **segundo lugar está a ficção**, que subiu levemente em oferta de tela (de 36,9% para 38,2%) e cresceu em índice de audiência (de 34,9 para 36,1). **Informação e ficção juntas representam 60,7% do tempo de programação na tela e 76,1% do consumo televisivo**. O interesse na informação televisiva é percebido também no *ranking* dos canais de TV paga, onde o canal segmentado de informação 24 Horas (produzido pela TVN) e o canal CNN Chile ocupam respectivamente o oitavo e o décimo lugar entre os canais pagos. **A área da programação de espetáculos continua caindo**, tanto na oferta de tela (diminui de 20,4% para 17,0%) quanto na sintonização por parte da audiência (cai de 14,8% para 10,8%).

Quadro E. Participação da ficção televisiva no tempo de transmissão e audiência segundo a sua origem				
Ficção tv 2010	Nacional %	América Latina %	América do Norte %	Outras %
% Tempo	21	38	39	2
% Audiência	49	31	19	0,4

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

O quadro E, que compara transmissão e audiência atribuída, mostra que continua havendo forte **preferência pela ficção nacional**: o tempo de tela se mantém no terceiro lugar de participação, atrás da ficção de origem norte-americana e latino-americana, mas **conserva o primeiro lugar de audiência, crescendo até 49%**. A ficção norte-americana tem o primeiro lugar de transmissão, com 39%, mas fica com a menor audiência, apenas 19% de preferência. A ficção de origem latino-americana vem crescendo em presença de tela (38% em 2010) mas fica em torno de 30-32% de audiência.

A tvn é o canal que mais veicula ficção nacional (80% de sua transmissão de ficção são de origem nacional), com o percentual mais baixo de transmissão de ficção do exterior. O Canal 13 tem diminuído a ficção nacional na sua transmissão, assim como a CHV; ambos canais veiculam significativos percentuais de ficção norte-americana. A Mega mantém uma parcela relativamente constante de horas de ficção nacional, mas é um grande veiculador de ficção latino-americana (66,1% de sua ficção).

1.2. Público de salas de cinema

Quadro F. Público de salas de cinema					
Público de cinema	2010		2009		Variación
	#	%	#	%	%
Cinema chileno	351.243	2,4	547.511	3,8	-35,8
Cinema estrangeiro	14.362.788	97,6	13.895.085	96,2	3,4
Total	14.714.031	100	14.442.596	100	1,9

Fonte: Cámara de Distribuidores Cinematográficos – Cadic

O público chileno de salas de cinema continua em baixa, perdendo uma terceira parte dos 939.835 espectadores a que se chegou no ano de 2008. Esses dados se contrapõem aos do quadro E, que mostra 49% de sintonização na ficção nacional veiculada na TV.

1.3. Internet e telefonia móvel

Em outubro de 2010, segundo a Subsecretaría de Telecomunicaciones (<www.subtel.cl>), existem no Chile 2.910.244 conexões à internet, sejam **fixas** (dedicadas ou comutadas) ou **móveis**. Do total de conexões, 61,8% correspondem a conexões fixas (1.801.802) e 38,2% a conexões móveis (1.108.442), o percentual mais alto da América do Sul; a projeção para 2011 é a banda larga móvel superar a conexão fixa; a internet constituirá, assim, uma tecnologia mais pessoal do que residencial. A telefonia móvel supera os 19 milhões de usuários, num país com 17 milhões de habitantes (Atelmo).

1.4. Investimento publicitário nos meios

A Asociación de Agencias de Publicidad disponibiliza as estatísticas de investimento publicitário no meio do ano, motivo pelo qual na data de redação deste relatório somente são conhecidos valores do ano de 2009. Segundo eles, a TV aberta continua sendo o meio de maior participação e que, por primeira vez nos últimos 25 anos, concentra algo mais da metade (51,5%, correspondentes a 447 milhões de dólares) do total anual do investimento publicitário (869 milhões de dólares), sem contar 2% de publicidade na televisão por assinatura. Embora a TV aberta cresça em participação, demonstra grande estabilidade através dos anos. Como comparação, a indústria das telecomunicações representa no Chile cerca de 6 bilhões de dólares anuais, dos quais 600 milhões de dólares (10%) correspondem aos assinantes da TV por assinatura. A telefonia celu-

lar representa mais de 3 bilhões de dólares do setor das telecomunicações. O segundo meio em participação publicitária são os jornais (25,9%), com uma tendência de queda ao longo do período. A TV a cabo e os meios on-line apresentam uma participação pequena, mas com crescimento ininterrupto.

1.5. Debate nacional sobre políticas de comunicação

Do ponto de vista das políticas de comunicação, a decisão mais importante tomada no Chile foi a adoção da norma nipo-brasileira para as transmissões de televisão digital terrestre (14 de setembro de 2009). Porém, para essa decisão ser operativa, é necessário legislar sobre outros aspectos do sistema televisivo e particularmente da televisão pública: regimes de concessões, distribuição de sinais, atribuições do Conselho Nacional de Rádio e Televisão, configuração e financiamento da televisão pública.

Os dados apresentados pelo Obitel em relatórios prévios chamaram atenção para a diferença entre os dois sistemas massivos de produção e transmissão de ficção audiovisual no Chile. Os quadros E e F acima permitem observar que a ficção chilena exibida em salas de cinema e na TV são aceitas de modo muito diferente pela audiência: grande audiência para a ficção nacional na TV aberta apesar da enorme presença de ficção norte-americana; nas salas de cinema, entretanto, o cinema norte-americano tem enorme sucesso de público e os filmes nacionais têm pouca divulgação, no total e individualmente. A informação do Obitel permite observar problemas e contradições. Isso chama atenção para a necessidade de aprofundar a pesquisa acerca desses dois sistemas massivos de produção/transmissão da área audiovisual chilena e a sua aceitação diferenciada pelas audiências, de modo que seja possível elaborar hipóteses mais confiáveis para a tomada de decisões de realizadores audiovisuais privados e para o encaminhamento de políticas públicas da área do audiovisual.

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

Tabela 1. Programas de estreia em ficção para televisão exibidos em 2010 (origem e canal)

Chile		Argentina		
CHV	Sitcom	Red	Secreto de amor	Telenovela
	<i>Aquí no hay quien viva</i>			
	<i>Don Diablo</i> ⁶			
	<i>Manuel Rodríguez</i>	Brasil		
	<i>Mujeres de lujo</i>	13	<i>Caras & bocas</i>	Telenovela
	<i>Sin anestesia</i>	13	<i>Duas caras</i>	Telenovela
	<i>Cartas de mujer</i>		<i>Caminho das Índias</i>	Telenovela
	<i>Infieles</i>		<i>A favorita</i>	Telenovela
Mega	<i>Adiós al Séptimo de Línea</i>		<i>Viver a vida</i>	Telenovela
	<i>BKN Bakkan</i>			
	<i>La colonia</i>			
TVN	<i>El día menos pensado</i>	Colômbia		
	<i>Los Venegas</i>	CHV	<i>Drogas y conflictos</i>	Série
	<i>Una pareja dispareja</i>			
	<i>40 y tantos</i>	USA (produção hispânica)		
	<i>Conde Vrolok</i>	CHV	<i>Gabriel: amor inmortal</i>	Minissérie
	<i>Karkit</i>	CHV	<i>Eva Luna</i>	Telenovela
	<i>La familia de al lado</i>		<i>Más sabe el diablo</i>	Telenovela
	<i>Los ángeles de Estela</i>		<i>Niños ricos, pobres padres</i>	Telenovela
	<i>Marín Rivas</i>		<i>Perro amor</i>	Telenovela
			<i>El clon</i>	Telenovela

13	<i>Los 80: más que una moda</i>	Série	Mega	<i>Persiguiendo injusticias</i>	Docudrama
	<i>Volver a mí</i>	Série		<i>Como ama una mujer</i>	Minissérie
	<i>Feroz</i>	Telenovela	Red	<i>Decisiones</i>	Docudrama
	<i>Primera dama</i>	Telenovela			
UCV	<i>Secreto a voces</i>	Docudrama	México		
			Mega	<i>Corazón salvaje</i>	Telenovela
			Mega	<i>Hasta que el dinero nos separe</i>	Telenovela
				<i>Llena de amor</i>	Telenovela
				<i>Mar de amor</i>	Telenovela
				<i>Mi pecado</i>	Telenovela
				<i>Sortilegio</i>	Telenovela
				<i>Soy tu dueña</i>	Telenovela
			Red	<i>Lo que callamos las mujeres</i>	Docudrama
				<i>Mujer: casos de la vida real</i>	Docudrama
				<i>La Rosa de Guadalupe</i>	Série
				<i>Deseo prohibido</i>	Telenovela
				<i>La verdad oculta</i>	Telenovela
				<i>Teresa</i>	Telenovela
				<i>Zacatillo</i>	Telenovela

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

6. *Don Diablo* é uma produção com características similares a *Amor virtual*, também da Chilevisión. Este último não é incluído já que se veicula como uma seção de um outro programa, *Yingo*.

Tabela 2. Total de ficção de estreia para televisão

Ficção	Títulos		Cap/ep		Horas	
	#	%	#	%	#	%
Nacional	24	44,4	1304	29,4	671:02	18,8
Ibero-americana	30	55,6	3138	70,6	2103:19	81,2
Latino-americana (Obitel)	21	38,9	2387	53,7	1603:22	53,6
Latino-americana (não Obitel)	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	9	16,7	751	16,9	499:57	24,6
Ibérica	0	0	0	0	0	0,1
Coprodução	0	0	0	0	0	3,0
Total Obitel	54	100	4442	100	2774:21	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

No tocante à quantidade de novos títulos, a ficção chilena de estreia tem demonstrado uma certa **estabilidade**: 29 títulos em 2006, 31 em 2008, 29 em 2009 e 24 em 2010. Em termos de horas, a produção ficcional nacional de estreia cresceu: 667 horas em 2008, 644 horas em 2009 e 707 horas em 2010. Ainda que, em títulos de estreia, a ficção nacional signifique 44,4%, em quantidade de horas representa apenas 18,8%; o motivo aparece na tabela 4: a ficção ibero-americana veiculada corresponde a telenovelas, com grande número de horas; o Chile, pelo contrário, tem mais títulos de outros gêneros com menor quantidade de horas de transmissão. Em relação ao ano de 2009, diminuiu a quantidade de títulos exibidos (de 79 para 54) e de horas de ficção de estreia (3431:40 a 2774:21).

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

Ficção	Títulos		Cap/ep		Horas	
	#	%	#	%	#	%
Argentina	1	2,5	112	0,5	76:11	0,6
Brasil	5	8,9	481	12,6	337:52	13,1
Chile	24	36,7	1304	24,2	671:02	18,8
Colômbia	1	6,3	1	5,0	0:41	5,9
EUA (produção hispânica)	9	15,2	751	21,3	499:57	24,6
Espanha	0	1,3	0	0,1	0	0,1
México	14	25,3	1793	33,7	1188:38	33,8
Portugal	0	0	0	0	0	0
Uruguai	0	0	0	0	0	0
Venezuela	0	1,3	0	0,1	0	0,1
Coprodução	0	2,5	0	2,5	0	3,0
Total Obitel	54,0	100	4442	100	2774:21	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Nos 54 títulos de estreia, o **Chile ocupa o primeiro lugar**, com 24 títulos, e o restante dos países integrantes do Obitel apresenta 30 títulos (contra 50 do ano de 2009). Levando-se em consideração a origem das ficções importadas, o **México** aparece em primeiro lugar (14 títulos com 1188:38 horas contra 20 títulos com 1160 horas em 2009 e cinco títulos com 489 horas em 2008); a produção mexicana foi veiculada particularmente em dois canais: Mega e Red. A transmissão de **produção de origem EUA-Hispânica aparece em segundo lugar** com nove títulos e 499:57 horas, contra 12 títulos com 844 horas em 2009 e seis títulos com 344 horas no ano de 2008.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixas horárias	Nacionais						Ibero-americanos						Total									
	Cap/ep		Horas		Cap/ep		Horas		Cap/ep		Horas		Cap/ep		Horas							
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%						
Manhã (6h-12h)	2	0,2	2:17	0,3	0	0	0	0	2	0	2:17	0,1	201	15,4	91:23	13,6	3021	96,3	3222	72,5	2117:53	76,3
Tarde (12h-20h)	1060	81,3	544:53	81,2	102	102	66:07	3,1	1162	26,2	611:00	22,0	41	3,1	32:29	4,8	15	0,5	56	1,3	43:11	1,6
Noturno (24h-6h)	1304	100	671:02	100	3138	100	2103:19	100	4442	100	2774:21	100										
Total																						

Fonte: Time Ibope e Orbitel Chile

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacional						Ibero-americana					
	Títulos		Cap/ep		Horas		Títulos		Cap/ep		Horas	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
Telenovela	12	50,0	938	71,9	449:49	67,0	22	73,3	2223	70,8	1503:55	71,5
Série	3	12,5	68	5,2	52:50	7,9	2	6,7	258	8,2	166:51	7,9
Minissérie	1	4,2	10	0,8	10:16	1,5	2	6,7	14	0,4	10:01	0,5
Sitcom	4	16,7	212	16,3	111:54	16,7	0	0	0	0	0	0
TV movies	2	8,3	57	4,4	30:42	4,6	0	0	0	0	0	0
Docudrama	2	8,3	19	1,5	15:31	2,3	4	13,3	643	20,5	422:32	20,1
Total Orbitel	24	100	1304	100	671:02	100	30	100	3138	100	2103:19	100

Fonte: Time Ibope e Orbitel Chile

Os horários da tarde (12h-20h) e o *prime time* (20h-24h) juntos concentram cada vez mais a transmissão de ficção de estreia: 98,3% de horas de transmissão contra 86% do ano anterior. Mas, assim como nos anos anteriores, a **ficção chilena é veiculada prioritariamente no *prime time*** (544:53 horas; **81,20% da exibição de ficção de estreia chilena acontecem no *prime time***). A ficção dos outros países ibero-americanos mantém a tendência de preencher a tarde televisiva: com 2026:30 horas de transmissão nesse horário, concentra nele 96,3% da sua exibição; segundo a tabela 5, o gênero telenovela abrange 22 dos 30 títulos importados.

Aumenta a variedade de títulos na produção nacional: 12 títulos são telenovelas e 12 pertencem a outros formatos. À telenovela nacional correspondem 12 dos 24 títulos de estreia, mas tal formato ocupa mais da metade das horas de transmissão – 449:49 (67%) das 671:02 horas anuais de estreia ficcional. Os títulos nacionais de gêneros diferentes da telenovela são *sitcoms* (quatro títulos), séries (três títulos) e temporadas de *TV movies* e docudramas, ambos formatos com dois títulos cada. **A telenovela é o gênero importado mais amplamente presente na tela:** 22 dos 30 títulos de origem importada, que perfazem 1503:55 horas (71,5%) do total de 2103:19 horas. Em 2009 foram 40 telenovelas em 50 títulos; isso indica o sucesso do formato na circulação de origem internacional mas também a grande dificuldade de se encontrar outros gêneros ficcionais de aceitação universal. Essa dificuldade pode constituir o obstáculo à diversificação verificado no país: sem circulação de origem internacional fica difícil a sustentabilidade apenas no Chile.

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã		Tarde		Prime time		Noturno		Total	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
Telenovela	0	0	1	33,3	11	61,1	0	0	12	50
Série	0	0	1	33,3	1	5,6	1	33,3	3	12,5
Minissérie	0	0	0	0	1	5,6	0	0	1	4,2
Sitcom	0	0	1	33,3	2	11,1	1	33,3	4	16,7
TV movies	0	0	0	0	2	11,1	0	0	2	8,3
Docudrama	0	0	0	0	1	5,6	1	33,3	2	8,3
Total	0	0	3	100	18	100	3	100	24	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Situando cada **título nacional** no horário preponderante em que é veiculado, observa-se que o horário predominante para a transmissão da ficção televisiva nacional de estreia é o *prime time*. Nas manhãs não é transmitida ficção nacional; nas tardes são veiculadas telenovelas, séries e *sitcoms*; o *prime time* é dominado pelas telenovelas: 11 dos 18 títulos transmitidos, com 61,1% do tempo.

Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios (sem intervalos comerciais)

Duração	Nacionais		Ibero-americanos		Total	
	#	%	#	%	#	%
Curta (30')	832	63,8	278	8,9	1110	25,0
Média (30'-60')	443	34,0	2800	89,2	3243	73,0
Longa (60'+)	29	2,2	60	1,9	89	2,0
Total	1304	100	3138	100	4442	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Nas transmissões ibero-americanas, 89,2% apresentam uma duração de cerca de uma hora televisiva nos episódios/capítulos, já que têm, principalmente, o formato de telenovela. No caso chileno, tanto os novos formatos quanto a crescente produção de telenovelas noturnas, feitas para serem veiculadas após os noticiários centrais, tendem a usar capítulos com duração menor a uma hora televisiva (habitual na telenovela tradicional vespertina, anterior às notícias): isso explica a maior presença (63,8%) de formatos com menos de 30 minutos televisivos.

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos		Cap/ep		Horas	
	#	%	#	%	#	%
Presente	18	75	899	68,9	455:03	67,8
Passado	2	8,3	82	6,3	42:10	6,3
Histórica	4	16,7	323	24,8	173:49	25,9
Outra	0	0	0	0	0	0
Total	24	100	1304	100	671:02	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile. Foram consideradas históricas as ambientações focadas há mais de 50 anos do tempo presente.

O canal público TVN se mantém no topo com seis títulos nos *top ten*, o que mostra não somente uma forte capacidade de produção dramática como também uma opção editorial-conceitual pela ficção de telenovela. O Canal 13 continua presente com dois dos *top ten*, mas a série *Los 80: más que una moda* foi um sucesso de audiência e em padrão de qualidade. A CHV mantém dois títulos, e a Mega não figura, do mesmo modo que nos anos anteriores, com ficções nacionais entre os *top ten*. Permanece o comportamento histórico que mostra o horário de 22h a 23h como o mais atraente para a audiência: os primeiros quatro *top ten* foram veiculados nesse horário privilegiado e todos os demais no horário *prime time*, definido

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, *share*

Título	Origem do roteiro	Produtora	TV pública ou privada	Formato	Roteirista	Aud. %	Share %
1. <i>Los 80: más que una moda</i>	Chile	Wood Producciones	13	Série	Rodrigo Cuevas	26,8	38,6
2. <i>40 y tantos</i>	Chile	Próprio canal	TVN (público)	Telenovela	Marcelo Leonart	20,1	28,1
3. <i>Conde Vrolok</i>	Chile	Próprio canal	TVN (público)	Telenovela	Pablo Illanes e outros	19,4	27,7
4. <i>Mujeres de lujo</i>	Chile	Próprio canal	CHV	Telenovela	Coca Gómez e outros	18,3	26,4
5. <i>Martín Rivas</i>	Chile	Próprio canal	TVN (público)	Telenovela	Víctor Carrasco e outros	18,2	27,3
6. <i>Infieles</i>	Chile	Próprio canal	CHV	TV movie	Variável	16,7	25,6
7. <i>La familia de al lado</i>	Chile	Próprio canal	TVN (público)	Telenovela	José Ignacio Valenzuela	15,8	26,2
8. <i>El día menos pensado</i>	Chile	Geo Imagen	TVN (público)	Docudrama	Carlos Pinto	15,0	21,1
9. <i>Los ángeles de Estela</i>	Chile	Próprio canal	TVN (público)	Telenovela	Hugo Morales e outros	13,2	26,5
10. <i>Volver a mí</i>	Chile	Próprio canal	13	Série	María Izquierdo	12,1	21,3
Total de produções: 10			Roteiros originais nacionais: 10				
100%			100%				
						Roteiros originais estrangeiros: 0	
						0%	

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número de capítulos	Duração do cap/ep	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
1. <i>Los 80: más que una moda</i>	Série	Drama	2008 - 2010	10	65'	Out-2008	Dez-2010	Prime time
2. <i>40 y tantos</i>	Telenovela	Drama	2010 - 2011	94	25'	Jul-2010	Segue	Prime time
3. <i>Conde Vrolok</i>	Telenovela	Drama	2009 - 2010	72	25'	Nov-2009	Jun-2010	Prime time
4. <i>Mujeres de lujo</i>	Telenovela	Drama	2010	78	30'	Jan-2010	Mai-2010	Prime time
5. <i>Martín Rivas</i>	Telenovela	Drama	2010	125	25'	Mar-2010	Set-2010	Prime time
6. <i>Infieles</i>	TV movie	Drama	2007 - 2010	41	30'	Out-2004	Dez-2010	Prime time
7. <i>La familia de al lado</i>	Telenovela	Drama	2010	79	25'	Set-2010	Segue	Prime time
8. <i>El día menos pensado</i>	Docudrama	Drama	1998 - 2010	10	50'		Dez-2010	Prime time
9. <i>Los ángeles de Estela</i>	Telenovela	Drama	2009 - 2010	50	25'	Set-2009	Mar-2010	Prime time
10. <i>Volver a mí</i>	Série	Drama	2010	10	55'	Out-2010	Dez-2010	Noturno

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Los 80: más que una moda</i>	Amor; infidelidade; relações familiares; ditadura; terremoto; trabalho.	Inserção da mulher no mercado de trabalho; ditadura militar; catástrofes naturais; direitos humanos.
2. <i>40 y tantos</i>	Amor; infidelidade; relações familiares; relações amorosas entre gerações; sexualidade.	Ciclo vital; dependência química.
3. <i>Conde Vrolok</i>	Amor; vampiros; lendas; erotismo; eventos paranormais.	Intolerância; desconfiança perante o estranho.
4. <i>Mujeres de lujo</i>	Amor; prostituição; vingança; crimes.	Prostituição; narcotráfico; dependência química.
5. <i>Martín Rivas</i>	Amor; aristocracia; costumes da época colonial; relações entre classes sociais; política.	Movimentos políticos e sociais do século XIX no Chile; classes sociais.
6. <i>Infieles</i>	Sexualidade; infidelidade; amor.	Dificuldade financeira e familiar.
7. <i>La familia de al lado</i>	Amor; relações familiares; violência familiar; negócios; crime.	Violência familiar; vida em comunidade.
8. <i>El día menos pensado</i>	Eventos paranormais.	Medo do desconhecido.
9. <i>Los ángeles de Estela</i>	Amor; infidelidade; desenvolvimento dos ofícios; segredos da maternidade; crime; relações familiares; traição.	Adoção; mobilidade social; justiça penal.
10. <i>Volver a mí</i>	Dependência química; recuperação; amor; histórias de vida.	Dependências (drogas, álcool); recuperação; reinserção social.

Fonte: Tíme Ibope e Obitel Chile

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais assistidos: gênero, idade, nível socioeconômico

Programa	Canal	Sexo (%)		Faixa etária (%)								Nível socioeconômico			
		H	M	4-12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	ABC1	C2	C3	D	
1. <i>Los 80: más que una moda</i>	13	42,4	57,6	10,9	8,1	9,4	16,1	30,7	13,8	11,0	9,1	22,1	30,2	38,6	
2. <i>40 y tantos</i>	TVN	35,7	64,3	5,8	4,9	12,4	14,7	27,7	22,1	12,3	13,1	25,4	30,2	31,3	
3. <i>Conde Vrolok</i>	TVN	38,8	61,2	8,9	6,0	10,3	12,9	28,5	19,1	14,2	7,4	19,4	32,2	41,0	
4. <i>Mujeres de lujo</i>	CHV	37,0	63,0	6,6	5,7	11,6	19,1	25,3	17,0	14,6	7,6	16,0	29,5	46,9	
5. <i>Martín Rivas</i>	TVN	34,9	65,1	9,4	6,1	9,2	12,8	21,6	20,8	20,1	8,4	23,9	33,2	34,5	
6. <i>Infteles</i>	CHV	56,4	43,6	6,0	6,2	10,7	16,9	31,9	17,4	10,9	6,7	16,7	29,2	47,4	
7. <i>La familia de al lado</i>	TVN	32,5	67,5	7,8	4,8	11,4	14,5	24,4	21,9	15,2	9,4	23,8	27,7	39,1	
8. <i>El día menos pensado</i>	TVN	37,7	62,3	4,3	5,4	11,7	13,7	27,6	18,1	19,3	10,3	21,7	32,6	35,5	
9. <i>Los ángeles de Estela</i>	TVN	33,2	66,8	10,6	6,6	10,8	13,4	25,7	17,8	15,5	6,2	15,8	33,4	44,6	
10. <i>Volver a mí</i>	13	39,9	60,1	6,1	5,6	9,3	16,2	29,1	20,2	13,5	8,5	20,2	29,4	41,9	
<i>Prime time (2ª-6ª)</i>	TV aberta	42,0	58,0	9,2	6,4	9,2	13,5	24,9	20,4	16,5	7,0	19,1	29,1	44,8	
<i>Prime time (sáb)</i>	TV aberta	43,8	56,2	9,1	6,0	7,8	12,4	24,2	21,4	19,0	6,0	18,2	29,3	46,4	
<i>Prime time (dom)</i>	TV aberta	47,0	53,0	8,4	5,9	8,4	13,9	26,3	20,5	16,6	7,1	19,3	28,3	45,4	

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

aqui como de 20h a 24h. Outra diferença dos anos anteriores é o retorno do formato telenovela: seis dos *top ten* são telenovelas, duas séries, um docudrama e uma temporada de *TV movie*. No entanto, **as telenovelas de maior audiência já não são as do horário de 20h, e sim as do horário de 22h, que deixou de ser um horário experimental para o formato.**

A análise das temáticas mostra que além dos temas tradicionais da ficção melodramática (conflitos privados e relações familiares, relações amorosas) são acrescentados aspectos sociais inovadores: *Conde Vrolock* introduz o vampirismo; o formato de série em *Los 80* permite abordar ficcionalmente o período histórico da ditadura, a partir do cotidiano de uma família de classe média. Temas sociais como as drogas e a dependência química, o alcoolismo e a recuperação, a violência familiar, a dificuldade financeira, a mobilidade social e outros se misturam na vida privada das relações familiares.

Nos *top ten*, somente *Infieles* deixa de lado a maior proporção de audiência feminina, atraindo maior percentual masculino devido ao seu alto conteúdo sexual. A série *Los 80* também teve um elevado percentual de audiência masculina. Em geral, confirma-se que as **ficções massivas atraem todos os segmentos sociais e etários de audiência.**

Todos os títulos foram transmitidos no *prime time* (20h-24h). *Los 80* e *Volver a mí* foram apresentados aos domingos. O restante foi exibido de segunda a sexta feira.

3. O mais destacado do ano

O ano de 2010 na ficção chilena pode ser definido por dois programas que são opostos nos quesitos realização, expectativas e qualidade: a série do Canal 13 *Los 80* e *Don Diablo*, telenovela *teen* da Chilevisión. A primeira tem o mais alto padrão de produção, atuação, ambientação e roteiro das séries realizadas no país; a segunda é o subproduto de um programa de entretenimento, com um enredo básico, interpretado por um elenco em geral não profissional⁷. Apesar das diferenças, ambas definiram rumos, foram fenômenos analisados pela concorrência, e souberam estabelecer uma conexão com diferentes estados do público.

Em termos mais gerais, a maior dúvida é saber que rumo seguirá a indústria televisiva chilena, após um ano com decisivas mudanças de propriedade: a Universidad Católica optou por vender 67% do Canal 13 para o grupo Luksic, e a Turner Broadcasting System entrou no mercado chileno comprando a Chilevisión.

3.1. O minguado efeito do bicentenário

Em 2010, *Los 80* conseguiu aumentar a audiência das duas temporadas anteriores da série e obteve a maior sintonização dos programas de ficção. Além disso, conseguiu se fortalecer fora da tela, gerando matérias na imprensa, conversações entre as pessoas e presença nas redes sociais. E tudo motivado pelos conflitos de seus personagens. No crescimento da sua relevância social trouxe um ingrediente-chave nesta temporada: foram frisados novos conflitos humanos – ainda que se trate de uma série de época (ini-

7. *Don Diablo* começou como uma seção humorística do interior do programa *teen Yingo*. Mais tarde, ao obter sucesso e Chilevisión contar com uma telenovela vespertina no ar, começou a ser incluída na programação com um título independente de *Yingo*.

cialmente inspirada na espanhola *Cuéntame cómo pasó*) –, como um casamento estável ameaçado pela inserção definitiva da mulher no mercado de trabalho – e a consequente redefinição de funções do casal –, e pelo conflito gerado a partir do aparecimento de um terceiro; o surgimento de um novo personagem ameaça o núcleo familiar formado por uma mãe solteira e seu filho.

Outro fator que pôde contribuir para a boa recepção de *Los 80* é a série corresponder à expectativa de programação de qualidade no ano do bicentenário. Uma intenção declarada pelos mesmos canais de tv aberta, que aproveitaram a comemoração dos 200 anos da Independência do país como impulso para produzir em espaços locais – geralmente ficção de época. Entretanto, apenas a série do Canal 13 conseguiu – graças à persistência da sua equipe e ao apoio de verbas públicas – transformar-se num sucesso de audiência. Em segundo plano ficaram outros esforços na mesma linha de programação do bicentenário. Um dos grandes empreendimentos de produção e realização foi *Adiós al Séptimo de Línea*, veiculada pela Mega: a programação encabeçada por Álex Bowen, e ganhadora do maior montante (500 milhões de pesos, pouco mais de 1 milhão de dólares) do concurso público de apoio à tv (do Conselho Nacional de Rádio e Televisão), foi bem-sucedida na recriação histórica e na adaptação do romance de Jorge Inostroza, e destacou-se na encenação de episódios bélicos da guerra do Pacífico (1879-1883). No entanto, conseguiu apenas 10 pontos de audiência. Outro projeto vinculado à história, mas com evidente herança do melodrama latino-americano, teve o mesmo índice: *Cartas de mujer*, veiculada pela Chilevisión.

3.2. *Don Diablo*: réquiem para um horário?

O relatório Obitel tem sido claro ao refletir nos últimos anos a crise de audiência das telenovelas das 20h, horário que marcou o desenvolvimento e o auge do gênero no Chile. Apesar desse declí-

nio ininterrupto, no ano de 2010 três canais produziram telenovelas de alto orçamento com o objetivo autoimposto de “reconquistar” a audiência. Dois desses projetos acolhiam o espírito do bicentenário que, segundo se acreditava antes do terremoto de 27 de fevereiro, dominaria o ano⁸. Na TVN se fez uma adaptação do romance *Martín Rivas*, de Alberto Blest Gana, ambientada na segunda metade do século XIX, e na Chilevisión o experiente diretor Vicente Sabatini empreendeu um projeto longamente almejado: a versão, em chave de telenovela, da história de Manuel Rodríguez, herói da Independência. O Canal 13 seguiu outro caminho e realizou *Feroz*, uma telessérie em chave de terror, com a intenção de atingir o público *teen*. Nenhuma das três produções foi um estouro de audiência. A TVN, graças ao seu projeto dramático consolidado, liderou a audiência (18,2 pontos em média), ainda que a produção também tenha sido criticada por se distanciar da matriz melodramática proposta por Blest Gana – um jovem provinciano que, armado de esforço, convicção e retidão, consegue vencer na vida e ganhar o amor de uma jovem mimada na convulsionada Santiago de meados do século XIX.

No segundo semestre de 2010 apenas a TVN e o Canal 13 estrearam telenovelas de perfil tradicional. *La familia de al lado* abordou o *thriller* na rede pública, enquanto *Primera dama*, do 13, é uma acertada revisão das bases do melodrama, com uma protagonista dividida entre a ânsia de poder e o amor verdadeiro. A TVN ficou novamente com a audiência disponível (15,9 de média em 2010), ainda que desta vez o reinado não tenha sido tranquilo.

Apesar de a Mega ter voltado a jogar com seu coringa para o horário das 20h – a *sitcom La colonia*, que tentava repetir o suces-

8. Retrospectivamente, parecia claro que o ano estaria marcado pela celebração do bicentenário; a atenção pública, porém, voltou sua atenção para a informação, motivada pela mudança de governo (depois de 20 anos sob a mesma coalizão política), o terremoto de 27/2/2010 e o episódio dos 33 mineiros em Atacama.

so de *Casado com hijos* –, no fim o produto mais atraente foi *Don Diablo*. O diretor desse espaço, Álex Hernández, já tinha realizado minisséries e séries dramáticas em Mekano, da Mega, com a mesma estrutura que agora usou para *Don Diablo* na Chilevisión: um enredo básico (com elementos de comédia adolescente norte-americana), em que um jovem tenta resistir aos apelos do mal e conquistar a menina mais bonita do colégio, e um elenco composto na maior parte pelos participantes do programa, apoiados por alguns atores de carreira. O declínio das telenovelas tradicionais das 20h permitiu à produção se transformar num pequeno fenômeno. Estreou com 17 pontos de audiência, teve uma média de 12,9 e levou a indústria a repensar se valeria a pena destinar esforços a uma grande produção para a faixa vespertina, já que uma telenovela feita nessas condições precárias era tão satisfatória quanto as outras, ou até mais.

3.3. A expectativa

O novo contexto do ano de 2010 marcou os anúncios de produções para 2011. As telenovelas vespertinas batem em retirada e as emissoras optam por novos horários e gêneros. O Canal 13 não produzirá telessérie para as 20h no primeiro semestre de 2011 e optou por uma noturna para meados do ano. A CHV foi pelo mesmo caminho, fortalecendo suas novelas para as 22h. A Mega avalia projetos para uma nova *sitcom* e uma telessérie noturna. A TVN mantém a liderança, e sem diminuir o ritmo de produção fará duas telenovelas para as 20h, duas noturnas e um melodrama tradicional para concorrer com as telenovelas estrangeiras da faixa das 15h (*Esperanza*, projeto que recebeu do Conselho Nacional de Rádio e Televisão o apoio de 400 milhões de pesos, cerca de 800 mil dólares).

Com o cenário marcado pelos novos jogadores do mercado, a ficção se mantém como uma carta decisiva num horário-chave: o horário nobre. As novas apostas deverão tentar inovação e adapta-

ção, para comprovar se a faixa tradicional das telenovelas no Chile (20h) é sepultada ou consegue dividir território com o avanço, até o momento irrefreável, das telesséries noturnas feitas no país.

3.4. Tendências na indústria da ficção audiovisual

Os relatórios de vários anos do Obitel no Chile demonstram certas tendências e alguns questionamentos permanentes em relação à produção de ficção audiovisual nacional.

a) Constata-se o declínio da área de espetáculos na tv e a consolidação da informação e da ficção, especialmente do ponto de vista da preferência da audiência. No entanto, a programação das emissoras parece contrariar essas preferências: elas desconfiam dessas tendências ou apostam numa promessa de inovação em espetáculos para reconquistar as audiências?

b) Constata-se o sucesso contínuo de audiência na ficção chilena, o que contrasta com sua baixa transmissão em relação à ficção norte-americana e latino-americana. Somente a TVN aposta consistentemente em produzir e veicular ficção chilena. Constata-se um certo fracasso de audiência na sintonização de ficção norte-americana: a sua maior programação se deve a seu baixo custo?; o alto custo de produção da ficção chilena é um obstáculo para sua maior produção e transmissão? É preciso lembrar que no ano de 2009 o custo por episódio da série *Los 80* atingiu 140 mil dólares, certamente um custo insustentável no pequeno mercado chileno.

c) O aspecto da exportação programada e constante se revela, então, estratégico para sustentar a produção de ficção nacional. Sem exportação permanente, a diversificação de formatos que aparece como tendência na produção ficcional chilena se demonstra dificilmente sustentável. Pelo contrário, parece que na atual prática a exportação é um resultado aleatório e não planejado desde o começo.

d) Nesta nova perspectiva exportadora, a função de produtor

executivo adquire uma dimensão mais ampla que o horizonte nacional; aqui surge uma dimensão inédita até uma década atrás.

e) A ficção chilena exibida em salas de cinema e na TV são recebidas de modo muito diferente pela audiência. É preciso pesquisar mais as diferenças de recepção da audiência para se ter hipóteses mais confiáveis acerca de duas realidades de audiência muito diferentes com influência na produção.

4. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva: tendências nos países ibero-americanos

A qualidade na TV é um assunto muito complexo e controverso, onde aparecem julgamentos que se mostram divergentes conforme sejam formulados pela audiência, os realizadores ou os acadêmicos. Nas breves páginas a seguir o assunto será abordado, primeiramente, a partir de um programa chileno classificado como de qualidade pela crítica, e com uma grande audiência. Posteriormente o assunto envolverá a programação de qualidade.

4.1. A qualidade como produção

Em 2010, e por terceiro ano consecutivo, a série ficcional *Los 80*, veiculada pelo Canal 13, é considerada a série ficcional chilena de melhor qualidade; junto com a classificação de qualidade, a série tem crescido em audiência: na temporada 2008 alcançou 21,1 pontos de média residencial; na temporada de 2009, subiu para 25,5 pontos, e na temporada de 2010 chegou até 27 pontos de média. No ano de 2010 também ficou no primeiro lugar no *ranking* de ficções chilenas de estreia em termos de audiência (no ano anterior ficou em segundo lugar).

É frequente a dissociação entre audiência do público e a classificação do programa no tocante à qualidade, sendo *Los 80* uma notável exceção. Por isso é necessário examinar as possíveis razões

dessa dissociação, mas também as razões da consistência, como é o caso desta série.

Razões da dissociação

O caso mais conhecido de inconsistência é a desqualificação que alguns gêneros sofrem – como a telenovela –, sendo considerados de baixa qualidade, mas apresentando, por outro lado, alta sintonização pela audiência. E, inversamente, a reclamação, pela audiência, de maior oferta de programas supostamente de alta qualidade (como os chamados programas “culturais”) nos canais abertos e a minguada sintonização posterior.

Foram propostas diversas razões para tentar compreender por que a audiência não costuma sintonizar os programas que ela mesma considera de “qualidade”. As razões dadas mais frequentemente como hipóteses para explicar essa discrepância entre conduta efetiva ao assistir e opinião desqualificadora se referem a:

- A cultura ocidental hegemônica tende a desqualificar o conceito de diversão ou entretenimento como mera perda de tempo; a vivência emocional do entretenimento televisivo não teria valor antropológico, cultural e socialmente produtivo. Na maior parte dos meios de comunicação chilenos, especialmente na imprensa escrita, a seção de espetáculos/entretenimento é uma seção diferente da seção cultural, um claro sintoma de divórcio e do diferente valor atribuído a “cultura” e “entretenimento”.

- A classificação verbalizada como “qualidade” expressaria antes um “dever de ser cultural” perante programas de tv; a audiência opina atribuindo essa classificação e assumindo um critério julgador tomado do modelo cultural hegemônico ligado à alta cultura e à academia, e difundidos socialmente pelo sistema educativo e os meios de comunicação.

- Como consequência, a compreensão das condutas efetivas das audiências perante os programas de tv deve ser explicada não apenas pelas suas verbalizações explícitas, como também pela ob-

servação do seu comportamento na recepção cotidiana dos programas televisivos; essa situação de recepção é prioritariamente residencial e associada à necessidade psicobiológica de entretenimento e descanso.

- A pesquisa qualitativa da audiência com a observação etnográfica dentro do lar permite compreender motivações ao mesmo tempo emocionais e biológicas de descanso, companhia, relaxamento, humor, que são satisfeitas por gêneros televisivos muito variados. Elas atuam no momento de selecionar programas, mas os sujeitos dificilmente conseguem verbalizá-las. Essas motivações tendem a ser adiadas ou reprimidas para verbalizar opiniões socialmente aceitáveis.

- As técnicas tradicionais de coleta de opiniões da audiência têm sido criticadas também porque teoricamente não introduziram a variável do gênero televisivo; desse modo, a audiência não pode discriminar a qualidade entre um conjunto homogêneo de programas pertencentes a um mesmo gênero (qual é a telenovela de melhor qualidade dentre o corpus das telenovelas): é obrigada a opinar sobre a qualidade entre programas pertencentes a gêneros muito heterogêneos e dessemelhantes.

- Quando a audiência opina, pelo contrário, entre um corpus de programas diversos mas pertencentes ao mesmo gênero (discriminar a qualidade entre várias telenovelas, ou discriminar entre vários programas de transmissões esportivas), os conceitos dos telespectadores tendem a ser mais coerentes entre os índices de audiência e opinião de qualidade: a telenovela considerada como a de melhor qualidade tende a coincidir com a de maior audiência⁹.

9. No caso chileno, a audiência discrimina as telenovelas segundo a sua procedência e distingue de modo geral três grupos de qualidade: a telenovela brasileira em primeiro lugar, logo depois a telenovela chilena, depois as outras telenovelas ibero-americanas.

Audiência e qualidade na série Los 80

Na tv aberta chilena, o caso de *Los 80* apresentou consistência entre conduta de alto número de ligados (índice de audiência) e a classificação de alta qualidade pela audiência e segundo o julgamento da crítica de espetáculos. A análise da crítica especializada, e dos próprios realizadores e seus estudos de audiência¹⁰, indica que a percepção de “qualidade” perante essa série ficcional é um construto baseado num conjunto de atributos positivos:

a) O apreço profissional e o afeto da audiência pelos **atores intérpretes**; é um julgamento que mistura uma avaliação da “qualidade” do desempenho na interpretação com um apreço afetivo pessoal por eles; indubitavelmente nesse apreço afetivo pelos atores com maior trajetória há uma percepção da imagem pública que comporta a memória da trajetória profissional com a presença na mídia.

b) Um julgamento positivo sobre a “qualidade” da **realização televisiva**, ou seja, os aspectos relacionados com a ambientação, a cenografia, o figurino, a maquiagem, a iluminação e a trilha sonora. “Qualidade tem a ver com o feitiço, com o nível de esforço e trabalho; na medida em que há mais trabalho na criação, desenvolvimento, produção e realização de uma série, há mais qualidade e se conseguem produtos qualitativamente melhores. A qualidade começa por ter um produto bem realizado, pensado e executado” (Alberto Gesswein, produtor executivo de *Los 80*).

c) Um julgamento da “qualidade” referente à **história ficcional** televisiva; embora a audiência perceba claramente uma história ficcional (a série não é uma narração historiográfica nem um documentário), no interior da ficção imaginária ocorre o **reconhecimento** de uma época da história chilena recente e a identificação

10. Agradece-se a alguns acadêmicos, a críticos de tv e a alguns dos realizadores da série as entrevistas que possibilitaram recolher suas percepções e hipóteses, e informação de audiência.

do público nela¹¹. A **identificação** se dá com as personagens e as vivências de uma família de classe média popular (maior audiência no país) que representam a época a partir da sua vida privada cotidiana. É um relato de época recente e reconhecível no interior da matriz melodramática latino-americana, e não na matriz racional/conceitual do relato historiográfico ou do documentário. O reconhecimento e a identificação ocorrem pela relação da audiência com os significantes gestuais e corporais dos atores e com os sinais, indícios concretos, próprios da linguagem audiovisual.

Os dois primeiros aspectos integrantes do julgamento de qualidade (interpretação e realização) remetem a aspectos muito diversos, como são o apreço profissional/afetivo pelos atores¹² e a realização técnica televisiva. **Esses julgamentos complexos mostram audiências mais informadas e capazes de opinar e discriminar acerca do desempenho dos atores e da realização.** O terceiro aspecto se refere à qualidade da história e do roteiro televisivo, onde a ficção é valorizada enquanto metáfora capaz de representar com verossimilhança uma época e identificar afetivamente a audiência. Nesse terceiro aspecto, a qualidade se relaciona com a representação ficcional da vida e das vivências cotidianas da audiência, e se afasta do julgamento hegemônico que aprecia como qualidade a representação de conteúdos da alta cultura, encarnados em personagens destacados da história e da política, da ciência e das artes. Alberto Gesswein opina que a qualidade da história televisiva, do roteiro, ocorre quando o roteirista talentoso

11. Contribui para isso que os tipos físicos dominantes no elenco de *Los 80* sejam mais próximos aos da população do que os presentes em outras produções ficcionais. Desse modo, a imagem pública extra ficcional de um dos protagonistas – o pai – é consistente com a identificação popular por ser um reconhecido promotor do resgate do folclore urbano.

12. O apreço afetivo pelo ator nacional é claramente mais potente que pelo ator estrangeiro; e o apreço é maior pelo ator latino-americano que pelo ator de ficção norte-americana, europeia ou asiática.

tem a possibilidade de contar processos muito complexos de forma muito simples, muito cotidiana e coloquial. **Conseguir fazer isso é uma arte; é fazer uma síntese do complexo para trazê-lo ao cotidiano, ao comum e habitual.** E isso acontece quando as histórias são contadas a partir das personagens, e não do intelecto nem das instituições; a história não é contada a partir das instituições que cercam as personagens: na realidade, contamos a história partindo das personagens e das suas emoções; a partir, portanto, dos seres humanos, e essa é a única maneira de estabelecer uma conexão com a audiência. Rodrigo Cuevas, roteirista de *Los 80*, estima que as séries estão construídas a partir de temas e conflitos de pessoas comuns e correntes, e fez uma aposta radical nesse sentido. Quando se oferece às pessoas um programa que lhes permite sentir que seus conflitos cotidianos são importantes – como a repetência de um filho na escola e o problema que isso significa para a família, que aposta tudo na educação de seus filhos – consegue-se que as pessoas sintam que seus assuntos e suas vidas são importantes. E se dá a oportunidade para as pessoas falarem sobre isso. “Isso tem o valor cultural de dizer que você é parte desse país, que você tem valor como pessoa, que os seus problemas são parte e comuns a todos. São histórias que não segregam, mas integram, e essa é a virtude de *Los 80*: o fato de muitas pessoas de diferentes setores socioeconômicos se sentirem representadas na série. Acontece uma espécie de comunhão porque, independentemente do nível cultural e econômico da audiência da série, os assuntos, conflitos, anseios e sonhos das pessoas são muito parecidos, e nós os validamos, e as pessoas se sentem ouvidas, representadas, e assim sentem que suas vidas têm valor e têm sentido.”

Para o roteirista Cuevas, a ficção focada em personagens comuns e correntes pode levar mais rapidamente à reflexão acerca de uma época do que quando o relato é historiográfico ou sociológico. Para Gesswein, *Los 80* é um interessante exemplo para o mundo acadêmico sociológico, pois a “série reflete a mudança de função

da mulher e dos filhos, mudanças geracionais, abrange um período histórico do país etc.; porém, o transcendente é tudo isso ser vivido e tratado a partir de uma família, e não a partir da macroeconomia, a partir da política, a partir das instituições ou a partir de discursos especializados”.

Os dois primeiros aspectos da qualidade que foram mencionados implicam um importante investimento de produção em talento interpretativo e em talento de artes cênicas. O terceiro aspecto da qualidade implica investimento não apenas em roteiristas, mas também em assessorias de pesquisa histórica e cultural indispensáveis para a reconstrução de época. No caso dessa série houve um enorme investimento em revisar e selecionar o material veiculado nos noticiários da época pelo próprio canal 13, para incorporá-lo ao roteiro.

d) O quarto aspecto da “qualidade” tem um caráter mais difuso para a audiência, já que se relaciona com a produção industrial no **formato de série televisiva**. Em geral, a indústria audiovisual na América Latina tem trabalhado com a obra única, própria do cinema, e com a obra seriada da telenovela com grande quantidade de capítulos de exibição diária. A série televisiva introduz um formato com outras características: episódios de exibição semanal, temporadas de aproximadamente 12-15 semanas, possibilidade de continuar com novas temporadas (se a obra é bem-sucedida). O gênero da série está sendo introduzido cada vez mais na produção regional e existe, portanto, uma aprendizagem a se fazer. O roteiro da série deve trabalhar com novas personagens menos estereotipadas que as da telenovela clássica latino-americana; oferece novas possibilidades dramáticas, como a evolução das personagens no transcurso temporal da narração. Junto às aprendizagens narrativas, existe o desafio de construir histórias com apelo universal (pelo seu potencial de exportação, questão-chave para a indústria chilena, que conta com um pequeno mercado nacional de sustentação). Gesswein concorda em que “não se pode pensar um futu-

ro sem a integração ao mercado internacional. É dali que nasce a necessidade das coproduções: para fazer histórias que possam ser exportadas para outros países como produto ou formato. Desse ponto de vista, *Los 80* é uma série difícil de exportar porque é mais local, apesar de conter elementos universais que têm a ver com a vida de uma família; haveria que adaptar o roteiro para apresentá-lo em outro país. Os aspectos universais das histórias tornam a telenovela potencialmente mais exportável, embora fique sempre uma marca identitária do lugar onde são feitas ou onde acontecem as histórias”. Cuevas acrescenta: “Eu acredito nessa frase ‘pinta a tua aldeia e serás universal’. Cada vez que a tv latino-americana força a barra para ser universal, com histórias neutras, com personagens que falam de uma maneira neutra, e com produtos sem identidade, esses projetos não chegam a nenhum lugar. São um híbrido que não significam nada para ninguém. O desafio é ser local, e o importante da universalidade acontece no conflito das personagens. Esses conflitos são universais”.

A análise do caso da série *Los 80* em sua consistência entre alto índice de audiência e avaliação de qualidade revela algumas razões condizentes com essa relação, mas também as dificuldades e limitações. A qualidade acontece, no sentido de que é construída e elaborada, na realização televisiva e na sua fase prévia de roteirização; aparecem custos de realização, isto é, um investimento econômico em talentos. **Mas também implica arte com as incertezas do resultado.** Estima-se porém que um investimento maior em talento poderia diminuir as incertezas. Por isso o aspecto da recuperação de custos é tão importante para a sustentabilidade da indústria; aqui aparecem pontos de vista e incompreensões às vezes difíceis de conciliar entre os produtores do audiovisual e os criadores. A história das realizações cinematográficas e televisivas está repleta de casos de altos investimentos e fracassos estrondosos; e do contrário: realizações de baixo custo e de grande sucesso. Existe, pois, um imponderável que deve ser considerado e que põe por terra a

racionalidade, segundo a qual o alto investimento financeiro garantiria a qualidade; existem fatores como a paixão, o entusiasmo, a fé num projeto, o encontro inesperado de talentos; não é apenas questão de dinheiro; aparece o trabalho apaixonado e essa milagrosa criatividade que os espanhóis chamam criar e produzir “em estado de graça”. Qualidade conjuntamente com audiência é uma aspiração para cuja conquista é preciso trabalhar arduamente, mas cuja conquista efetiva inclui também certa dose de coincidência maravilhosa de múltiplos fatores imponderáveis.

4.2. Mudança cultural e qualidade

Muito frequentemente a discussão sobre a qualidade na tv parte do pressuposto não explicitado de que se poderia alcançar uma definição unânime e universal sobre qualidade na obra televisiva. Especialmente os acadêmicos do audiovisual se esforçam para propor definições universais aplicáveis ao corpus de obras completo. Porém, a pretensão de universalidade se depara com dois grandes problemas: a diversidade de gêneros nas obras audiovisuais e a diversidade de preferências subjetivas na audiência. Frequentemente se pretendeu hierarquizar os gêneros para salvar a universalidade, atribuindo a alguns gêneros maior qualidade e a outros menor, em si mesmos; a discussão começa com Platão e se mantém secularmente; a comédia seria inferior ao drama, a ficção seria inferior ao documentário (ou vice-versa, segundo a subjetividade dos classificadores), a telenovela seria inferior à ficção de obra única, a informação seria superior à ficção, o entretenimento lúdico-emocional seria inferior à informação conceitual-racional etc. A qualidade, então, seria universal, mas restrita a certos gêneros: os demais seriam de baixa qualidade; a qualidade, considerada nesse sentido, leva a programar os gêneros assim definidos e eliminar os de baixa qualidade. Também se pretendeu hierarquizar as preferências subjetivas da audiência pela sua qua-

lidade entre bom e mau gosto; o bom gosto de qualidade estaria associado à formação estética, ao apreço elitista pelas obras de alta cultura, ou seja, à hegemonia cultural acadêmica, tradicional ou de vanguarda. Segundo essa hierarquização, a tv de qualidade deveria programar para “elevar” o gosto da audiência massiva aos padrões hegemônicos de qualidade; assim foi concebida durante décadas a missão cultural iluminadora que as emissoras públicas de tv deveriam desempenhar.

As pretensões de universalidade e hierarquização enfrentam as atuais sociedades democráticas e massivas, a valorização cultural da subjetividade pessoal, a multiplicidade de meios tecnológicos disponíveis para as várias preferências da audiência. A missão de “elevar” os gostos massivos até os padrões elitistas ou acadêmicos enfrenta a crítica de uma imposição homogeneizante autoritária, que atenta contra a diversidade cultural. Assim, a **mudança cultural** não dá base conceitual para a pretensão de um acordo universal na definição de qualidade. Antes, se aceita que os diferentes gêneros têm distintos critérios de qualidade e que as audiências têm, legitimamente, diversas avaliações da qualidade televisiva.

As **tecnologias** da tv a cabo, satelital, *video on demand* (VOD), a tv pela internet e outras, todas elas apontam para a **segmentação de conteúdos específicos para audiências diferentes** – o contrário da homogeneização massiva em busca de conteúdos universais, supostamente de qualidade.

Nesse novo contexto cultural, a qualidade em tv começou a ser definida como uma programação diversificada em gêneros e capaz de satisfazer a legítima diversidade de preferências da audiência (Ishikawa, 1996). **O novo contexto cultural e tecnológico aponta para a compreensão da qualidade como segmentação de conteúdos e audiências.** Tal segmentação foi iniciada com a tecnologia a cabo e satelital; hoje a tecnologia digital oferece a possibilidade de segmentar conteúdos e audiências na tv aberta.

Segundo essa concepção atual da programação televisiva de qualidade, a tecnologia digital terrestre deveria inaugurar uma nova etapa na **missão dos canais públicos de tv**, oferecendo maior qualidade para a audiência através de uma grade televisiva diversificada. Um canal público tem a opção técnica de se transformar numa **empresa multioperadora oferecendo vários sinais segmentados com programações temáticas para a audiência**. Se um canal público se converte em operador multicanais pode programar vários sinais digitais de cobertura nacional, abertos, para todo o público, e segmentados com conteúdos diversificados, tais como: sinal generalista de companhia e ficção, sinal infantil e *teen*, sinal de alta cultura e ciência, sinal de notícias e informação sociopolítica, sinais regionais, ou outros. No caso chileno, a tv digital terrestre deveria inaugurar uma nova fase para a missão da tvn, uma etapa na qual o canal público não tenha apenas a missão de garantir uma informação plural, confiável e de massas – missão relativamente conseguida segundo as tabelas iniciais deste relatório –, como também maior qualidade para a audiência com uma oferta televisiva segmentada em conteúdos. Naturalmente, trata-se de uma opção que, para ser factível, deve enfrentar o problema do financiamento.

Essas duas perspectivas examinadas sobre a qualidade na tv estão imbricadas: uma delas mostra as condições de produção para realizar programas com atributos de qualidade – corresponde ao nível da produção de programas. A outra perspectiva mostra que hoje o conceito de qualidade na tv deve ser ampliado para as programações segmentadas que podem ser oferecidas por uma empresa multioperadora de tv, responsabilidade especialmente própria das emissoras públicas de tv.

Referências bibliográficas

ISHIKAWA, S. (Ed.). (1996). *Quality Assessment of Television*. Luton: John Libbey Media/University of Luton Press.

COLÔMBIA: TELEVISÃO E SENTIDO DO PÚBLICO

*Borys Bustamante e Fernando Aranguren (coordenadores),
Olga Gutiérrez, Diana Mendoza, Alejandra Rusinque,
Hugo Sánchez e Mónica Sánchez¹*

1. O contexto audiovisual do país

Gráfico 1. Redes nacionais de tv aberta na Colômbia

Redes privadas	Redes públicas
RCN	Señal Colombia
Caracol	Canal Institucional
Canal Uno	
3	2
Total de redes = 5	

A TELEVISÃO COLOMBIANA, que surge em meados do século XX como bem público, mostra em sua curta história uma tendência crescente rumo à privatização desse serviço. E isso com um traço muito acusador de relegar a televisão pública frente à privada como consequência da capacidade financeira e tecnológica dos grupos empresariais que dirigem os canais de maior cobertura nacional

1. Com a colaboração do Ibope Colômbia.

(RCN e Caracol). Essas duas redes dominam a competência no setor privado e são as responsáveis pela maioria absoluta dos conteúdos que circulam nesse meio, e a análise de sua programação, como se mostrará posteriormente, equivale a avaliar, nessa proporção, a representatividade da programação televisiva. No Canal Uno estão agrupadas várias programadoras privadas para oferecer uma programação com menos grau de incidência em nível nacional, salvo alguns espaços de produtoras independentes, relativamente fortes e com tradição no meio televisivo colombiano.

A televisão pública, embora representada em dois canais nacionais e em vários regionais, não mostra a vontade política, a capacidade tecnológica nem a pretensão de poder competir com os canais privados, o que reforça de forma significativa a tendência do Estado colombiano a delegar o fundamental desse serviço ao setor privado com o impacto social e cultural que isso implica, pois a tarefa de difundir e preservar a diversidade cultural do país fica subordinada aos canais regionais e nacionais com sua variada e boa programação, mas escassa cobertura e limitadas audiências. Señal Colombia é a rede que recolhe o fundamental da programação da televisão pública no país, em sua maior porcentagem muito bem avaliada por diversos estudos e perspectivas críticas tanto pela qualidade, representatividade e diversidade de seus conteúdos, pelo bom faturamento e recursividade técnica e retórica de seus formatos e realizações. Poderia se dizer que em muitos aspectos seria a televisão “de mostrar”, a mais de acordo com as expectativas e demandas de visibilidade e de recriação de suas realidades cotidianas da maioria das comunidades sociais, particularmente os jovens e suas problemáticas concretas, mas com uma capacidade de penetração muito limitada, o mesmo que as audiências respectivas frente à concorrência privada. O canal institucional, basicamente, sintoniza-se com alguma demanda extraordinária quando há debates públicos que prendem a atenção coletiva.

Durante o ano de 2010, essa situação alcançou um ponto crítico em virtude da licitação, fracassada até o momento, para a adjudicação de um terceiro canal privado, o que mostra a briga de imensos interesses políticos e econômicos pelo controle desse serviço público, sem que, por sua vez, derive-se disso algum benefício tangível para o conjunto da sociedade civil quanto à qualidade da televisão.

Gráfico 2. Programação anual 2010

Categoria	# horas	% tempo	% audiência
Ficção	6216	18,53	35,35
Informação	3915	11,67	26,65
Espectáculos	6162	18,37	24,64
Esportes	1173	3,49	2,18
Outros	16076	47,92	11,18
Total	33585	100	100

Fonte: Ibope Colômbia

Os gêneros de programas ofertados pela televisão, tal como se registra no gráfico 2, mostram que se mantém vigente, em termos gerais, a estrutura de programação, a qual, como é bem sabido, depende das medições de audiências e de seu posicionamento no mercado. Isso significa que a televisão é, antes de mais nada, um meio para o entretenimento, com diferenciadas ofertas de programas por grupos de audiências, em idades, gêneros e nível educativo (ficção, espetáculos, esportes e outros), para mais de 50% de programação. Depois está o gênero de informação e opinião com participação média entre 15-20%. O resto de tempo se distribui entre outros tipos de espaços e as faixas educativas e culturais.

1.1. Evolução histórica e momento atual na TV

Gráfico 3. Audiência residencial anual por canal

Ano	RCN	Caracol	Canal Uno	Señal Colombia COLCCol	Regionais	Institucional
2006	4,93	4,84	0,28	0,18	0,38	0,07
2007	4,90	4,89	0,33	0,22	0,36	0,10
2008	4,54	4,85	0,28	0,25	0,32	0,08
2009	4,44	4,93	0,26	0,13	0,37	0,06
2010	5,38	4,79	0,24	0,17	0,38	0,06

Fonte: Ibope Colômbia

Como se pode notar no gráfico 3, é evidente o predomínio absoluto com uma margem ampla demais das duas grandes redes privadas de televisão aberta em relação a índices de audiência tanto no comparativo histórico como no concernente a 2010; enquanto a televisão pública aberta nacional em seu conjunto não consegue materializar um grau suficientemente representativo para refletir uma alternativa real frente à oferta dominante. Finalmente estão os canais regionais (sete no total), também de caráter público, que pelas áreas de influências restritas que dirigem mantêm uma quota de participação nacional muito baixa nos índices de audiência. Essa tendência, de claro predomínio da oferta de televisão privada, junto à oferta por cabo, segundo indicam as mais recentes análises, não variará a médio e longo prazo e, antes, reforçará em virtude da incursão de terceiro canal privado.

Quanto ao *share*, os dados consignados no gráfico 4 confirmam a tendência já mencionada em outros registros com indicadores como tempo de transmissão, quantidade de produção, índice de audiência, de maneira que se reproduz a composição identificada:

o predomínio, praticamente absoluto, dos canais privados sobre os públicos, a concorrência entre as duas grandes redes pelo controle da audiência e do mercado, e a muito frágil presença de outras opções para o telespectador, neste caso representada pela televisão pública, nacional e regional. Trata-se quase de um círculo vicioso que em parte se quebra para os assinantes de TV paga, que podem sufragar esse custo adicional e assim ampliar a oferta de canais e programas disponíveis.

Gráfico 4. Share residencial média total anual por canal

Ano	RCN	Caracol	Canal Uno	Señal Colombia COLCCol	Regionais	Institucional
2006	4,93	4,84	0,28	0,18	0,38	0,07
2007	4,90	4,89	0,33	0,22	0,36	0,10
2008	4,54	4,85	0,28	0,25	0,32	0,08
2009	4,44	4,93	0,26	0,13	0,37	0,06
2010	5,38	4,79	0,24	0,17	0,48	0,06

Fonte: Ibope Colômbia

1.2. Políticas de comunicação

O panorama das políticas públicas de comunicação no país está orientado pelo Ministério de Tecnologias e Comunicações e se encaminha, basicamente, para harmonizar o funcionamento dos meios de comunicação com as necessidades e demandas sociais. Para o caso da televisão existe, desde a Constituição de 1991, uma entidade autônoma – a Comissão Nacional de Televisão – encarregada de traçar as linhas em torno da qualidade dos conteúdos do meio e da função e lugar da televisão pública e a responsabilidade da televisão privada frente à sociedade, zelando pela permanente modernização tecnológica do meio e sua capacidade de interlocução com a sociedade para representar e preservar os valores funda-

mentais da sociedade civil e de um estado social de direito. O papel estratégico da televisão nas sociedades do presente torna conflituosa sua direção política e isso se expressa, no nosso caso, nas constantes tentativas dos governos recentes para desmontar a entidade reguladora e substituí-la, certamente, por uma mais independente do poder Executivo. A situação descrita reflete, de algum modo, o conflituoso inerente tanto às políticas públicas de comunicação como a seu emaranhado jurídico no país, dada a importância fundamental desse setor em todos os aspectos da vida econômica, social, política, cultural, o que se evidencia no complexo e falido processo de adjudicação do terceiro canal.

Outros aspectos relevantes em torno da evolução da televisão nacional se ligam ao início da operação da televisão digital em grande parte do território a partir de 2011-2012, o que supõe um notável avanço em relação à modernização do meio em nível global. Também é de destacar o fenômeno inscrito no posicionamento, cada vez mais forte, da televisão paga, o que contribuiu para alterar substancialmente o mercado do meio, produzindo alianças, fusões e novos conglomerados empresariais transnacionais de comunicação multimídia (televisão, internet, telefonia celular e afins, com empresas como Telmex, DirectTV, Movistar, Une etc.). Os dados mais recentes confirmam essa tendência: enquanto na televisão aberta 44,6% dos lares recebe o sinal por antena aérea, 55,4% recebem o sinal por televisão fechada². E por sua vez, 73,8% dos lares que têm internet o recebem através de uma empresa que tem concessão de televisão por assinatura. Estende-se, dessa forma, a plataforma tecnológica e com isso se amplifica o esquema de televisão existente com mais ênfase no papel dominante do setor privado no meio, e com um debate, continuamente, em torno do futuro da televisão pública.

2. Comissão Nacional de Televisão. Anuário Estatístico da Televisão na Colômbia em 2009.

1.3. Novos cenários da audiência, internet, convergência e transmídiação

Os novos cenários da audiência televisiva tendem a se integrar dinamicamente com a multipresença das novas plataformas digitais nos distintos espaços da cotidianidade urbana, primordialmente, e participam igualmente das transformações associadas com as tecnologias móveis, de forma que a televisão está sendo recebida agora, não só na tela “pequena”, mas também no computador portátil ou fixo, no celular inteligente, nas grandes telas dos centros comerciais e lugares de confluência pública. A crescente presença da internet e sua capacidade para mediar os mais diversos processos e fenômenos culturais, que traz consigo o princípio de convergência tecnológica para repotencializar os usos sociais da comunicação e da informação, segundo as múltiplas e quase infinitas necessidades e decisões dos usuários, faz com que a transmídiação comece a operar como dimensão multiplicadora desses processos através de diferentes canais ou meios. No conjunto dessas transformações, não obstante a reacomodação e rápido crescimento das tecnologias digitais, a televisão, por efeito da convergência tecnológica, continua sendo o meio de maior audiência e impacto como o demonstram as seguintes cifras:

Gráfico 5. Audiências por meios

Ano	Internet	Cinema	Televisão
2008	29,3	3,6	94,0
2009	32,6	5,1	93,7
2010	37,1	6,0	94,2

Fonte: CNTV, EGM III-2010 Módulo de televisão

1.4. Investimento publicitário em televisão e outros meios

De acordo com a mesma estrutura do mercado tanto em nível global como nacional, o setor das comunicações, além de resultar prio-

ritário para a implementação de estratégias de posicionamento e inovação mercantil, também reflete nitidamente, através dos lotes do investimento publicitário, as tendências que definem o compartilhamento de tal investimento. Como mostra o gráfico 6, a televisão é e continua sendo o meio que recebe o maior fluxo de investimento publicitário, localizando-se acima de 50% do total dos orçamentos destinados para isso, e duplicando de longe seu concorrente mais importante, como é o rádio, que concentra investimento da ordem de 25%. Posteriormente, está a imprensa, com 15% em média, seguida das revistas com 5% e, finalmente, a publicidade exterior com algo menos de 2%. Em um mundo no qual é cada vez mais evidente o predomínio da cultura eletrônica multimídia e no qual a publicidade se inscreve discursivamente com um forte poder de retórica persuasiva, que vai além da mera propaganda e se mistura com certas insinuações estéticas e artísticas, e certa modelagem cultural para favorecer e justificar o consumo, individual e massivo, através da gratificação imediata, em tal mundo, é claro que a televisão, em sua nova dimensão funcional, manterá o predomínio em matéria de investimento publicitário.

Gráfico 6. Investimento publicitário em meios %

Meio	2006	2007	2008	2009	2010
Imprensa	15,35	15,66	15,80	14,47	15,00
Publicidade exterior	1,27	2,04	1,92	1,67	1,68
Rádio	25,69	24,73	27,22	28,11	27,25
Revista	5,00	5,13	5,11	4,05	3,85
Televisão internacional	2,09	3,69	1,77	0,88	
Televisão nacional	44,38	42,01	40,86	43,25	44,65
Televisão regional	6,23	6,75	7,30	7,57	7,57
Total	100	100	100	100	100

Fonte: Ibope Colômbia

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

Esse item, que reflete a composição das estreias de ficção televisiva, mostra a participação nacional com 34 títulos para 62, 96%,

Tabela 1. Programas de estreia em ficção para televisão exibidos em 2010 (origem e canal)

Colômbia		Argentina		
Caracol	<i>Bella Calamidades</i>	Caracol	Niní	Telenovela
	<i>Hilos de amor</i>			Telenovela
	<i>La bella Ceci y el imprudente</i>	Chile		Telenovela
	<i>Oye bonita</i>	Señal C	Karlaí	Telenovela
	<i>Perro amor</i>	Señal C	<i>La teleserie joven de TVN</i>	Telessérie
	<i>Montecristo</i>			
	<i>La magia de Sofía</i>	EUA – Colômbia		
	<i>Más sabe el diablo</i>	Caracol	<i>El clon</i>	Telenovela
	<i>Secretos de familia</i>	Caracol	<i>Caballeros prefieren brutos</i>	Dramatizado
	<i>Yo no te pido la luna</i>			Telenovela
	<i>Cámara café</i>	Itália		Dramatizado
	<i>El cartel 2</i>	Señal C	<i>Karol: el Papa, el hombre</i>	Telessérie
	<i>Operación Jaque</i>			Dramatizado
	<i>Clase ejecutiva</i>	México		Dramatizado
	<i>Mujeres al límite</i>	RCN	<i>Cuando me enamoro</i>	Telenovela
	<i>Tierra de cantores</i>	RCN	<i>Inocente de ti</i>	Telenovela
	<i>Caso cerrado</i>	RCN	<i>La usurpadora</i>	Telenovela
RCN	<i>A corazón abierto</i>	RCN	<i>Luz Clarita</i>	Telenovela
	<i>A mano limpia</i>	RCN	<i>Mar de amor</i>	Telenovela
	<i>Amor en custodia</i>	RCN	<i>Nina de mi corazón</i>	Telenovela
	<i>Chepe Fortuna</i>	RCN	<i>Preciosa</i>	Telenovela
	<i>El capo</i>	RCN	<i>Rubí</i>	Telenovela
	<i>El fantasma del gran hotel</i>	RCN	<i>Soy tu dueña</i>	Telenovela

	<i>El penúltimo beso</i>	Telenovela	RCN	<i>Teresa</i>	Telenovela
	<i>La Pola</i>	Telenovela	RCN	<i>Triunfo del amor</i>	Telenovela
	<i>Las detectivas y el Víctor</i>	Telenovela	Caracol	<i>Pasión morena</i>	Telenovela
	<i>Véranos en Venecia</i>	Telenovela			
	<i>Amor sincero</i>	Dramatizado	Venezuela		
	<i>El man es Germán</i>	Dramatizado	Caracol	<i>Salvador de mujeres</i>	Telenovela
	<i>Rosario Tijeras</i>	Dramatizado	Caracol	<i>Mi gorda bella</i>	Telenovela
Canal Uno	<i>Hombres de honor</i>	Dramatizado	Caracol	<i>Pecadora</i>	Telenovela
Señal C	<i>Bolívar hombre dificultades</i>	Dramatizado			
	<i>Kondor el mago</i>	Dramatizado	Reino Unido		
	<i>Franja retro</i>	Dramatizado	Señal C	<i>Caen las águilas</i>	Telessérie
			Señal C	<i>Hamlet</i>	Telessérie
			Irlanda – Canadá		
			Señal C	<i>The Tudors</i>	Telessérie
			EUA		
			Caracol	<i>Invasión</i>	Telessérie
			Caracol	<i>La niñera</i>	Telessérie
			Caracol	<i>Pesadillas y alucinaciones</i>	Telessérie
			Canal Uno	<i>MacGyver</i>	Telessérie
			Canal Uno	<i>Magnam</i>	Telessérie
			Señal C	<i>Rescate vuelo 29</i>	Telessérie
			Señal C	<i>Wagner</i>	Telessérie
			Señal C	<i>Minisseries estrangeiras</i>	Telessérie

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional	34	62,96	2630	70	1671:20	64
Ibero-americana	20	37,03	1128	30	952:03	36
Latino-americana (âmbito Obitel)	18	33,33	1077	28,65	909:18	34,65
Latino-americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	2	3,70	51	1,35	42:45	1,61
Ibérica	0	0	0	0	0	0
Outras (coproduções ibero-americanas)	0	0	0	0	0	0
Total	54	100	3758	100	2623:24	100

Fonte: Obitel e Ibope Colômbia

e a latino-americana (âmbito Obitel) com 18 produções e 33,33%. Os Estados Unidos (produção hispânica) figuram com duas produções para 3,70%. A telenovela é o gênero com maior presença e cobertura (19), e o formato mais difundido e apreciado no gênero de ficção, seguida do dramatizado (13).

Quanto às estreias de ficção exibidas durante o ano, além das 34 nacionais, o México mostra a maior presença com 12 produções (22,22%), seguido pela Venezuela com três (5,55%), pelo Chile e os Estados Unidos (produção hispânica) com duas (3,70%) e, finalmente, a Argentina com uma (1,85%). Essa situação reflete os centros de gravidade do mercado e da produção de ficção televisiva nos tempos mais recentes.

A composição da programação de acordo com as faixas horárias mostra no país que tanto para as produções nacionais como para as ibero-americanas, o horário estelar, *prime time*, representa o ponto de maior sintonia e audiência com 67,90%, seguidos nas tardes com 21,17% e a faixa noturna com 10,30%. As manhãs têm

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ep	%	Horas	%
Brasil	0	0	0	0	0	0
Argentina	1	1,85	5	0,13	4:41	0,16
Chile	2	3,70	233	6,20	193:55	7,37
Colômbia	34	62,96	2630	69,98	1671:20	63,70
Espanha	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	2	3,70	51	1,35	42:45	1,61
México	12	22,22	780	20,75	668:12	25,46
Portugal	0	0	0	0	0	0
Uruguai	0	0	0	0	0	0
Venezuela	3	5,55	59	1,56	42:29	1,61
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am/ibero-am)	0	0	0	0	0	0
Total	54	100	3758	100	2623:24	100

Fonte: Obitel e Ibope Colômbia

uma participação mínima, 0,60%. Essa tendência, certamente, corresponde a processos similares quanto ao comportamento de públicos e mercados na região. É de se notar que a maioria absoluta da programação de ficção ibero-americana se localiza nas faixas da manhã, tarde e noturna.

Em matéria de formatos, como se indicou antes, a telenovela predomina e mantém grande versatilidade para interpelar os públicos mais diversos e manter com 58,82% a maior quota de produção neste registro. O dramatizado, com 38,23%, é o outro grande formato no qual se apoia a ficção televisiva para apresentar temas, motivos e situações da vida real mediante a fórmula de sucesso do tratamento audiovisual. Finalmente, está a série com 2,94%, embora por produções recentes parecesse estar em perspectiva de subida.

Como se depreende da tabela, é claro que os formatos de ficção monopolizam as maiores porcentagens dos tempos disponíveis nas diferentes faixas horárias, o que por sua vez é indicativo da

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixas horárias	Nacionais			Ibero-americanos			Total			
	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H	%
Manhã (6h-12h)*	16	0,60	9:06	522	47,54	456:4	16	0,60	9:06	0,54
Tarde (12h-19h)	557	21,17	448:44	425	38,70	412:3	557	21,17	448:44	26,83
Prime time (19h-22h)	1786	67,90	1060:23	63,44	0	0	1786	67,90	1060:23	63,44
Noturno (22h-6h)	271	10,30	153:05	9,15	151	13,75	271	10,30	153:05	9,15
Total	2630	100	1671:18	100	1098	100	2630	100	1671:18	100

Fonte: Obitel e Ibope Colombia

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais			Ibero-americanos		
	Títulos	%	Cap/ep	Títulos	%	Cap/ep
Telenovela	20	58,82	1579	60,03	1063:32	63,62
Série	1	2,94	7	0,26	5:30	0,31
Dramatizado	13	38,23	1044	39,69	602:17	36,03
Telefilme / TV movie						
Outros (docudrama, unitário etc.)						
Total	34	100	2630	100	1671:19	100

Fonte: Obitel e Ibope Colombia

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime Time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela	2	100	4	50	14	63,63	13	59,09	33	61,11
Série							1	4,54	1	1,85
Dramatizado			4	50	8	36,36	8	36,36	20	37,03
Telefilme/TV movie										
Outros (docu-drama etc.)										
Total	2	100	8	100	22	100	22	100	54	100

Fonte: Obitel e Ibope Colômbia

preeminência que o gênero ficção tem sobre outros conteúdos do meio acima da disponibilidade horária. A telenovela continua sendo a primeira, com 63,63% em *prime time*, com 59,09% em horário noturno, com 50% à tarde, e 100% pela manhã. O dramatizado consegue 36,36 em *prime time* e essa mesma cifra no noturno e 50% à tarde. É necessário indicar que, certamente por razões de audiência e sustentabilidade do investimento, incrementou-se a tendência dos canais privados a transferir programas ao interior de uma faixa e entre faixas de horários, o que torna um tanto variável esse indicador.

O tratamento na produção de ficção televisiva mostra uma esmagadora tendência a retratar o presente, 97,05% frente a 2,94% de ordem histórica: o que isso significa? Sem entrar em maiores detalhes, poderia se estabelecer que a dimensão do presente, a cotidianidade

Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios (sem intervalos comerciais)

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	1712	41,1
Média (30'-60')	1273	30,5
Longa (60'+)	1180	28,3
Total	4165	100

Fonte: Obitel e Ibope Colômbia

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	33	97,05
Passado		
Histórica	1	2,94
Outra		
Total	34	100

Fonte: Obitel e Ibope Colômbia

social dos indivíduos impregnada de distintos dramas e sucessos minúsculos e extraordinários monopolizam a atenção desses programas e estão em consonância, de alguma maneira, com o interesse de amplos públicos e a figura do consumidor simbólico atual, basicamente modelado pelo consumo midiático, no tocante a privilegiar, senão a reduzir o horizonte existencial a esse presente que está e não está pela velocidade com que se sucedem os fatos e as histórias.

É de se anotar que por razões de audiência e *marketing*, fatores-chave na concorrência que livram as duas grandes redes televisivas por dominar a sintonia tanto na faixa estelar como naqueles blocos horários de maior impacto no consumo, tornou-se frequente demais a transferência de programas, sem aviso prévio, de uma faixa horária a outra para introduzir novos títulos e defender a audiência do canal. Essa situação, obviamente mortificante para o telespectador, foi protestada perante a entidade reguladora do meio por parte dos usuários. Obviamente, essa permanente variação incide nos dados e consolidados finais da análise.

As temáticas predominantes tanto em nível de conteúdo como no âmbito social e cultural mostram o predomínio do drama humano entrelaçando as histórias e encenações para que os programas oferecidos ao telespectador em seus formatos mais apreciados o sintonizem com o mundo cotidiano que é interpelado pelo meio e que constitui a chave de seu sucesso para acompanhar o indivíduo contemporâneo.

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, *share*

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	TV privada ou pública	Formato	Roteirista ou autor da ideia original	Audiência %	Share %
<i>A corazón abierto</i>	EUA	Vista producciones e RCN	Privada	Telenovela	Shonda Rhimes	40,19	51,82
<i>La Pola</i>	Colômbia	RCN	Privada	Telenovela	Juan Carlos Pérez Flores	38,41	49,73
<i>Amor sincero</i>	Colômbia	Vista para RCN	Privada	Dramatizado	Fabiola Carrillo Rodrigo Holguín	36,74	49,1
<i>Chepe Fortuna</i>	Colômbia	RCN	Privada	Telenovela	Miguel Ángel Baquero e Eloísa Infante	33,5	44,2
<i>Rosario Tijeras</i>	Colômbia	RCN	Privada	Dramatizado	Jorge Franco	32,42	46,26
<i>Oye bonita</i>	Colômbia	Colombiana de Televisión	Privada	Telenovela	Artleth Castillo	30,05	39,48
<i>Las detectivas y el Víctor</i>	Colômbia	RCN	Privada	Telenovela	Juan Manuel Cáceres	29,91	39,74
<i>Amor en custodia</i>	Colômbia	Teleset e Coestrella	Privada	Telenovela	Juliana Lema e Julio Castañeda	28,98	40,23
<i>El capo</i>	Colômbia	FOX Telecolombia	Privada	Telenovela	Gustavo Bolívar	27,71	37,4
<i>A mano limpia</i>	Colômbia	RCN	Privada	Telenovela	Diego Vivanco, Julio Contreras e Andrés Guevara	26,95	40,09
Total de produções: 10		Roteiros originais nacionais: 9		Roteiros estrangeiros: 1			
100%		90%		10%			

Fonte: Obitel e Ibope Colômbia

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número de capítulos	Duração do cap/ep	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
<i>A corazón abierto</i>	Telenovela	Ficção	2010	186	45 minutos	4/1/10	3/3/10	Prime time
<i>La Pola</i>	Telenovela	Ficção	2010	126	60 minutos	13/9/10	16/12/10	Prime time/noturna
<i>Amor sincero</i>	Dramatizado	Ficção	2010	156	30 minutos	25/2/10	12/10/10	Prime time
<i>Chepe Fortuna</i>	Telenovela	Ficção	2010	120	60 minutos	27/7/10	30/12/10	Noturna
<i>Rosario Tijeras</i>	Dramatizado	Ficção	2009	70	60 minutos	8/2/10	28/7/10	Noturna
<i>Oye bonita</i>	Telenovela	Ficção	2010	120	30 minutos	4/1/10	3/3/10	Prime Time/noturna
<i>Las detectivas y el Víctor</i>	Telenovela	Ficção	2009	79	30 minutos	12/1/10	26/4/10	Prime Time
<i>Amor en custodia</i>	Telenovela	Ficção	2010	251	60 minutos	4/1/10	29/11/10	Prime Time
<i>El capo</i>	Telenovela	Ficção	2009	102	60 minutos	12/1/10	10/2/10	Noturna
<i>A mano limpia</i>	Telenovela	Ficção	2010	120	60 minutos	22/11/10	30/12/10	Prime Time

Fonte: Obitel e Ibope Colombia

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
<i>A corazón abierto</i>	Práticas médicas; amor; intrigas; traição; ódio; infidelidade.	Conflitos interpessoais.
<i>La Pola</i>	Amor; vingança; mentira; traição; relações familiares de época.	Discriminação social e política; rebelião; movimento independentista.
<i>Amor sincero</i>	Vida familiar; amor; ódio; violência; agressão; inveja; intriga	Conflitos de geração; ascensão social; sucesso artístico.
<i>Chepe Fortuna</i>	Acaso, destino; amor; paixão; mentiras; inveja; drama.	Identidade regional; cultura local; folclore musical.
<i>Rosario Tijeras</i>	Violência; morte; mentira; amor; dor; vingança; justicamento.	Narco tráfico; subcultura do matador de aluguel; arrivismo; vida mafiosa.
<i>Oye bonita</i>	Amor; paixão; desejo; intrigas; juventude; velhice.	Identidade regional; cultura local; folclore musical; ascensão social.
<i>Las detectivas y el Víctor</i>	Amor; ódio; traição; mentira; sinceridade.	Ascensão social; relações interpessoais; machismo.
<i>Amor en custodia</i>	Amor; infidelidade; surpresa; traição; paixão; vingança.	Arrivismo; conflito social; ascensão social.
<i>El capo</i>	Violência; morte; mentira; amor; dor; vingança; justicamento.	Narco tráfico; subcultura do matador de aluguel; arrivismo; vida mafiosa.
<i>A mano limpia</i>	Amor; mentira; sinceridade; nobreza; violência.	Marginalidade; problemática juvenil; conflito social.

3. Recepção transmidiática

O fenômeno da transmidiação é inseparável, por um lado, da convergência tecnológica própria dos meios e das tecnologias da informação digitais, que geram ou transformam as plataformas existentes para a circulação de produtos e formatos midiáticos e concretamente televisivos e, por outro lado, também têm a ver com a transformação e reestruturação das audiências de acordo com os grupos sociais que as integram e suas inclinações, hábitos de consumo, gostos e formas específicas de apropriação e usos das tecnologias; o entrecruzamento desses fatores é o que se inclui na categoria de transmidiação para explorar as novas formas de produção, distribuição, consumo e uso de programas e formatos televisivos na atual situação de industrialização e *marketing* global.

As redes de informação, internet e similares, as redes sociais que surgem nelas e que geram novas formas e modalidades de comunicação e informação, impulsionando uma dinâmica muito ágil que altera a relação produção massiva/consumo massivo e introduz a relação um-um (Castells), são inseparáveis da interatividade ligada às novas plataformas e condições tecnológicas em que se opera. Descentraliza-se então a produção dos grandes núcleos e se especializam a recepção e o consumo até sua individualização correspondente; paralelamente, os receptores tornam-se produtores e geram seus próprios processos de produção-reprodução e distribuição de programas e conteúdos quebrando, em grande medida, a uniformidade do sistema linear.

Multiplicam-se assim tanto os espaços e cenários de produção, recepção e consumo, os tipos e hábitos de audiências e os tipos de programas e formatos em uma contínua realimentação vinculada à dinâmica inovadora inerente ao sistema.

A corazón abierto	http://www.canalcnmsn.com/programas/corazon_abierto		Finalidade
Geral	Descrição		É a página oficial da telenovela, onde se promove seu conteúdo
Origem ou propriedade do site	Canal RCN		
Ferramentas do site que permitem a interação entre as audiências	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permite ver o capítulo da telenovela 2. Permite deixar algum comentário 3. Permite ver os conteúdos de site: vídeos, fotos, comentários 4. Conta com foros de discussão 5. Oferece links para outros tipos de redes sociais: Facebook e Twitter 		
Número médio de visitantes*			
Número médio de comentários publicados			
Porcentagem de homens e mulheres participantes			
<p>Outros sites: http://es.wikipedia.org/wiki/A_corazC3%B3n_abierto, http://www.youtube.com/2010/05/corazon-abierto-novelas-por-capitulos.html é um blog no qual se encontram os capítulos da telenovela e permite que os visitantes realizem comentários de cada um destes, conta com 108 comentários.</p>			

La Pola	http://www.canalrcnmsn.com/programas/la_pola	
Geral	Descrição	Finalidade
Origem ou propriedade do site	Canal RCN	É a página oficial da telenovela, onde se promove seu conteúdo
Ferramentas do site que permitem a interação entre as audiências	6. Permite ver o capítulo da telenovela 7. Permite deixar algum comentário 8. Permite ver os conteúdos de site: vídeos, fotos, comentários 9. Conta com foros de discussão 10. Oferece links para outros tipos de redes sociais: Facebook e Twitter	
Número médio de visitantes		
Número médio de comentários publicados		
Porcentagem de homens e mulheres participantes		
<p>Outros sites: http://es.wikipedia.org/wiki/La_Pola_(Telenovela), enciclopédia livre onde se encontra a ficha técnica da telenovela, descrição dos personagens, sinopses e outras conexões externas e internas. http://www.youtube.com é um site web no qual os usuários podem subir e descarregar o trailer e os capítulos da telenovela. http://www.citytv.com.co/videos/268100/asi-son-los-personajes-de-la-pola-una-telenovela-con-mucha-historia é a página oficial do canal City TV, onde se encontram alguns vídeos e comentários realizados pelas audiências.</p>		

No caso da Colômbia, a produção transmidiática em conexão com os dois títulos que presidem a lista dos mais destacados do ano, *A corazón abierto* e *La Pola*, de acordo com os dados disponíveis, confirma-se a tendência mencionada, que por sua vez constitui um sintoma preciso da maneira como está evoluindo a indústria televisiva colombiana e o mercado cultural que a motiva.

O canal que emite esses programas dirige do seu portal institucional espaços reservados aos produtos estelares, o que inclui um amplo leque de opções para ampliar a informação concernente ao produto do caso: ficha técnica detalhada do programa, animações e vídeos que incluem a repetição de capítulos e opções de interagir com as cenas interessantes a critério dos espectadores. Blog, chat e foros permanentes de alta interatividade e participação dos telespectadores seguidores do programa, centrados em diferentes aspectos do mesmo: personagens, protagonistas, roteiristas, diretores etc. Por sua vez, a página remete a uma série de links de conectados com um circuito duplo, assim como os meios de comunicação que são propriedade do conglomerado do canal, revista, ou jornais, conforme o caso, emissoras de rádio e outros programas, em geral formatos de opinião, informativos e de espetáculos que realimentam todas as referências do programa. O outro circuito opera no interior da rede com vínculos a páginas, portais e demais links que reproduzem a repercussão do programa no espaço virtual com sua própria consonância, nível social e cultural (ver os respectivos quadros).

4. O mais destacado do ano

O cotejo de diversos registros de acompanhamento dos índices de sintonia dos programas, incluídos dentro da ficção televisiva no país durante 2010, permite constatar, entre os mais destacados do ano, a telenovela *A corazón abierto*, a partir da adaptação de *Grey's anatomy*, a minissérie de época *La Pola*, que recria o motivo do bicentenário, as telenovelas *Amor sincero* (Canal RCN), baseada na

vida da cantora de *tecnocarrilera*³ Marbelle, e *Chepe Fortuna*, com uma recriação da cultura regional; o seriado *Rosario Tijeras*, e outras telenovelas: *Oye bonita*, *Las detectivas y el Victor*, *Amor en custodia*, *El capo* e *A mano limpia*. Também é preciso destacar nesta revisão o dramatizado *Operación Jaque*, do canal Caracol, baseado no conflito armado com as FARC.

Não é gratuito que *A Corazón abierto* seja a telenovela que teve maior audiência dentro da estreia de 2010, tanto que em 2011 já se promove, com estardalhaço, a segunda temporada, de maneira muito similar ao que se faz nos EUA com a série *Grey's anatomy* na qual se baseia a série nacional. Com um argumento feito a partir de histórias que se entrecruzam e complementam narrativamente através dos diferentes episódios ou capítulos realizados, vai-se tecendo a história base que não é outra coisa que a recriação do que acontece em um hospital onde os profissionais da saúde, além de seu exercício profissional, realmente se desdobram como seres humanos o tempo todo cheios de emoções, sentimentos e paixões que beiram os extremos até se transformar no nó central da história. Amor, ódio, traição, amizade, infidelidade, intriga e vingança, entre outros, enchem as aventuras e impregnam os acontecimentos de uma cotidianidade, essencialmente urbana, contemporânea, das pessoas comuns, o que facilita seguir capítulo após capítulo essa trama com a qual o espectador de hoje se identifica facilmente.

La Pola, minissérie de época, com uma grande qualidade quanto à produção televisiva, quase de tipo cinematográfico, e um bom roteiro que permite a caracterização de personagens com profundidade, é o programa que, com sua repercussão da questão histórica, dá aos sentimentos humanos, amor, amizade, esperança, tristeza, uma perspectiva superior na medida em que esse drama romântico e trágico, encenado em torno da vida da heroína mais popular da Colômbia, acaba subordinado às forças e poderes desconhecidos

3. Carrilera: gênero musical popular de rumba. (N.T.)

para o homem que regem os destinos da humanidade e os fios secretos de sua história. Não obstante, o formato de televisão obrigará a série, por motivos econômicos, de mercado e audiência, a ir adicionando episódios diferentes que começam a produzir cansaço e desgastam a intensidade própria da ficção narrativa. No entanto, o pano de fundo histórico, que viria a se constituir no referente obrigatório da pergunta pelo sentido do passado, da épica do bicentenário, das origens da nação e sua respectiva apropriação neste presente tão necessitado de ideais constitutivos, fica desprotegido e não conduz a um aprofundamento do debate e da reflexão coletiva em torno das origens do país e do significado da Independência e da construção de nação.

Amor sincero foi outro grande sucesso de sintonia televisiva neste ano; esse dado contribui para reafirmar a consideração segundo a qual as estruturas melodramáticas e as afinidades da sensibilidade popular se entrecruzam e resolvem, de modo satisfatório, na figura que triunfa e ascende, desde as camadas baixas periféricas ao paraíso da espetaculosidade midiática. É uma fórmula trilhada neste gênero mas de sucesso e muito rentável do ponto de vista financeiro e do consumo cultural. *Marbelle*, a diva nacional da música *tecnocarrilera*, é ao mesmo tempo a protagonista dessa série e o triunfo romanceado além das angústias, tragédias e diversas circunstâncias adversas que teve que superar para chegar ao topo, confunde-se com a própria história real do personagem já contada até a saciedade pelos meios do “coração”. Mas é como heroína televisiva quando realmente alcança sua consagração definitiva no santuário dos imaginários populares sobre o triunfador social. Trata-se, em síntese, de um formato já experimentado e rentável, utilizado antes em produções dedicadas a exaltar a memória e imagem de jograis populares, presentes em casos como *Escalona*, *Diomedes Díaz* e logo as de Joe Arroyo e Juanes.

Quanto às outras produções, as mais vistas, *Rosario Tijeras* e *El capo*, reforçam as narrativas inspiradas no submundo da máfia, do

tráfico de drogas e das distintas formas de violências associadas a essas subculturas que têm a capacidade de perturbar o ânimo do país e produzir profundas feridas em seu acionar social, político e cultural. Não há dúvida de que a escola do narcotráfico incidiu negativamente na imagem do país das últimas décadas e mostrou sua perturbadora capacidade de corrosão e afundamento moral; e é aí, frente a essa patética seqüela de negação, onde ainda se mantém, a nosso ver, vigente a necessidade de que a televisão se ocupe, catártica, crítica, criativa e projetivamente de tal realidade para contribuir para o grande exorcismo coletivo que liberte o colombiano desse pesadelo.

As outras produções de maior destaque tocam temáticas e se plasmam em formatos muito similares aos das estruturas narrativas já mencionadas e que permitem dar conta de elementos das culturas regionais (*Oye bonita*); das problemáticas juvenis e o drama da marginalidade e exclusão social atravessado pelo sonho de uma mudança, de uma redenção social pelas mãos de um amor justiceiro (*A mano limpia*). E os dramas cotidianos que ao ser narrados e encenados na telinha recriam pequenas e quase insignificantes histórias que, brincando com a ficção, não passam de pálidas representações de uma realidade que se dilui no imediatismo de atos e impulsos e ocorrências plasmadas de humor sedativo. Esse inventário corrobora a afirmação, respaldada por várias pesquisas, de que a Colômbia é um país pioneiro na produção de telenovelas e ficção televisiva dentro do âmbito da reconfiguração global da indústria cultural do setor de comunicações, com o que floresceu uma ampla escola de criadores, roteiristas, produtores com capacidade de se desempenhar eficazmente no campo dos requerimentos da produção midiática transnacional.

Do que foi mencionado sobre o mais visto em televisão no campo da ficção, é pertinente chamar atenção sobre um aspecto que se reitera a partir de diferentes propostas e pontos de vista. A televisão, o meio de comunicação por excelência, enfrenta-se com o desafio de ficar fechada em uma espécie de repetição cíclica fun-

cional, subordinada ao mercado e aos índices de audiências, ou, sem perder de vista essa dimensão essencial para sua sustentabilidade, atreve-se a ir além do mero dispositivo técnico-retórico, da tirania do índice de audiência e do formato, amplia as fronteiras da competitividade produtiva e assume um projeto cultural público que transversalize sua função e presença, e todos os cenários do acontecer social para fazer parte integral do projeto histórico-cultural da nação. Utopia ou acordo e vontade política? A resposta virá talvez do que derivar da relação problemática entre qualidade, como medida da vida social e cultural de uma comunidade, frente a seu valor de mero indicador econômico e mercantil.

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva — tendências em países ibero-americanos

Abordar o tema da qualidade televisiva implica de cara assumir o caráter problemático do conceito de qualidade e a discussão que sofre a adoção de algum esquema determinado para analisar a produção desse meio. No que se segue, faremos as referências pontuais aos principais enfoques e aportes sobre essa questão⁴ e os ligaremos à reflexão sobre a qualidade da produção da ficção televisiva nacional em 2010.

O debate internacional sobre a qualidade em televisão, do qual não escapa a situação da televisão colombiana, centra-se na capacidade que a televisão pública tenha para garantir uma programação que mantenha altos padrões de qualidade em sua produção e satisfaça, de maneira adequada, as demandas e expectativas sociais e culturais das grandes audiências; escapando da ditadura da audiência como

4. Para essa análise, seguimos de perto as observações consignadas por Gutiérrez G. Charo, 2000, “Televisión y calidad: perspectivas de investigación y criterios de evaluación”. Revista ZER, <www.ehu.es/zer/9>. Da mesma forma, Borges, Gabriel (2008), “Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica”. Revista NAU, n.º 1, São Paulo.

critério decisivo de sustentabilidade e operação. Esse assunto foi historicamente – e continua sendo – o nó problemático em relação com a qualidade que a televisão deve oferecer como serviço público, o que tende a se complicar em nossos dias com a marcha intensificada da privatização do meio e do auge dos canais privados frente ao definhamento e enfraquecimento dos canais públicos.

Nesse terreno existem vários estudos sobre a questão da qualidade que recomendam enfatizar seja na produção, ou nos conteúdos, ou nos receptores, ou nesses fatores colocados em interação e combinados com outros aspectos que se estimam relevantes. A autora mencionada cita “seis perspectivas diferenciadas sobre os critérios que se deve levar em conta para identificar e definir o que é a qualidade na televisão”. Quanto à produção, um programa com qualidade teria que cumprir essas condições: servir as demandas básicas do público; respeitar a pluralidade de crenças, opiniões e tradições; estimular positivamente a imaginação dos espectadores; respeitar a legalidade da cultura nacional; e fomentar o conhecimento e o intercâmbio cultural.

Com relação a outros fatores que incidem na qualidade do meio, insiste-se na necessidade de que as avaliações dos programas sejam feitas nos contextos da própria tradição de gêneros e práticas profissionais. Mesmo assim, faz-se relevante diferenciar qualidade de popularidade. Quanto à função da televisão, tomando nisto o aporte dos estudos provenientes do Reino Unido, estipulam-se como critérios de qualidade: diversificar opções, tipos de temas de perspectivas; inovar constantemente quanto a gêneros, formatos, alternativas de solução etc.

5.1. Qualidade da televisão na Colômbia

O problema da qualidade da televisão na Colômbia, fora do adiado debate sobre a qualidade e a representatividade da televisão pública no país perante a investida da oferta privada, concentrou-se

em grande medida no que concerne aos conteúdos e valores oferecidos pelos programas de maior sintonia no chamado *prime time* e pelas consequências ou implicações de ordem social e cultural que tais programas trazem consigo para as audiências, especialmente juvenis e infantis.

O país se posicionou como um dos principais produtores de ficção televisiva no gênero das telenovelas, séries e dramatizados que recriam de maneira convencional aspectos ou fenômenos característicos do acontecer social cotidiano. Junto com o México, o Brasil e a Venezuela dominam a produção industrial de telenovelas dentro do esquema de divisão do trabalho do mercado global audiovisual. E é exatamente a telenovela o formato de mais sucesso e de maior lembrança da televisão colombiana com produção como *Betty la fea*, *Café com aroma de mujer* etc.

Em grande medida, a televisão tende a se identificar com o gênero da telenovela entendido como filão melodramático do qual resulta factível representar de uma maneira divertida e agradável os diversos aspectos da realidade do país segundo épocas, regiões, situações etc. Historicamente, durante os anos 80 e 90, o país – como nos lembra Martín-Barbero – se redescobriu e integrou, através das telenovelas regionais, o que instigou a respectiva discussão em matéria de identidade nacional e do melodrama como o formato mais adequado para expressar tal identidade. A exploração comercial desse filão dramático correu lado a lado com a privatização do meio e o posicionamento dominante das duas grandes redes de televisão privada, enquanto a pública recuava silenciosamente para um lugar secundário, um tão marginal e minoritário, e se dedicava perante todos aos documentários de valor histórico, expressões culturais regionais e mensagens institucionais.

Na primeira década deste século, de acordo com a mudança da problemática estrutural do país, os temas predominantes na produção de ficção televisiva nacional se centram nas *narcosséries*, nas telenovelas de comédias e nos dramalhões recauchutados, incluindo

igualmente produções altamente propagandeadas e com marcado tom ideológico e político em versão oficial sobre o conflito social armado.

Este panorama volta a nos situar no ponto inicial do nosso questionamento: em que está e como entender, em um contexto como o nosso, o problema da qualidade da televisão colombiana?, o que já expressamos nestes termos: “Parafrazeando Jesús Martín-Barbero poderíamos enfatizar que uma televisão de qualidade teria a capacidade de ‘pôr-se a comunicar ao país’; isto é, servir como dispositivo e espaço de encontro e aproximação entre os diversos setores sociais e culturais que coexistem no país. O que levaria à necessidade de que se desse uma formulação explícita de uma televisão tal contemplada dentro das políticas públicas de comunicação do Estado colombiano⁵”.

Essa seleção dos programas de ficção mais destacados de 2010 deixa ver claramente os seguintes aspectos:

- O predomínio evidente das duas grandes redes privadas de televisão quanto ao manejo da oferta de programação de entretenimento na faixa estelar, o que supõe, conseqüentemente, uma posição dominante frente às grandes audiências nacionais que, como é bem sabido, encontram na telinha sua principal fonte tanto de entretenimento como de informação. Isso quer dizer que, nesse processo de interlocução e acompanhamento que é atribuído “à voz televisiva” por sua onipresença na vida social, as mensagens, conteúdos e alusões do meio se transformam na principal referência do acontecer, da ficção que entretém e da valorização e representação do real. O anterior ocorre às expensas e em detrimento da televisão pública, que tem como função essencial resgatar e promover os valores sociais e culturais que fundamentam a identidade

5. Cf. Bustamante y Aranguren (2008). *Usos pedagógicos de una televisión de calidad para audiencias infantiles y juveniles*. Programa de investigaciones académicas de la Comisión Nacional de Televisión de Colombia. Cn.gov.co

de uma nação e com isso se transformam em veículo de encontro, reconhecimento e integração social em todos os níveis. Esse trabalho, que efetivamente pode avançar a televisão pública na Colômbia, no tocante a se mostrar como meio que recupera e mostra a diversidade social e cultural da qual esse país está constituído, as problemáticas regionais, os motivos de conflito, mas também as procuras e iniciativas das comunidades em prol da afirmação regional e sustentabilidade da cultura democrática e participativa; todo esse esforço, definitivo para o presente e futuro imediato do país, em mãos da televisão pública carece das condições requeridas para “ecoar” com a amplitude que deveria ter no espaço nacional.

A discussão que há tempos se mantém sobre o problema da qualidade televisiva frente à crescente privatização do meio e o predomínio do modelo comercial frente ao interesse público é captada e pode ser ilustrada claramente, no nosso caso, com a seleção do mais destacado de 2010 em ficção televisiva, segundo se mostrou acima. Nós nos referimos, por exemplo, à saturação do tema do narcotráfico na televisão colombiana nos últimos anos com a seqüela de violência, não só simbólica, mas também com as repercussões que esta traz para as diferentes audiências, particularmente para aquelas mais vulneráveis como são as audiências infantis e juvenis. Chegou-se inclusive a falar da “narcotização” do meio para ressaltar a redundância dos conteúdos, formatos e protagonistas, transformando-se em algo assim como uma sombra reiterada amplificando uma situação trágica para este país que ainda não consegue se desprender desse fantasma. E é aí onde se multiplicou o debate com o pronunciamento de diversos setores sociais propugnando por uma oxigenação na programação de maneira que a televisão pudesse oferecer outras temáticas e perspectivas de interesse para as comunidades.

A saturação que se menciona, como tema recorrente tanto na cotidianidade nacional nas últimas décadas, permanentemente referida nos diferentes meios de comunicação e recriada, além disso,

comercialmente pela televisão na faixa estelar, tornou-se manifesta na proliferação de toda uma série de estereótipos provenientes da subcultura associada a esse mundo marginal com toda sua capacidade de penetração nos diferentes âmbitos sociais (*Las muñecas de la mafia*, *Rosario Tijera*): a corrupção política e burocrática e a penetração do narcotráfico em diferentes instâncias do Estado, instituições públicas e setor privado (*El capo*, *El cartel 2*); a aliança de setores da classe política e de poderosos grêmios econômicos com atores vinculados ao narcoparamilitarismo; e a emergência do chamado narcoterrorismo como expressão um tanto difusa para dar conta de aspectos escabrosos do conflito armado no país (*Operación Jaque*).

Uma sequela de toda essa rede de mútuas e negativas influências se dá em manifestações culturais, aparentemente isoladas e insignificantes como são as variações linguísticas que penetram a fala cotidiana e carregam as palavras de sentidos e significados perversos, a afluência da figura do delinquente juvenil e inclusive infantil ligado ao mundo dos matadores de aluguel, da prostituição, e do narcotráfico. Igualmente, a transformação em matéria de imaginários sociais de beleza, de progresso e mentalidade juvenil, de gostos e inclinações incorrigíveis para transformar em lugar comum o consumo de roupas e objetos associados com o mundo do narcotráfico, as cirurgias estéticas a granel, os carros e motos de marca, e os apetites desmedidos pela fácil figuração social.

Sendo assim, é possível colocar a seguinte observação a título de preocupação, crítica e motivo de reflexão sobre a qualidade da nossa televisão e a função social que se espera dela: perigosamente, dada a análise da programação de ficção e entretenimento que pulula na faixa estelar, junto com a proliferação informativa que repete insistentemente idênticos conteúdos sobre o acontecer cotidiano em que o narcotráfico e o narcoterrorismo são protagonistas obrigatórios, além da espetacularização com que costumam muitas vezes dar conta disso, nesse contexto é válido se perguntar pelos

critérios e políticas públicas que definem o marco operativo da televisão no país, não tanto para interferir ou constranger a chamada autorregulação do meio que, segundo todos os indícios, continua e continuará dependendo mais dos indicadores de mercado que do interesse comum e público da nação.

O outro grande bloco do mais destacado se divide – por um lado – entre os programas que ambientam a temática juvenil nos setores populares e os riscos que enfrentam as juventudes que ali residem frente a um contexto social que marginaliza, violenta e oferece muito poucas oportunidades de mobilidade social (*A mano limpia*). Por seu lado, o popular melodrama volta à cena (*Amor sincero*) ao contar a vida de Marbelle, a cantora que encarna a figura que é “redimida” pelo sucesso de voz e estilo musical para interpretar canções que arraigam no gosto das amplas maiorias sociais. Também figura, pela qualidade de produção e a força passional das personagens, além das intrigas, traições e demais aspectos desse gênero dramático, *A corazón abierto*, o que traz, de maneira impactante, ao telespectador médio. Por outro lado, está *La Pola*, minissérie de época, a propósito do tema do bicentenário, que recria a vida da heroína da pátria por excelência, seus amores e desventuras com um pano de fundo histórico que reitera a versão oficial um tanto intranscendente. Por sua vez, *Operación Jaque* mostra a aposta dramatizada por recuperar vozes e versões da tragédia nacional do sequestro sem que consiga se afastar, novamente, da espetacularização no tratamento desta problemática de tão nefasto impacto para a sociedade colombiana.

A partir dessa apuração do mais destacado do ano na televisão colombiana, onde se aprecia claramente o predomínio da oferta privada, cabe se perguntar, mais uma vez, pela possibilidade de combinar e integrar produção e formato com rentabilidade comercial e alta aceitação por parte das audiências junto com programas que vão além desse parâmetro e se arrisquem por oferecer outras perspectivas, variantes da realidade social e da diversidade cultural que redundariam em benefício da sociedade civil em seu conjunto,

assim não ofereçam um alto rendimento de mercado, e é isso o que, em matéria de qualidade televisiva, reclama-se por autores como Gabriela Borges, Jesús Martín-Barbero e outros já citados, para que a telinha seja algo mais que uma janela promocional, um autêntico espaço e palco de encontro dos conteúdos, valores, demandas e significados que integram o público no país.

EQUADOR: A FICÇÃO NA TELEVISÃO ABERTA. CRESCIMENTO EM QUANTIDADE E LIMITAÇÕES DA QUALIDADE TEMÁTICA

*César Herrera e Alexandra Ayala (coordenadores), Pamela Cruz,
Cecilia Vergara, Pablo Escandón e José Rivera¹*

1. O contexto audiovisual do país

1.1. A televisão aberta

AO SE INICIAR A SEGUNDA DÉCADA DO SÉCULO, a ficção nacional continuou como a base da programação da televisão aberta do Equador. Mas, além disso, a produção de telenovelas e séries cresceu em comparação com anos anteriores², a partir dos investimentos feitos

1. Em nome da Ciespal, agradecemos ao Ibope Time pela entrega dos dados processados, e a Nathalie Cruz Célleri e Mariuxi Micho Gutiérrez, por sua colaboração como assistentes de pesquisa.

2. Embora a televisão não tenha sido amplamente analisada no país, há registros das produções de telenovelas feitas desde a década de 80. Nesse decênio, houve três novelas próprias; na década seguinte, o número desse formato televisivo foi de 13 enquanto que no último decênio foram produzidas 16 telenovelas. Todos esses produtos chegaram pelas mãos da televisão privada, segundo o recolhido no blog telenovelasecuador.blogia.com Em 2010, as novelas nacionais foram três; ou seja, houve um crescimento de 1,4% em relação aos anos da primeira década deste século.

por dois canais privados, Ecuavisa e Teleamazonas, e dois canais administrados pelo Estado, Gamatv e TC Televisión, em um cenário de redistribuição da propriedade televisiva que começou em 2007³.

Nesse ano, o governo criou o Ecuador TV (ECTV), o primeiro canal público do país, enquanto em 2008, por meio da ex-Agência de Garantia de Depósitos⁴, foram expropriadas as duas emissoras mencionadas, que pertenceram aos irmãos e banqueiros Roberto e William Isaías Dassum. Em outubro de 2010, o ex-acionista majoritário do Teleamazonas, Fidel Egas, passou suas propriedades a um fideicomisso espanhol e a outro peruano porque, de acordo com a vigésima nona disposição transitória da Constituição de 2008, cumpriu-se o prazo de dois anos, desde que entrou em vigor esse marco legal, a fim de que os acionistas do setor financeiro que tivessem participação no capital pago de meios transferissem suas participações acionárias. Atualmente, o Conselho Nacional de Telecomunicações (Conatel) registra 89 emissoras na televisão aberta; mas só sete delas têm cobertura nacional: ECTV, GAMATV, TC Televisión e as privadas RTS (Red Telesistema), Ecuavisa, Canal Uno e Teleamazonas.

Dessas emissoras, a pública é a única que se encontra em banda UHF (siglas em inglês de frequência ultra-alta), mas está previsto que em 2011 saia o sinal em VHF (siglas em inglês de frequência alta) que concentra cerca de 30% da audiência. As seis restantes

3. Em 2007 surgiu a ECTV no país, que nasceu como meio público, assim como a Radio Pública Nacional. A Constituição de 2008 reconhece três tipos de propriedade de meios de comunicação: pública, privada e comunitária.

4. A AGD foi criada como resposta do Estado diante da crise bancária e financeira de 1999, que produziu a queda de vários bancos e foi causa da adoção do dólar como moeda oficial; seu fim era garantir os depósitos bancários dos correntistas. Em 2008, expropriou todas as propriedades dos ex-proprietários do Filanbanco, entre os quais dois canais de TV e outros meios de comunicação, radiais e impressos.

estão entre os canais do 1 ao 13 porque, com exceção do Canal Uno, o Estado lhes concedeu essas frequências antes de 1975, ano de expedição da primeira Lei de Rádio e Televisão. De todas as emissoras de televisão aberta, a Ecuavisa, o Teleamazonas e o Canal Uno contam com sinal internacional que serve, principalmente, como “nexo” entre o país e o mais de meio milhão de equatorianos que emigraram.

Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Equador

Emissoras privadas	Emissoras públicas	Emissoras expropriadas
Teleamazonas	ECTV	GAMATV
RTS		TC
Ecuavisa		
Canal Uno		
Total de emissoras = 7		

Fonte: Conatel

Outra diferença está nas relações comerciais que estabeleceram com outras empresas midiáticas e não midiáticas. Entre as emissoras privadas, Teleamazonas e Canal Uno agrupam as empresas multimídia, emissoras radiiais, centros de atenção de chamadas telefônicas e comunicação interpessoal; RTS tem capitais mexicanos e está vinculada a emissoras de rádio e um canal em UHF; e Ecuavisa conta com a revista informativa de maior circulação no país, outras três revistas sobre temas específicos, uma empresa de fornecimento de televisão a cabo e quatro canais no exterior. Além disso, esses canais mantêm ligações com agências internacionais de publicidade e de artes gráficas. A emissora pública não tem esse tipo de relações porque faz parte da Empresa Pública Televisión y Radio de Ecuador, cujo único acionista é o Ministério das Telecomunicações; no entanto, até antes da expropriação, a Gamatv

e a TC Televisión tiveram vínculos com instaladoras de emissoras, canais de televisão, jornais, emissoras de rádio, revistas, televisão a cabo, canais internacionais, hotéis, indústrias alimentícias, empresas navais, bancos e construtoras (Villarroel, 2006).

Apesar dessas distinções, tanto nas emissoras privadas como na pública e nas administradas pelo Estado, está presente, em maior ou menor medida, a ficção televisiva de estreia e reprises que, nas palavras de Enrique Bustamante (1999), “não só é o gênero característico do meio como o caracteriza”, porque com o passar do tempo contribuiu para inventar o meio como espaço autônomo de expressão. Uma revisão histórica da ficção na televisão equatoriana indica que não é nova. Seu formato mais representativo, a telenovela, apareceu nos anos 60, quando os produtos norte-americanos eram os de maior distribuição no recente meio de comunicação, mas também houve produção local ao vivo, com pessoal constituído por locutores e locutoras, atores e atrizes provenientes do rádio e do teatro (Ayala, 2004; El Universo, 2010). Ao final dessa década, as telenovelas representaram 9,7% do total da programação, atrás dos seriados e informativos (Mora, 1982).

Com o passar do tempo, esse formato consolidou sua presença. No ano anterior, a telenovela constituiu 21% de um total de 7522 horas exibidas de gêneros de programas da televisão aberta, acima dos telejornais (14,6%) e das séries (10,7%). Em conjunto, a ficção representou quase 44% dessa totalidade de horas; pelo que é notório um desequilíbrio entre gêneros de ficção e de informação e entretenimento na televisão aberta do Equador.

No entanto, é importante destacar que a origem estatal⁵ da ECTV fez com que sua grade aponte “para uma programação alter-

5. O canal se estabeleceu ao mesmo tempo da Assembleia Nacional Constituinte que modificou a última carta magna do país. Em 29 de novembro de 2007, em Montecristi, província de Manabí, foi ao ar a propósito da inauguração de atividades desse organismo reformador.

Gráfico 2. Gêneros de programas ofertados pela TV aberta, segundo horas

Gênero	Horas exibidas em 2010*
Minissérie	53
Revista	132
Longa metragem	579
Telenovela	1605
Noticiário	1102
Humorístico	262
Avance de notícia	95
Série	806
Político	93
Infantil	386
Talk show	98
Concurso/entretenimento	465
Esportivo	435
Opinião	93
Documentário	141
Variedades	631
Especializado	113
Musical	90
Religioso	32
Culinário	41
Didático	71
Anúncio/avisos	199

Fuente: Ibope Time

*A informação de horas emitidas por gênero não inclui a TV ECUADOR.

nativa aos canais privados”, pela ausência da chamada crônica de fofoca e teatro e a presença de programas informativos de redes internacionais (Ciespal, 2009).

Gráfico 3. Formatos de ficção exibida

Gênero	Horas exibidas em 2010
Telenovela	1605
Minissérie	53
Série	806
Longa-metragem	579
Outros	262

Fonte: Ibope Time

Embora o Equador não tenha deixado de ser importador de produtos de ficção, sobretudo do México e da Venezuela, e mais recentemente da Colômbia, três telenovelas e dois seriados próprios foram exibidos pelo Gamatv, TC Televisión, Teleamazonas e Ecuavisa. Este dado é interessante se se considerar que, com exceção da Gamatv, os outros três canais são os de maior audiência no país. Com relação ao último biênio, observa-se que a liderança do nível de audiência continua no Ecuavisa que, não obstante, diminuiu 1,8 ponto percentual em 2010. Nesse mesmo período, acima do RTS, o Gamatv, o Canal Uno e o ECTV, o Teleamazonas e o TC Televisión mantiveram a segunda e terceira posição de sintonia, mas melhoraram sua audiência em 0,30 e 1 ponto, respectivamente. Em 2010, o Ibope Time começou a medir a audiência do canal público, que alcançou 0,60 ponto.

Quanto à preferência relativa de audiência para um determinado espaço com relação a outros que se emitem simultaneamente, há uma correspondência com os lugares que as emissoras ocupam em relação à audiência. Assim, a Ecuavisa encabeça também o *share* com

Gráfico 4. Audiência por emissora de televisão aberta, em 2009 e 2010

Emissora	Audiência 2009 em número de lares (em milhares)	Audiência %	Audiência 2010 em número de lares (em milhares)	Audiência %
GAMATV	36,1	3,80	36,1	3,50
Teleamazonas	60,4	6,40	69,0	6,70
RTS	41,4	4,40	36,7	3,60
Ecuavisa	86,3	9,10	75,0	7,30
TC Televisión	45,9	4,80	59,8	5,80
Canal Uno	15,9	1,70	18,2	1,80
ECTV			5,8	0,60

Fonte: Ibope

19,8%, que representa 18,2 pontos a mais do que o ECTV, que ocupa o último lugar da lista. A Ecuavisa é, como se detalhará mais adiante, a emissora onde se difundiram quatro dos dez títulos de ficção mais vistos em 2010; os seis restantes se concentraram na TC Televisión. Ou seja, a televisão aberta administrada pelo Estado continua tendo um papel importante na difusão do gênero ficcional.

1.2. Breve histórico e momento atual

No Equador, a televisão é o meio de comunicação mais importante em termos de penetração no mercado, acessibilidade e uso por parte da maioria da população. Segundo a Pesquisa de Condições de Vida 2005-2006⁶, 83,4% dos lares equatorianos dispõem ao menos de um televisor, sendo o aparelho doméstico de maior

6. O Instituto Equatoriano de Estatísticas e Censos utiliza esse instrumento estatístico para estudar a pobreza e a desigualdade, como também para medir as necessidades da população e o impacto das políticas sociais e econômicas nos lares equatorianos.

Gráfico 5. Share por emissora de televisão aberta

Emissora	Share % em 2010
Ecuavisa	19,8
TCTV	15,8
GAMATV	9,5
Teleamazonas	18,2
RTS	9,8
Canal Uno	4,9
ECUADOR TV	1,6
Outros	20,4

Fonte: Ibope

frequência. Adicionalmente, 99,2% dos lares que dispõem desse equipamento veem, de segunda a sexta-feira, pelo menos uma hora por dia de televisão, e o horário preferido para essa atividade é a noite (Ciespal, 2009).

Essa realidade audiovisual responde, no Equador, entre outros aspectos, ao crescimento e à consolidação da televisão aberta a partir da década de 60 e da chegada da televisão paga, em 1986. Diferentemente da origem educativa, popular e participativa da radiodifusão equatoriana, a televisão nacional aberta foi unicamente comercial até a criação do canal público, em 2007, apesar de que surgiu como circuito fechado com a organização cristã HCJB, a voz dos Andes, em 1959.

Pelas mãos do judeu-alemão José Rosembaum, que trouxe os primeiros equipamentos da Europa, nasceu a televisão no país. Em junho de 1960, sua empresa Televisión Ecuatoriana, atual RTS, obteve a frequência para operar de Guayaquil e foi ao ar em dezembro desse mesmo ano. Nesse decênio, a indústria televisiva privada cresceu com o surgimento de três canais que subsistem até hoje (Ecuavisa, Gamatv e TC), em que pese que não existia um marco

legal para regular os canais e suas frequências, o que era uma exigência de um setor da opinião pública que via no recente meio de comunicação “uma forma de progresso urbano” (Vistazo, 1961 em Mora, 1982).

Na década de 70, o Teleamazonas inaugurou a televisão a cores enquanto se consolidou, com a Lei de Rádio e Televisão (1975), pela qual o Estado é dono das frequências e se reserva o direito de concedê-las. Desde 2008 a Constituição reconhece três tipos de estações de rádio e televisão: públicas, privadas e comunitárias; mas ainda não se consegue uma distribuição equitativa destas. No caso da televisão, segundo o informe elaborado pela Comissão para a Auditoria das Concessões das Frequências de Rádio e Televisão (2009), o Estado aprovou a solicitude de 29 estações de serviço público, uma de serviço comunitário e 57 de serviço privado comercial. De acordo com a Superintendência de Telecomunicações (Supertel), a televisão aberta cresceu 93% entre 1996 e 2009.

Do ponto de vista da programação, 2010 terminou com um balanço positivo para o gênero de ficção em comparação com o gênero informativo, pelo desaparecimento de espaços de opinião⁷. Com exceção dos noticiários que são transmitidos em âmbito nacional pelos canais em VHF e alguns em UHF e a cabo, e de uns poucos programas semanais de reportagens, as produções estrangeiras, em especial as telenovelas colombianas e mexicanas, primaram na televisão aberta equatoriana.

O Gamatv, por exemplo, mediante contrato com a Televisa,

7. Em agosto de 2010, depois de uma trajetória jornalística de mais de 20 anos em televisão, Jorge Ortiz deixou o espaço *La Hora* no Teleamazonas, por considerar que sua permanência nesse canal privado poderia significar um obstáculo para que fosse vendido, como o dispõe a Constituição vigente. Sua saída seguiu, meses depois, à renúncia de Carlos Vera, da Ecuavisa, para o espaço de entrevista semanal *Cero Tolerancia*. Ambos os jornalistas eram reconhecidos como críticos do governo de Rafael Correa.

baseou sua programação, durante quase uma década, em séries, telenovelas, comédias e ainda informativos produzidos por essa rede que constitui uma grande empresa continental das telecomunicações (Ayala, 2004). Em conjunto, segundo uma notícia da imprensa do último trimestre de 2010, as emissoras em VHF difundiram 43 produções com esse formato em dia, em horários matutino, vespertino, *prime time* e noturno (El Comercio, 2010).

Em UHF, em compensação, em 2006 estrearam as telenovelas coreanas que, em 2008, abriram a ficção televisiva no canal público, e em 2009 passaram a uma das “grandes redes de televisão”, como é o Ecuavisa. A partir desse ano, em compensação, as telenovelas japonesas chegaram às telas nacionais pelas mãos do ECTV, por meio de um convênio de intercâmbio de programas televisivos com uma fundação desse país asiático. Essa diversificação da origem desse formato de ficção significou a ampliação de temáticas sobre visões ou realidades de culturas mais distantes, como é o caso das telenovelas asiáticas.

No caso da televisão paga, 247 emissoras de televisão a cabo e 27 empresas de televisão codificada terrestre se registraram até 2009. Segundo a Superintendência de Telecomunicações, as primeiras cresceram cinco vezes desde 2002, quando seus contratos foram regularizados, enquanto as segundas diminuiriam 20%, a partir desse mesmo ano. Atualmente, o número de assinantes é de 328.321 em ambas as modalidades de televisão paga, o que representa um crescimento de 2.000 clientes no primeiro bimestre deste ano frente ao total de assinantes de 2010.

No caso da televisão digital terrestre, o Equador anunciou, em 2010, a adoção do modelo japonês-brasileiro, mas ainda não definiu o ano para o chamado apagão tecnológico, ou seja, a passagem do sinal analógico para o digital. No entanto, há estudos que indicam que os operadores de redes nacionais realizaram investimentos em televisão e, portanto, seriam os primeiros a se incorporar a essa mudança tecnológica. As projeções em termos de produção própria é

que esse sistema melhorará a qualidade dos programas, que terão menos custos; mas a demanda se veria afetada pelo aumento do espaço disponível e dos canais de saída (Ciespal, 2009).

1.3. Políticas de comunicação

A televisão nasceu no Equador sem uma legislação específica. Só 15 anos depois, quando já existiam quatro canais de sinal aberto, em 1975, o governo militar de então promulgou a primeira Lei de Radiodifusão e Televisão, que foi reformada em 1995, ou seja, depois de duas décadas nas quais o país havia registrado significativas mudanças políticas, econômicas e tecnológicas. Essa lei continua vigente, até que se promulgue a primeira Lei de Comunicação de acordo com a Constituição de 2008, que estabelece o direito à comunicação e reconhece a existência de três tipos de propriedade de meios, como se disse previamente⁸.

Diferentemente da lei de 1975, a reforma mencionada (1995) estabelece que o Estado concederá o funcionamento de rádios e canais de televisão por períodos de dez anos; além disso, ressalta que os meios de comunicação social poderão livremente determinar seu horário de funcionamento e elaborar e executar sua programação, sem outras limitações que a promoção, de maneira especial, da mú-

8. A adoção de uma Lei de Comunicação resultou polêmica devido à polarização existente entre visões governamentais e dos setores midiáticos. Desde 2009, foram apresentadas quatro propostas de lei, e na Assembleia Nacional levou a um acordo ético-político, entre os diversos partidos e movimentos ali representados, destinado a garantir a defesa da liberdade de expressão e evitar a ingerência governamental em conteúdos e na conformação de um conselho regulador. No entanto, no dia 7 de maio de 2011 se convocou uma consulta popular em torno de dez perguntas sobre diversos tópicos, umas das quais versa sobre o objetivo que teria o conselho de regulação que o governo quer propor, para estabelecer critérios de responsabilidade ulterior sobre “conteúdos na televisão, rádio e publicações de imprensa escrita que contenham mensagens de violência, explicitamente sexuais ou discriminatórias”.

sica e dos valores artísticos e nacionais; no caso da produção nacional, destaca que toda publicidade deverá ser elaborada com pessoal equatoriano. Não se refere especificamente aos produtos de ficção, mas sim normatiza o controle da qualidade artística, cultural e moral dos atos ou programas das estações de radiodifusão e televisão pelo ex-Conartel (Conselho Nacional de Rádio e Televisão)⁹, que se exerceu principalmente no gênero de informação, e no gênero ficcional por um dos canais administrados pelo Estado¹⁰.

No Código de Ética que rege a televisão equatoriana, adotado pelo grêmio de proprietários de alguns canais, isto é, pela Associação de Canais de Televisão do Equador, ACTIVE, menciona-se, não obstante, a autorregulação na transmissão de telenovelas, filmes nacionais ou estrangeiros, áudios e, em geral, qualquer outro programa produzido pela emissora ou adquirido de empresas produtoras. Também, qualificam-se conteúdos e se estabelecem limitações para sua difusão.

9. Ao se criar o Ministério das Telecomunicações e da Sociedade da Informação (Mintel), em 13 de agosto de 2009, este Conselho desapareceu e se fundiu com o Conselho Nacional de Telecomunicações (Conatel).

10. De dezembro de 2008 a outubro de 2010, até que se produziu a venda do canal pelo seu antigo proprietário, principal acionista de um importante banco do país, a Teleamazonas manteve uma tensa relação com o governo por causa da notificação de multa que o ex-Conartel lhe fez, devido à transmissão de uma corrida de touros, o que havia sido regulado por este Conselho. Meses depois, iniciaram-se outros processos por causa das notas sobre cada um dos acontecimentos nos quais o governo estava envolvido, e que o Conartel considerou que difundiam informação “baseada em suposições”. A isso se juntou a proibição de difundir o programa *Los Simpson* no horário das 19h; no caso do TC Televisión, canal confiscado, o governo solicitou a suspensão da telenovela *Rosario Tijeras*, cujos direitos de transmissão depois foram adquiridos pelo Teleamazonas (é transmitido desde o início de 2011).

1.4. As tendências na produção nacional e seus formatos

Na televisão aberta nacional, todos os canais apostaram, em maior ou menor medida, na produção nacional de telesséries, documentários dramatizados e outros formatos de ficção, alguns dos quais, como *Pasado y confeso* (1994-2005) e *De la vida real* (1999-2005), do Ecuavisa, gozaram de alto nível de sintonia (Ayala, 2006).

Como já se disse, o Equador não foi um produtor de ficção gravada ao iniciar-se a história da televisão. Não foi senão até a década de 80 do século passado, quando a Ecuavisa se transformou na emissora pioneira ao produzir séries cômicas e três telenovelas, entre as quais se destacou *El ángel de piedra* (1988) que, diferentemente da telenovela colombiana com o mesmo nome e roteiro, apresentou drama e suspense com “uma carga de ternura e inocência” (telenovelasecuador.blogia.com). Além de filmar externas e em cenários naturais, essa produção catapultou na tela o ator infantil Christian Norris, atualmente apresentador de notícias e âncora de telerrevistas.

Em 1990, a Ecuavisa inaugurou a produção de telesséries juvenis com *Valeria*, e um ano depois, com *Una mujer*, começou a abordar a situação da mulher em diferentes cenários; em 1993, com *Ángel o demonio*, colocou na tela temáticas como a prostituição de alto nível e o aborto. Com exceção da adaptação da obra literária de José de la Cuadra, *Los Sangurimas*, sobre a história de uma família camponesa costeira, ambientada nos anos 30 do século XX, as 12 telenovelas do Ecuavisa, e *No quiero ser bella* (1993), do Teleamazonas, que foram elaboradas nesse decênio, tiveram como temáticas dominantes relações amorosas, conflitos familiares e relações de poder em contextos urbanos.

Embora não tenha tido difusão nacional, *Blanco y negro* (2000), do desaparecido canal Sí tv, incluiu como parte do casal protagonista o ator afro-equatoriano Richard Barker para abordar as relações

amorosas inter-raciais. A partir de então, o RTS e o TC Televisión se somaram também à lista de produtores nacionais; com este último canal, em 2004 inaugurou-se a elaboração de telenovelas com personagens de séries cômicas e *sketches*, que é uma tendência que se mantém vigente.

Em 2010, os protagonistas de *Mostro de amor*, do Teleamazonas, e *Rosita, la taxista*, do Ecuavisa, atuaram em produções cômicas da rede. Em termos gerais, o humor foi a característica dessas duas novelas e das séries *Ni por aquí ni por allá*, do Gamavisión, e *Mi recinto*, do TC Televisión, que estiveram na tela nacional durante o ano anterior. Com a produção do Ecuavisa, não obstante, abordou-se a temática da interculturalidade, enquanto com *Fanatikka*, do TC Televisión, reativou-se o suspense como eixo narrativo (ver capítulo 4).

No entanto, essas produções tampouco conseguiram superar o objetivo de atravessar as fronteiras nacionais, devido a seu baixo nível competitivo (ver capítulo 5).

1.5. Internet

De dezembro de 2008 a junho de 2009, o número de equatorianos que utiliza a internet cresceu 59%, mas a penetração de usuários está abaixo de 35% da média latino-americana, e dos 29% mundial, pois oscila entre 17 e 19%. Isso porque a maioria das empresas provedoras oferece seus serviços em Quito e Guayaquil, enquanto as outras cidades têm uma oferta limitada de acesso à internet (Carrión, 2011).

Em comparação com outros países da América do Sul, o Equador começa a ter preços competitivos de acesso à internet com custos menores que 20 dólares e velocidades de 550 Kbps (kilobit por segundo). Esse valor se manteve, mas a velocidade de navegação triplicou. Além disso, o Ministério das Telecomunicações, em seu Plano Estratégico 2010, incluiu projetos de conectividade à inter-

net por banda larga em estabelecimentos educativos urbanos e rurais, principalmente, mas também em centros de saúde e centros de reabilitação social de diversos pontos do país.

Historicamente, 1993 foi o ano no qual os meios de comunicação equatorianos começaram a fazer uso da rede de redes (Cruz, 2009). Atualmente, os sete canais da televisão aberta que são analisados neste informe contam com páginas web por meio das quais informam, especialmente, sobre sua grade de programação; três deles, o Ecuavisa, o TC Televisión e o Ecuador TV, contam com o serviço de transmissão em tempo real ou “televisão ao vivo”.

De acordo com o *ranking* de tráfego do Alexa.com¹¹, na categoria televisão a Ecuavisa.com é a página eletrônica mais antiga (14 anos on-line) e mais vista entre as sete emissoras de sinal aberto em UHF e VHF, ocupando o posto 145. Por dia, há uma média de 2,4 páginas vistas; e depois da página principal, as consultas mais frequentes são sobre as telenovelas que difunde.

No posto 203 encontra-se o Teleamazonas, em cuja página web as buscas de informação mais usuais são sobre seu noticiário 24 Horas. Diferentemente dos lugares que as emissoras ocuparam nas tabelas de audiência e *share*, registradas em linhas anteriores, a EcuadorTV.ec está em 929º lugar, acima do TC (1.800), GamaTV (2.889), RTS (2.998) e Canal Uno (4.049).

1.6. Investimentos publicitários

A publicidade na televisão aberta do Equador mostra que não há uma correspondência entre esse tema e a audiência, liderada pela televisão privada. O maior investimento em 2010 foi registrado no TC Televisión, um dos canais administrados pelo Estado que transmite, além disso, 60% das dez produções de ficção mais vistas neste ano.

11. Site estatístico da internet.

Em termos gerais, pode-se dizer que as telefonias móveis e o Estado foram os setores que mais pautaram na televisão aberta, mas com porcentagens baixas que estiveram os comerciais de automóveis, cosméticos e produtos para o lar. Dependendo da época do ano, como o Dia das Mães, os comerciais de eletrodomésticos ganharam a faixa publicitária da televisão e o mesmo aconteceu nas semanas que antecederam o Natal, com os espaços para promover brinquedos e centros comerciais. O caso do ECTV é particular porque não entrou para concorrer com a televisão privada pelo bolo publicitário comercial, pois seus diretores sustentam que é isso que deve caracterizar um meio público; em lugar disso, faz propaganda de produtos, serviços e obras governamentais.

Gráfico 6. Investimento publicitário por emissora (tarifa publicada)

Emissora	Investimento publicitário (USD)
GAMATV	137.575.352
Teleamazonas	141.159.478
RTS	164.486.872
Ecuavisa	160.280.267
TC Televisión	173.015.312
Canal Uno ECTV*	81.194.041
ECTV*	

Fonte: Ibope Time

*O investimento da ECTV não está registrado porque não se monitorou em separado.

Diferentemente de outros países monitorados por Obitel, as inserções publicitárias nas tramas de novelas e séries próprias só recentemente estão entrando no país; encontram-se também outras maneiras: *Rosita, la taxista*, por exemplo, foi palco da promoção de diversos artistas, especialmente cantores, e de pessoas relacionadas com a televisão. O que é frequente é o uso de personagens humorísticos de telenovelas, como o “Cholito”, de *Mostro de amor*, em publicidades de linha de eletrodomésticos e empresas de telefonia celular.

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

A ficção nacional exibiu, durante 2010, cinco produções que representam 11,76% do total, enquanto a ficção estrangeira contribuiu com 32 títulos (89,24%). A ficção de humor equatoriana está representada por *Ni por aquí ni por allá* (estreia) e *Mi recinto*, séries transmitidas pela Gamatv e TC Televisión, respectivamente. Em formato telenovela, apresentou *Mostro de amor*, da Teleamazonas; *Rosita, la taxista*, da Ecuavisa; e *Fanatikda*, da TC Televisión.

Quanto à produção internacional, 14 títulos foram transmitidos pela TC Televisión, sete pela Gamatv e seis pela Ecuavisa. A maior parte da produção dramatizada de origem estrangeira provém da Colômbia, do México e da Venezuela, assim como de produções de fala espanhola realizadas nos Estados Unidos.

Os canais difundiram, além disso, a reprise de 25 telenovelas e dez títulos produzidos antes de 2009, que se consideram como “casos especiais” porque foram transmitidos pela primeira vez em 2010 (tabela1).

Quanto à ficção de estreia, um traço sobressalente é que de 37 títulos exibidos em 2010 a ficção equatoriana contribui com cinco, feito que merece destaque, embora represente apenas 13,51% do total. A cifra mais importante se refere às telenovelas originárias

Tabela 1. Produções exibidas em 2010 e respectivas emissoras

	Gamartv: 1 título nacional e 7 títulos internacionais
1.	<i>Ni por aquí ni por allá</i>
2.	<i>Zacatillo</i>
3.	<i>Niña de mi corazón</i>
4.	<i>Soy tu dueña</i>
5.	<i>Llena de amor</i>
6.	<i>Mar de amor</i>
7.	<i>Corazón salvaje</i>
8.	<i>Atrévete a soñar</i>
	Teleamazonas: 1 título nacional e 3 títulos internacionais
9.	<i>La bella Ceci y el imprudente</i>
10.	<i>Amor en custodia</i>
11.	<i>Gabriela giros del destino</i>
12.	<i>Mostro de amor</i>
	RTS: 1 título internacional
13.	<i>Pasión morena</i>
	Ecuavisa: 1 título nacional e 6 títulos internacionais
14.	<i>El primer golpe (telefilme)</i>
15.	<i>Alguien te mira (telenovela)</i>
16.	<i>Vivir la vida (telenovela)</i>
17.	<i>Más sabe el diablo (telenovela)</i>
18.	<i>¿Dónde está Elisa? (telenovela)</i>
19.	<i>Camino de Indias (telenovela)</i>
20.	<i>La taxista (telenovela)</i>
	TC Televisión: 2 títulos nacionais e 14 títulos internacionais
21.	<i>Mi recinto</i>
22.	<i>Corazones extremos</i>
23.	<i>Amor sincero</i>
24.	<i>Chepe Fortuna</i>

25.	<i>Doña Bella</i>
26.	<i>El capo</i>
27.	<i>El fantasma del gran hotel</i>
28.	<i>Fanatikda</i>
29.	<i>Harina de otro costal</i>
30.	<i>La mujer perfecta</i>
31.	<i>Rosario Tijeras</i>
32.	<i>Sacrificio de mujer</i>
33.	<i>Salvador de mujeres</i>
34.	<i>El penúltimo beso</i>
35.	<i>Tomasa te quiero</i>
36.	<i>Un esposo para Estela</i>
	Canal Uno: 1 título internacional
37.	<i>Puro corazón</i>
	Reprises
	Gamatv
1.	<i>María Belén</i>
2.	<i>Abrázame muy fuerte</i>
3.	<i>Rubí</i>
4.	<i>Pasión</i>
5.	<i>Contra viento y marea</i>
6.	<i>La madrastra (telenovela)</i>
7.	<i>De pocas pulgas</i>
8.	<i>Al diablo con los guapos</i>
9.	<i>Alma rebelde</i>
10.	<i>Mundo de fieras</i>
11.	<i>Vivan los niños</i>
12.	<i>Lola érase una vez</i>
	Teleamazonas
13.	<i>La baby sister</i>

	RTS
14.	<i>Xica da Silva</i>
	Ecuavisa
15.	<i>Cebollitas</i>
16.	<i>Esclava Isaura</i>
	TC Televisión
17.	<i>Ángel rebelde</i>
18.	<i>Gata salvaje</i>
19.	<i>Mi gorda bella</i>
20.	<i>Pura sangre</i>
21.	<i>Topacio</i>
	Canal Uno
22.	<i>La ex</i>
23.	<i>Nadie es eterno en el mundo</i>
24.	<i>Pandillas guerra y paz</i>
25.	<i>Néctar en el cielo</i>
	Casos especiais*
1.	<i>La pasión según nuestros días</i>
2.	<i>Las muñecas de la mafia</i>
3.	<i>La lola</i>
4.	<i>La maga</i>
5.	<i>Somos tú y yo</i>
6.	<i>Toda una dama</i>
7.	<i>Rincón de luz</i>
8.	<i>Los planteados</i>
9.	<i>Mi prima Cielo</i>
10.	<i>Nacida para triunfar</i>
	*Produções anteriores a 2009 que estiveram na tela pela primeira vez.

dos diferentes países da América Latina do âmbito Obitel, e uma do Peru, além das produções hispânicas da Telemundo, nos Estados Unidos, que somam 2094:48 horas de emissão, equivalentes a 80,77% do total exibido.

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional	5	13,51	313	11,14	305:09	11,76
Ibero-americana						
Latino-americana (âmbito Obitel)	27	72,98	2252	80,14	2068:12	79,77
Latino-americana (âmbito não Obitel)	1	2,7	57	2,03	26:36	1
EUA (produção hispânica)	4	10,81	188	6,69	193:29	7,48
Ibérica						
Outras (coproduções ibero-americanas)						
Total	37	100	2810	100	2593:26	100

Fonte: Ibope

A ficção importada se origina principalmente na Colômbia (tabela 3), país que ocupa o primeiro lugar como provedor da maior parte de produções dramatizadas no Equador, com o que desbancou o México, que hoje se encontra em segundo lugar quanto a número de títulos, embora a cifra de capítulos/episódios e horas emitidos supere amplamente os demais provedores estrangeiros. A totalidade das produções colombianas, mexicanas e venezuelanas foi exibida no gênero telenovela, do mesmo modo que a produção hispânica dos Estados Unidos que contribui para a ficção estreada em 2010 com quatro títulos, três telenovelas e um telefilme; o Brasil contribuiu com duas telenovelas e o Peru, com uma.

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	C/E	%	Horas	%
Brasil	2	5,41	130	4,63	127:02	4,90
Argentina						
Chile						
Colômbia	10	27,03	449	15,98	374:59	14,44
Equador	5	13,51	313	11,14	305:09	11,76
Espanha						
EUA	4	10,81	188	6,69	193:29	7,45
México	8	21,62	1124	40,00	1028:18	39,70
Portugal						
Uruguai						
Venezuela	7	18,92	549	19,54	537:53	20,73
Outros (Peru)	1	2,70	57	2,03	26:36	1,02
Total	37	100	2810	100	2593:26	100

O *prime time* é o horário de maior aceitação para a exibição tanto da ficção nacional em telenovelas (305,09 horas) como da ibero-americana (1280:44 horas); os 1.808 capítulos transmitidos representam 61,14% do total de horas de emissão. No conjunto de títulos difundidos nesta faixa horária, oito produções colombianas, quatro mexicanas, três equatorianas, três dos Estados Unidos, duas do Brasil, uma da Venezuela e uma do Peru pertencem ao gênero telenovela. No mesmo horário também foram transmitidas duas séries humorísticas realizadas no país e um telefilme da produção hispânica dos Estados Unidos. No horário vespertino foram exibidas 11 telenovelas em 777 capítulos/episódios, com um total de 795:24 horas de transmissão (30,67%). As faixas *prime time* (19h-22h59) e da tarde (13h-18h50) equivalem a 91,81% da ficção de estreia em 2010.

Como se aprecia na tabela 5, a telenovela é o formato predominante tanto na ficção de estreia nacional como na ibero-americana. As telenovelas concentraram 2286:15 horas de emissão, que representam quase o total (99,91%) da ficção exibida. Como se disse, a

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-americanos				Total			
	c/E	%	H	%	c/E	%	H	%	c/E	%	H	%
Manhã (6h-12h59)	-	-	-	9,01	225	9,01	212:09	9,27	225	8	212:09	8,18
Tarde (13h-18h59)	-	-	-	31,11	777	31,11	795:24	34,76	777	27,66	795:24	30,67
Prime time (19h-22h59)	313	100	305:09	100	1495	59,88	1280:44	55,97	1808	64,34	1585:53	61,14
Noturno (23h- 2h)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	313	100	305:09	100	2497	100	2287:77	100	2810	100	2593:26	100

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais				Ibero-americanos							
	Títulos	%	c/E	%	Horas	%	Títulos	%	c/E	%	Horas	%
Telenovela	3	60,0	263	84,00	252:45	82,9	31	96,87	2495	99,92	2286:15	99,91
Sériede	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-	-	1	3,13	2	0,08	2:02	0,09
Outros (humorísticos...)	2	40,0	50	16,00	52:24	17,1	-	-	-	-	-	-
Total	5	100	313	100	305:09	100	32	100	2497	100	2288:17	100

ficção nacional estreou três telenovelas: *Mostro de amor*, *Rosita, la taxista*, e *Fanatikda*, e duas séries cômicas, *Mi recinto* e *Ni por aquí ni por allá*. A ficção de origem latino-americana estreou 31 telenovelas e um telefilme.

A ficção nacional de estreia, as três telenovelas já mencionadas e as duas séries de humor, ocuparam a totalidade da faixa *prime time* de seus respectivos canais (Ecuavisa, Teleamazonas, TC Televisión e GamaTV).

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela	-	-	-	-	3	60,0	-	-	3	60,0
Série	-	-	-	-	-		-	-	-	
Telefilme	-	-	-	-	-		-	-	-	
Outros: humorísticos	-	-	-	-	2	40,0	-	-	2	40,0
Total	-	-	-	-	5	100	-	-	5	100

De 2.810 capítulos correspondentes aos 37 títulos da ficção exibida durante 2010 em nível nacional e ibero-americano (tabela 7) somente 2% do total de episódios são de curta duração. Os formatos de duração média e longa são os mais utilizados (97,98%).

**Tabela 7.
Duração dos capítulos/episódios
(com intervalos comerciais)**

Duração	Capítulos/ episódios	%
Curta (30')	57	2,02
Média (30'- 60')	1623	57,76
Longa (60'+)	1130	40,22
Total	2810	100

**Tabela 8.
Época da ficção**

Época	Títulos	%
Presente	34	91,89
Passado	2	2,7
Histórica	2	5,41
Outra		
Total	37	100

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, share

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	TV privada ou pública	Formato	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Aud. %	Share %
1. <i>El capo</i>	Colômbia	Fox Telecolombia para RCN	Expropriado*	Telenovela	Gustavo Bolívar	22	31,1
2. <i>El primer golpe</i>	EUA	Universal	Privada	Telefilme	Roberto Stoppello	17,8	25,6
3. <i>Rosario Tijeras</i>	Colômbia	Teleset para RCN	Expropriado*	Telenovela	Carlos Duplat e Luz Marina Santofimio. História original de Jorge Franco	17,2	24,4
4. <i>Amor sincero</i>	Colômbia	Vista Producciones para RCN	Expropriado*	Telenovela	Original de María Inés Sánchez, escrita por Fabiola Carrillo	17	23
5. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	EUA	Film In Florida para Telemundo	Privada	Telenovela	Original de Pablo Illanes, Roberto Stoppello, diretor do Depto. Escritores	16,7	23,4
6. <i>Más sabe el diablo</i>	EUA	Telemundo	Privada	Telenovela	Original de Jimena Romero e Lina Uribe. Roberto Stoppello, dir. do Depto. Escritores	16	25,4
7. <i>Mi recinto</i>	Equador	tc Televisión	Expropriado*	Série de humor	Fernando Villaroel	15,4	17,8
8. <i>Doña Bella</i>	Colômbia	RCN e Telefuturo	Expropriado*	Telenovela		14,8	22,1

9. <i>Rosita, la taxista</i>	Equador	Ecuavisa	Privada	Telenovela	Cristián Cortéz , Hugo Calera	14,1	21,5
10. <i>Chepe Fortuna</i>	Colômbia	rcn Televisión	Expropriado*	Telenovela	Miguel Ángel Baquero, Eloisa Infante	12,1	18,3
Roteiros originais							
Total de produções: 10	Nacionais: 2			Estrangeiros: 8			
100%	20%			80%			

*São canais administrados pelo Estado, desde sua expropriação em 2009.

Cinco produções da ficção nacional e 29 da ibero-americana se desenvolvem em tempo presente (tabela 8); somente a telenovela mexicana *Corazón salvaje* tem ambientação de época (século XIX), e *Doña Bella*, colombiana, ambienta-se nos anos 50, aproximadamente, do século XX, mas chega até a atualidade. A classificação histórica incluiria duas produções biográficas: *Amor sincero*, telenovela colombiana exibida em horário *prime time* pelo TC Televisión, e que narra a vida da cantora Marbelle, seus sucessos artísticos e relacionamentos amorosos, em meio à conflituosa relação com sua mãe; e *Puro corazón*, telenovela peruana que foi transmitida pelo Canal 1, sobre a história de vida de dois irmãos integrantes de um reconhecido grupo musical.

Dois títulos equatorianos, *Mi recinto* (15,4%) e *Rosita, la taxista* (14,1%), integram o *top ten* das ficções de maior audiência (tabela 9), ocupando os sétimos e nonos lugares, respectivamente. A primeira é uma série de humor que faz uma caricatura do *montubio* (camponês costeiro), no contexto da vida cotidiana de um recinto¹². *Rosita...* é uma telenovela que tenta representar a interculturalidade do país (ver capítulo 4). A ficção de origem estrangeira inclui sete telenovelas: cinco colombianas e duas hispânicas produzidas nos Estados Unidos. Em primeiro lugar encontra-se a colombiana *El capo* (22%), seguida por *El primer golpe* (18%), telefilme produzido pelo Telemundo, sobre a telenovela *Más sabe el diablo*, o único título exibido neste formato. Em terceiro lugar está *Rosario Tijeras* (17,2%), que junto com as telenovelas *Amor sincero*, *Doña Bella* e *Chepe Fortuna* conformam o numeroso grupo de produções colombianas do *ranking* dos dez mais vistos.

12. Chama-se recinto a um espaço territorial habitado por camponeses da costa equatoriana, de menor extensão que um bairro, que é a menor circunscrição administrativa do país (províncias, cantões e bairros).

A tabela 10 destaca o predomínio da telenovela frente a outros formatos de ficção, e a presença de um telefilme, *El primer golpe*, da rede Telemundo, ambientado em Chicago, EUA . Todas as produções, nacionais e ibero-americanas, foram difundidas em horário *prime time*.

As temáticas dos dez títulos mais vistos (tabela 11) incluem quase todos os elementos das narrativas tradicionais que fizeram da telenovela o formato que mais caracteriza a televisão latino-americana (relações de casal, luta pelo amor, conflitos entre ricos e pobres ou bons e maus, paixões), embora esses elementos se rejuvenesçam em meio de problemáticas atuais como as do narcotráfico e outros temas urbanos que abordam a violência, o abuso sexual de menores, tráfico de pessoas; no entanto, incluem também elementos de outros temas atuais, que tentam colocar os dramas de acordo com outros temas da atualidade, como defesa do meio ambiente, desenvolvimento comunitário, superação da pobreza ou da marginalidade (*Chepe Fortuna*, telenovela colombiana cujo personagem protagonista é pescador); ou superação das mulheres, discriminação social e racial e os conflitos derivados, sempre temperados com ingredientes iniludíveis: disputas familiares, ciúmes, inveja, vingança por fortunas familiares (*Rosita, la taxista*, equatoriana, cujo personagem representa uma indígena, como se aborda no capítulo 4) que, além disso, teve boa audiência feminina (tabela 12).

Quanto às diferenças da audiência por gênero (tabela12), a feminina de 18 a 99 anos de idade foi notoriamente mais alta do que a de homens no telefilme *El primer golpe* (9,8%) e nas telenovelas *El capo* (9,6%), *¿Dónde está Elisa?* (9,3%) e *Rosario Tijeras* (8,2%). Entre os homens, só *El capo* (9,1%) obteve uma importante audiência na mesma faixa de idade; é notório, no entanto, que o único telefilme do *top ten*, que resume os antecedentes delitivos do personagem protagonista de *Más sabe el diablo*, captou mais audiência masculina do que a telenovela. De qualquer maneira, vale a pena

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Duração C/E	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
1. <i>El capo</i>	Telenovela	Drama	2009	47	11/11/2010	25/5/2010	Prime time 20h21-21h47
2. <i>El primer golpe</i>	Telefilme	Drama	2010	61	29/7/2010	30/7/2010	Prime time 20h50-21h53
3. <i>Rosario Tijeras</i>	Telenovela	Drama	2010	32	17/5/2010	10/6/2010	Prime time 21h01-22h05
4. <i>Amor sincero</i>	Telenovela	Drama	2009	44	13/7/2010	29/12/2010	Prime time 20h48-22h05
5. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Telenovela	Drama	2010	59	29/6/2010	25/10/2010	Prime time 20h44-23h03
6. <i>Más sabe el diablo</i>	Telenovela	Drama	2009	60	25/1/2010	2/8/2010	Prime time 20h44-21h47
7. <i>Mi recinto</i>	Série	Humor	2010	52	3/1/2010	26/12/2010	Prime time 19h58-22h12
8. <i>Doña Bella</i>	Telenovela	Drama	2010	53	19/04/2010	8/11/2010	Prime time 21h23h-23:15h
9. <i>La taxista</i>	Telenovela	Drama	2010	59	03/08/2010.	21/12/2010	Prime time 21h38-23h24
10. <i>Chepe Fortuna</i>	Telenovela	Comédia	2010	51	09/11/2010	30/12/2010	Prime time 21h30-22h45

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>El capo</i>	Relações de poder em um contexto de crime organizado; paixão; ambição; traição; vingança; intrigas; ódio.	Narcotráfico, delinquência, participação em crime organizado como meio de superação da pobreza.
2. <i>El primer golpe</i>	Ação; suspense; amor; paixão; ódio; assassínatos; violência (filme da novela <i>Más sabe el diablo</i>).	Delinquência juvenil, gangues urbanas, crime organizado.
3. <i>Rosario Tijeras</i>	Assassínatos; paixão; conflitos afetivos, intrigas; estupro.	Crime organizado e matador de aluguel; violência contra a mulher, abuso infantil.
4. <i>Amor sincero</i>	Relações mãe e filha; conflitos familiares; música popular (autobiografia da cantora Marbel).	Cultura e música populares, identidade pública vs. identidade privada, problemas da fama; o machismo na relação de casal.
5. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Suspense em torno do sequestro de uma menor; crime, intrigas, conflitos familiares.	Abuso infantil; afetos pessoal vs. tradições familiares; falta de comunicação intrafamiliar.
6. <i>Más sabe el diablo</i>	Relações amorosas desiguais em contexto de crime organizado; ação; vinganças, paixão, traições.	Crime organizado, delinquência juvenil, marginalidade latina na grande cidade americana de Chicago.
7. <i>Mi recinto</i>	Vida cotidiana e costumes do camponês da costa (<i>montubio</i>); relações de casal; paródia.	Machismo, sexismo, discriminação social e racial; defesa do meio ambiente; direito ao trabalho; respeito às pessoas idosas.
8. <i>Doña Bella</i>	Vida e relações de uma prostituta elegante de cidade pequena; paixão amorosa, ciúmes, vingança, conflitos familiares, pressões sociais.	Prostituição feminina; possessão amorosa, machismo.
9. <i>Rosita, la taxista</i>	Luta de uma mulher indígena em setores populares urbanos; relações amorosas entre ricos e pobres; ciúmes, inveja, ambição por dinheiro, conflitos familiares; influência da astrologia.	Migração interna, interculturalidade, discriminação étnica; superação social e de gênero; papel da mulher.
10. <i>Chepe Fortunata</i>	Disputa política, conflitos de interesses; relações amorosas entre ricos e pobres.	Liderança popular, luta política, superação pessoal, desenvolvimento comunitário; defesa do meio ambiente; promoção da região Caribe da Colômbia.

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais assistidos: gênero, idade, nível socioeconômico

Programa	Canal/ rede	Sexo por faixas etárias				Nível socioeconômico por faixas etárias		
		H e M 12-17 Total		Mulheres 18 -99 Total		Homens 18-99 Total		AB 18+
		H e M 3-11 Total	H e M 12-17 Total	Mulheres 18 -99 Total	Homens 18-99 Total	AB 3-11 anos	AB 12-17 anos	
1. <i>El capo</i>	TC	7,5	9,1	9,6	9,1	5	5,4	6
2. <i>El primer golpe</i>	Ecuavisa	4,6	7,3	9,8	6,4	4	6,5	7,4
3. <i>Rosario Tijeras</i>	TC	6,3	8,2	8,2	6,9	4	4,2	5
4. <i>Amor sincero</i>	TC	6,9	6,5	7,7	5,3	4,2	3,9	4,5
5. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Ecuavisa	3,6	6,2	9,3	5,3	3,8	6,6	7,4
6. <i>Más sabe el diablo</i>	Ecuavisa	3,4	7,3	8,5	5,6	3,6	6,9	6,7
7. <i>Mi recinto</i>	TC *	-	-	-	-	-	-	-
8. <i>Doña Bella</i>	TC	5,6	5,9	6,7	5,2	-	-	-
9. <i>Rosita, la taxista</i>	Ecuavisa	3,8	6,8	7,2	4,5	-	-	-
10. <i>Chepe Fortuna</i>	TC	4,9	4,5	5,7	4,2	-	-	-
				* Não há dado				

destacar a tendência que a tabela mostra: as mulheres, bem mais que os homens, são seguidoras de telenovelas, pois em nenhuma das peças de ficção eles as superam.

Quanto aos grupos de idade, três telenovelas colombianas (*El capo*, *Amor sincero* e *Rosario Tijeras*) concentraram a maior audiência entre 3 e 11 anos, e, exceto a segunda das mencionadas, cabe reparar que as duas outras abordam fortes problemáticas para essas idades. Na faixa de 12 a 17 anos, também esses dois dramatizados estão nos primeiros lugares, seguidos de *Más sabe el diablo* e de *Rosita, la taxista*, que foi amplamente mais vista por mulheres do que por homens na faixa de 18 anos em diante.

A respeito do nível socioeconômico por faixas de idade, nas classes AB (alta e média) de 18 anos e mais, as porcentagens mais altas de audiência são divididas por igual (7,4%) entre o telefilme *El primer golpe* e *¿Dónde está Elisa?*; *Más sabe el diablo* concentra mais público no grupo de 12 a 17 anos.

No resto do *top ten*, a audiência de mulheres e homens tende a decrescer, com exceção da série *Mi recinto*, sobre a qual não se dispõem de dados de audiência, assim como tampouco se conta com informação socioeconômica das telenovelas *Rosita, la taxista* e *Chepe Fortuna*; teria sido interessante contar com esses dados, sobretudo na equatoriana, porque seu tratamento, não isento de críticas, aborda importantes temas sociais para o país (tabela 11; ver capítulo 4).

3. Recepção transmidiática

3.1. Antecedentes

A transmídiação, como a define Jenkins (2003), não se dá no espaço audiovisual equatoriano de ficção na medida em que os diferentes formatos e narrativas não são explorados pelas produtoras nem pelas redes que transmitem os programas. Os fãs das produ-

Nome da página, website ou rede social: YouTube - Período de observação: maio 2010		Finalidade
Geral	Descrição	
1. Origem ou propriedade do site	Os 7 vídeos da série <i>Mi recinto 2012</i> foram subidos por um fã: SuperRivera95. Dos 8 capítulos, foram subidos 7. A qualidade do vídeo é muito pobre: existe pixelação da imagem	O usuário SuperRivera95 é o único que subiu esta série de 8 capítulos que foi transmitida em janeiro de 2010. O criador da conta é um fã da série, que além disso tem outros capítulos com menos visitas. Essa coleção intitulada <i>Mi recinto 2012</i> é a que mais visitas e expectativa gerou, inclusive nos comentários
2. Ferramentas do site que possibilitam a interação entre as audiências	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permite ver o capítulo 2. Permite deixar algum comentário 3. Possui contador do número de visitantes e de comentários que são deixados 4. Oferece links para outros tipos de redes sociais (Twitter, páginas de vídeo etc.) 	A plataforma do YouTube é um videoblog que permite gerar contas, estabelecer conexões entre redes, comentar etc
3. Número médio de visitantes durante o período de observação	<p>Cada capítulo tem cifras diferentes:</p> <p>Capítulo 1:35455, no total de visualizações até a data (24/3/2011), pois não se pode medir as visitas do período proposto, já que não há uma separação no próprio site do YouTube com a ferramenta de estatísticas, que é o que lança as seguintes cifras dos seguintes capítulos:</p> <p>Capítulo 2:6822, durante maio 2010 Capítulo 3:4166, durante maio 2010 Capítulo 4:3301, durante maio 2010 Capítulo 5:2753, durante maio 2010 Capítulo 6:2763, durante maio 2010 Capítulo 7:3943, durante maio 2010</p> <p>Para tirar uma média de visita durante o tempo de publicação dos capítulos, somente se fará uma contabilidade dos 6 vídeos que têm as cifras, que dá um total médio de 3.958 visitantes por vídeo</p>	Saber o número de usuários que visita o portal

<p>4. Número médio de comentários publicados (posts) durante o período de observação</p>	<p>A participação dos usuários é ínfima em comparação com a visualização, pois cada capítulo tem o seguinte número de comentários: Capítulo 1: 15 Capítulo 2: 1 Capítulo 3: 2 Capítulo 4: 2 Capítulo 5: 2 Capítulo 6: 5 Capítulo 7: 11 No total, os comentários somam 38.</p>	<p>Identificar mediante os comentários o grau de interação ficção-usuário já que se sabe que nem todos os que acessam o portal participam Analisar que níveis de interatividade (passiva, ativa, criativa) e que tipos de interação (relacional, propositiva ou crítica) predominam nos portais</p>
<p>5. Porcentagem de homens e mulheres usuários</p>	<p>Dos 38 comentários de usuários, apenas 1 é emitido por uma mulher</p>	<p>Saber a distribuição por gênero dos usuários que visitam o portal</p>

ções são aqueles que sobem os vídeos e pretendem gerar interação nas diferentes redes sociais, mas essas atividades são limitadas e não produzem conhecimento nem são colaborativas, como é a finalidade de um espaço desses.

Essa afirmação se sustenta sobre a base de que: 1) a produção nacional de ficção para televisão é limitada e as audiências utilizam a rede como um repositório ou arquivo de vídeo para consumir o que não se pôde visualizar na emissão normal; 2) a ficção não é desencadeante de interatividade entre os equatorianos, pois se pode realizar uma etnografia virtual de exploração no Twitter, no Facebook, LinkedIn e demais redes, para comprovar que os usuários não geram “polêmica” nem estabelecem diálogos em torno de capítulos, personagens nem trama das obras audiovisuais. O contrário ocorre com os formatos de não ficção, como noticiários, programas de debate, de concurso e de entretenimento; e 3) a rede não é vista como um espaço para gerar narrativas de continuidade dos programas de ficção, nem para complementá-las com novos formatos próprios da rede. A cultura digital ou cibercultura não está arraigada na cidadania, e a criação de narrativas adequadas para esses formatos se restringe à experimentação de artistas conceituais ou de *designers* gráficos; inclusive em âmbitos acadêmicos, a cibercultura não calou na produção de formatos audiovisuais.

3.2. Um só caso

Com esses antecedentes, expõe-se o caso do Equador. Para observar a transmídiação, considerou-se a plataforma do YouTube, onde existem contas de fãs que subiram diversos capítulos da série *Mi recinto*, mas a que teve mais visitas é a conta de SuperRivera95, que subiu sete dos oito capítulos da nova temporada 2010 do programa, intitulado *Mi recinto 2012*, que faz alusão ao filme *2012* e ao fim do mundo, segundo as profecias maias. De maneira oficial, a série não tem conta no YouTube, e a TC Televisión, que a produz e

transmite, tampouco, motivo pelo qual se recorreu às contas de fãs. A série tem site oficial na web da rede produtora, mas não cumpre com os critérios metodológicos do estudo devido ao fato de que não se pode medir o trânsito de usuários, e só existe um comentário até a data¹³.

Cabe mencionar que essa série de humor contou em 2009 com uma história em quadrinhos que não passou das cinco edições. Com esse formato narrativo, *Mi recinto* gerou uma transmídiação, mas não perdurou no tempo, o que indica que sua audiência não consome formatos que possam gerar-lhe uma distribuição, por mínima que fosse.

3.3. Tipos de comentários publicados (postados)

Aqui são detalhados os comentários que as audiências deixam na internet sobre o programa.

4. O mais destacado do ano

4.1. Cinco estreias nacionais

A estreia de cinco produções nacionais: três telenovelas transmitidas em horário *prime time* por três canais de maior audiência, e duas séries de humor constituem, sem dúvida, o mais destacado da televisão equatoriana em ficção em 2010. A telenovela *Rosita, la taxista* encontra-se entre os dez títulos mais vistos; a outra produção nacional, *Mi recinto*, que também aparece entre esses títulos, é uma série humorística de caráter costumbrista e paródico, que estreou sua 10ª temporada em maio de 2010, ou seja, dez anos contínuos no ar a transformam em particular fenômeno de televidência em

13. O espaço oficial no Facebook foi criado no início de 2011, o que levou a que se tornasse como objeto de análise a presença e o trânsito da série no YouTube.

Nome da página, website ou rede social: YouTube - Período de observação: maio 2010	
	Descrição
Número total de comentários	1. História 2. Os personagens
Número de comentários sobre a ficção e seus conteúdos: 38	Do total de comentários, apenas um critica a qualidade do programa, que o qualifica de telelixo; 3 são para atacar o usuário que apelida a série de lixo, e 20, para pedir que o proprietário da conta suba o capítulo final. Os restantes são para comentar sobre conversas dos personagens e para emitir critérios completamente sexistas sobre o físico das atrizes
Número de comentários dirigidos a outros usuários: 3	No capítulo inicial, onde se dão os 15 comentários, 3 são para atacar e insultar um dos usuários que critica a qualidade do programa
Número de links deixados na página: 0	NÃO APLICA
Níveis de interatividade mediante o uso da plataforma	Aqui encontramos uma interatividade passiva de 100%. Não existem os demais graus de interação, pois os usuários somente se limitam a pedir ao dono da conta, em vários tons, que suba o capítulo final. Os tons vão desde o mais cortês até o mais grosseiro. A interação é completamente relacional, e tem a ver com os atributos físicos das protagonistas e festejam as picardias do personagem principal

programas de ficção, e no único caso de transmídiação da televisão equatoriana, como se mostra no capítulo anterior.

No contexto nacional, tradicional importador de telenovelas mexicanas, venezuelanas, brasileiras e, mais recentemente, colombianas e as produzidas pela Telemundo para a comunidade hispânica dos Estados Unidos (tabela 9), a estreia de cinco títulos nacionais de ficção é um fato notável em si mesmo, sem considerar os temas nem seu tratamento nem os diferentes aspectos de qualidade, pois ainda que a televisão no país deu abertura, desde seu início em dezembro de 1960¹⁴, à ficção, seja mediante o teleteatro, feito ao vivo, ou minisséries de produção precária, não foi senão até fins dos anos 80 que a produção própria de ficção televisiva ganhou presença e certa continuidade, sobretudo em dois canais de alcance nacional e com sede em Guayaquil, o Ecuavisa e o TC Televisión, que são os que transmitem, em sua ordem, todos os dez títulos mais vistos.

4.2. Audiência, produção de ficção e *target* diferentes

Neste primeiro informe sobre a ficção televisiva no Equador, não se pode passar por alto a trajetória desses canais, o nível de audiência com o qual contam e o *target* ao qual se dirigem, fatores que influem tanto no conteúdo de sua programação como no dos projetos nos quais apostam.

O Ecuavisa e o TC exibem alta audiência e *share* (tabelas 4 e 5), particularmente na costa equatoriana. No entanto, poderia se afirmar que seus públicos são diferentes, já que entre os setores populares urbanos e em comunidades rurais próximas a centros urbanos dessa região do país e também da serra, a programação do TC Televisión é preferida; ao contrário, o Ecuavisa, o canal de maior audiência nacional, concentra a maior parte do público com prepa-

14. RTS.

ração universitária e de pós-graduação¹⁵, o que reflete também na programação que transmitem. O TC é o canal com mais horas de transmissão de telenovelas, como se mostra na tabela 12: seis das nove do *top ten*, e o seriado *Mi recinto*. As restantes são transmitidas pelo Ecuavisa, entre as quais *Rosita, la taxista*.

A outra estreia de telenovelas foi pelo Teleamazonas, segundo canal em audiência e *share* nacionais (tabelas 4 e 5), que com *Mostro de amor* incursionou pela primeira vez na realização desse gênero de ficção. As telenovelas foram incluídas em sua programação há aproximadamente três anos, fato que poderia fazer pensar que o incremento de nove pontos percentuais na audiência, entre 2009 e 2010, curiosamente subtraídos do canal Ecuavisa, deve-se ao fato de que no horário *prime time* começou a competir pela audiência com telenovelas colombianas de conteúdo candente, como se poderia dizer daquelas que descobrem interioridades do mundo das máfias e do narcotráfico, ou gangues urbanas.

Cabe destacar, também, que desde o início dos anos 80 o Ecuavisa incluiu uma telenovela brasileira em seu horário *prime time*, e durante décadas foi o único canal que tinha os direitos de transmissão de *O Globo*, principalmente. Em meados de 2010, *Camino de Indias* foi, inesperadamente, transferida para o horário das 22h45, para dar lugar a uma das produções da Telemundo, *Más sabe el diablo*, que aparece em sexto lugar do *top ten* deste ano (tabela 9), depois do telefilme *El primer golpe* que narra, exatamente, a iniciação do personagem da novela no mundo da delinquência de Los Angeles. Ao aparecer, e no mesmo horário de transmissão de

15. De acordo com o “Estudo de usos e hábitos de consumo de televisão no Equador”, preparado para o Cispal pela empresa Perfiles de Opinión (fev/2009), o Ecuavisa ocupa o primeiro lugar na preferência dos lares equatorianos, com 31%, frente aos 17,30% do TC (terceiro lugar no âmbito nacional); quanto à preparação acadêmica do público, 38% têm formação universitária, e 61% nível de pós-graduação. No caso do TC, o grosso de sua audiência não tem formação alguma (26%) ou só primária (20,7%).

produções sobre narcotráfico e mais problemas urbanos, de origem colombiana, e hispano-estadunidense, o argumento sobre tradições indígenas não interessou os telespectadores, motivo pelo qual se poderia deduzir que a transferência de horário foi resultado dos níveis de audiência¹⁶.

Outro fato destacável, não só em 2010, é que as telenovelas mantêm amplamente o primeiro lugar em horas exibidas (tabela 2), bem mais do que os noticiários; e se se considerar os formatos como séries, minisséries, longas-metragens para cinema, desenhos animados infantis, a ficção soma a maior quantidade de horas de televisão¹⁷.

4.3. O humor como marca regional e de conteúdo

As outras estreias da ficção nacional são *Fanatikda*, telenovela do TC Televisión, e uma série humorística, *Ni por aquí ni por allá*, transmitida pelo GamaTV.

Fanatikda marca diferença com relação às outras duas telenovelas nacionais, porque seu argumento foi construído como um *thriller*: investigação policial sobre uma série de assassinatos produzidos em pessoas vinculadas a um grupo musical juvenil. O elenco foi integrado não só por atores nacionais como também venezuelanos e um porto-riquenho, devido à sua projetada venda internacional¹⁸, no entanto, a telenovela não obteve o esperado nível de sin-

16. A telenovela brasileira que veio depois, *Vivir la vida*, foi transmitida no mesmo horário de final de programação. No horário *prime time*, depois de *Más sabe el diablo*, incluiu-se *¿Dónde está Elisa?*, também da Telemundo, em 5º lugar dos dez títulos mais vistos.

17. No estudo da Ciespal, já mencionado na nota 2, destaca que na preferência de programação as telenovelas somam mais de 30%, sobretudo na programação de segunda a sexta; preferência que é amplamente maior do que a dos informativos, por exemplo, que não chega a 20%.

18. Charlie Massó, que foi integrante do Menudo, famoso grupo musical juvenil da década de 80, hoje transformado em produtor e ator.

tonia, apesar de sua qualidade técnica (foi gravada com tecnologia digital)¹⁹, talvez porque não esteve, paradoxalmente, colocada em horário *prime time*.

Mas a principal diferença dessa telenovela em relação às outras duas produções nacionais de 2010 está em sua trama mais complexa, que não faz do humor e do folclore urbano o eixo que estrutura a trama, ao contrário de *Rosita, la taxista* e *Mostro de amor*, que é o que também caracteriza a série *Ni por aquí ni por allá*.

Efetivamente, o humor que resulta da caricaturização e/ou estereotipagem de alguns personagens constitui o eixo da mais recente produção da ficção televisiva equatoriana. Pode-se dizer, além disso, que este fato tem raízes de caráter sociológico e regional, mais do que estéticas e criativas, que incidem em roteiro e produção, além de outros fatores relacionados a grupos realizadores, independentes dos canais de tv.

As três telenovelas e as duas séries foram produzidas e realizadas em Guayaquil, a cidade mais povoada do país, localizada na região da costa, sede da Ecuavisa e TC. Ali, a vida cotidiana está marcada por uma forma mais “casual” de ser e de dizer, menos politizada e de visões mais conservadoras do que Quito, a capital, localizada na região de serra. Nas produções televisivas reflete-se a idiosincrasia de sua população, que majoritariamente habita em setores populares e cuja forma de falar penetrou outros setores sociais, também de outras cidades e regiões do país.

O recurso ao humor ou à tentativa de refletir a forma de ser das pessoas para buscar identificação com situações e personagens das maiorias populacionais tem origem em grupos de teatro nascidos no final da década de 70, que anos depois ingressaram na televisão com *sketches* humorísticos, transformados em séries. Esses grupos se constituíram em torno da criação coletiva de peças teatrais que

19. “Falta à telenovela toque internacional.” Redacción Espectáculos, *Diário El Comercio*, 6/10/2010.

tinham a cidade como cenário referencial, com seus personagens e sua fala particular²⁰.

Mostro de amor, por exemplo, não pode ser considerado sem seu antecedente *El Cholito*, telenovela da Ecuavisa, transmitida entre 2007 e 2008, que bateu níveis de audiência em todo o país e cujo personagem protagonista nasceu de um personagem da série de humor *Vivos*, do mesmo canal, que foi transmitido durante nove anos²¹. Depois desta telenovela, e devido a desacordos econômicos, seu diretor e seu elenco passaram a integrar o *staff* do Teleamazonas, canal com sede em Quito, onde estreou *Mostro de amor*, a segunda parte de *El Cholito*, que esteve longe do nível de sintonia da anterior, talvez porque com esta, como disse David Reinoso, criador e produtor, “não tínhamos a concorrência que agora temos”²², talvez porque fosse a primeira vez que o canal de Quito, com mais audiência na serra do que na costa, produzia uma telenovela, para o que teve de investir 3 milhões de dólares em produção e no equipamento do *set* em Guayaquil. Mas a causa principal pode estar no fato de que o personagem, que prendeu audiências por se apresentar como

20. Um exemplo a respeito é *Guayaquil Superstar*, do grupo La Mueca, que teve vários anos de representações e cujo elenco criou também *Mis adorables entenados*, a primeira série de humor em ficção televisiva dos últimos 25 anos. De La Mueca saíram outros grupos e outros atores que se constituíram em grupos independentes de escolas de atuação. Destes saíram os elencos que hoje estão nas telenovelas às quais nos referimos.

21. Segundo dados proporcionados pelo canal, a telenovela alcançou uma média de quase 27% de audiência e 38% de *share*, entre outubro de 2007 e maio de 2008. *El Cholito* é a caricatura de um jornalista de televisão, conhecido por seu particular estilo de fazer crônica de fofoca; o qualificativo veio de sua procedência socioeconômica, pois “cholo” no Equador passou de uma categoria racial (mistura de índio e branco) a uma categoria sociocultural e ainda estética, que alude ao feio, ao de “mau gosto”. Cabe também dizer que a série *Vivos* migrou para o Ecuavisa vindo do TC, onde também foi transmitida por vários anos, sob o nome de *Vivos e revueltos*.

22. *El Comercio*, 6/10/2010, artigo citado.

uma espécie de anti-herói, feio, pobre, proveniente de um setor suburbano e que chega a ser repórter de televisão – com o peso favorável do imaginário que se cria em torno das pessoas de TV –, perdeu sua essência na segunda parte, depois de ter se transformado em herdeiro do dono do canal, porque se descobriu que era o filho de uma relação extraconjugal do empresário com uma ex-empregada doméstica. Eis aí uma trama tradicional, em torno de um personagem de ficção nascido da caricatura de uma pessoa da vida real, não obstante a tentativa de valorização de um setor socioeconômico e racial, que, embora representado, era discriminado das produções simbólicas de televisão²³.

Rosita, la taxista, que também é ambientada em Guayaquil, ao contrário, produziu críticas, desde o início, por parte de pessoas e grupos diversos, entre os quais a Cedhu (Comissão Ecumênica de Direitos Humanos), que solicitou ao Estado que retirasse do ar a transmissão, por considerar que “a telenovela denigre e discrimina a mulher dos povos indígenas”²⁴. No entanto, essa leitura foi apressada, guiada também por estereótipos com relação a produções televisivas nacionais. Na realidade, o personagem defendia sua falta de traços indígenas (era representado por uma atriz branco-mestiça, talvez a principal falha), colocando em destaque sua vestimenta e sua fala – mistura de expressões costeiras com construções sintáticas provenientes do quíchua –, ou seja, defendendo mais uma cultura do que fatores raciais.

23. É preciso dizer também que o mesmo diretor com o mesmo elenco levou ao Teleamazonas uma série de humor, *La pareja feliz*, que não aparece nas listas de 2010 porque não foi estreia e sim continuação.

24. *El Comercio*, 6/10/2010, artigo citado. A Cedhu é uma das mais antigas organizações de defesa dos direitos humanos no Equador, e escreveu uma carta às autoridades de comunicação do Estado nesses termos. Segundo o mesmo artigo, a relações-públicas do canal respondeu que não era essa a apreciação que eles tinham do personagem, que a intenção era que “seja muito diverso, amplo, sem restrições nem de linguagem nem de raça”.

Rosita, chofer da empresa de táxis Combo Amarillo, filha de uma indígena e de pai não identificado, é inteligente e decidida, e chega a se relacionar afetivamente com o herdeiro de uma família rica: outra trama tradicional pensada para ganhar audiências, não obstante a tentativa do roteirista de resgatar a plurinacionalidade que caracteriza o país e propiciar a interculturalidade que, de fato, produz-se devido aos processos de migração interna que fazem de Guayaquil a cidade destino de grande número de pessoas do campo e de cidades pequenas da serra e da costa.

Sem reparar em outros aspectos que fazem o tradicional do argumento, as duas telenovelas citadas recorrem a situações e personagens que provocam risadas, seja por identificação seja pela representação de costumes, formas de ser, pensar ou falar que são parte do folclore urbano e costeiro, particularmente de Guayaquil. Ou então, para alguns setores que não se situam no popular urbano, essa representação de costumes, crenças ou formas de ser e de falar aparece risível e/ou estereotipada. Em *Rosita*, por exemplo, um dos personagens secundários, chofer da mesma empresa de táxis, originário da serra e que não perde ocasião de se exibir com todas as mulheres suas pretensões de bonito e conquistador, é o estereótipo do deslocado social. Em *Mostro de amor*, é Pepe Chalén, aliás o Cholito, que também, por ser feio, ingênuo e espontâneo, provoca uma ternura hilariante.

Se nessas telenovelas o regional e o humorístico constituem o eixo da trama, em *Mi recinto* a tentativa de representar a forma de ser e as tradições do *montubio* ou camponês da costa²⁵ perde-se na ênfase que o personagem põe em sua pretendida potência sexual e sua visão sobre as mulheres, manifesta não só no que diz como tam-

25. O *montubio* é hoje, de acordo com a Constituição de 2008, reconhecido como um dos povos que têm sua própria identidade e que fazem parte da diversidade cultural do país.

bém em sua gestualidade²⁶. Resulta, assim, em estereotipagem das pessoas *montubias*. No início, a série despertou também críticas de grupos defensores de direitos humanos e de mulheres, que consideravam ofensiva a atitude do personagem para com o *montubio* e as mulheres²⁷.

No entanto, desde a temporada de 2008, seus produtores dizem que o personagem e a trama mudaram: “Do Garañón de antes ao de agora há muitas mudanças: agora estão sendo passadas mensagens como o respeito ao meio ambiente, à família, às pessoas mais velhas, o direito ao trabalho”, diz sua produtora²⁸. As críticas “motivaram as mudanças”, como ela afirma, mas com relação às mulheres o personagem “conserva sua picardia, porque ele é um sedutor”. Ao que parece, em um canal administrado pelo Estado, o “politicamente correto” não inclui as relações entre os gêneros porque as representações do homem, ao mais tradicional estilo *cowboy*, e das mulheres, em seu mais tradicional papel de incitadoras sexuais, é o que talvez mova a fidelidade das audiências.

A nova série de humor, *Ni por aquí ni por allá*, que o Gamatv transmite, está constituída por *sketches* cuja ficção se baseia na interação entre os personagens com as redes sociais da internet através do *Vishivuk*, um refúgio virtual computadorizado. As situações que refletem o cotidiano “beiram o absurdo”²⁹. No entanto, apesar

26. “El compadre Garañón”, nome do personagem principal, caminha como ginete, com as pernas curvas, como sempre disposto ao ataque sexual, a montar as éguas, que são as mulheres, que é como ele as chama.

27. As atrizes usam uma vestimenta que é adaptação urbana da típica roupa das camponesas da costa, e que está orientada a mostrar seus atributos físicos: grandes decotes, saias muito curtas.

28. Natalia Baldeón, em entrevista telefônica com a Área de Investigación da Ciespal, com objetivos do presente informe.

29. Segundo o site <http://www.guayaquilcaliente.com/guayaquil/actualidad/tv_nacional/>

de ser produção de um canal de Quito, também administrado pelo Estado, o humor continua tendo marca regional, de Guayaquil, concretamente, pois o diretor e os atores são os mesmos que realizaram *El Cholito*, e que por discrepâncias com o ator principal e criador do grupo, à frente da produção de *Mostro de amor*, decidiram ser parte do *staff* de outro canal.

Em síntese, a ficção televisiva nacional precisa de novos realizadores, também de outras cidades do país, e outros olhares que permitam enriquecer e tornar as narrativas mais complexas, assim como criar novas histórias. Até agora, as tentativas demonstram déficit de criatividade e de preparação para a escritura de roteiros, o que torna difícil a exportação desses produtos de ficção nacional, o que seria a aspiração das apostas econômicas privadas.

5. Tema do ano: qualidade na ficção — um desafio para o Equador

Para aproximarmos o tema de qualidade da ficção televisiva no país, é necessário revisar parte da trajetória em suas cinco décadas de existência. A qualidade desse meio caminha de mãos dadas com seu próprio crescimento e o das capacidades desenvolvidas pelo país para a produção televisiva e cinematográfica, para formar seus profissionais e para investir.

No âmbito dessa relação intrínseca entre história da televisão e qualidade televisiva no país é preciso assinalar que o meio audiovisual equatoriano tem uma estrutura de empresa privada tradicional, ou seja, a que procura lucrar mais do que oferecer uma televisão a serviço de suas audiências. Nesse sentido, o que primou no meio foi conseguir programas baratos e de alta audiência, situação que limitou radicalmente o desenvolvimento de produções nacionais, já que estas eram mais custosas que a importação de “enlatados”, especialmente dos Estados Unidos, e telenovelas do México, Vene-

zuela, Argentina, Brasil e, ultimamente, da Colômbia. Em outras palavras, o desenvolvimento da capacidade de produção televisiva no país foi muito limitado, assim como a formação profissional a respeito.

As capacidades de produção desenvolvidas pelos canais se centraram nos informativos, já que estes programas tiveram, obrigatoriamente, que ser produzidos pelas mesmas emissoras de TV, sejam locais ou nacionais, o que levou a um importante desenvolvimento da produção e da formação, como se demonstra com as mais de 30 escolas ou faculdades de jornalismo que existem no país. No entanto, poucas destas formam produtores de programas de ficção. Há também a experiência no desenvolvimento de programas esportivos e de entretenimento, sobretudo concursos.

A isso se soma o incipiente desenvolvimento do cinema no país, pois não obstante se registre seu nascimento na década de 30, não foi senão por volta de 2000 que começa um processo mais contínuo de produção cinematográfica, e começam a ser abertas as primeiras escolas de cinema no país. Ou seja, o Equador tem pouco desenvolvimento nas artes audiovisuais, o que repercute diretamente na capacidade de produção televisiva.

À escassa capacidade de produção de ficção televisiva de qualidade acrescenta-se também o pouco ou nenhum apoio de parte do Estado. Recentemente, em 2008, ano do início da programação do canal público, ECTV, pode-se falar de alocação do Estado à produção televisiva, a qual, no entanto, não apostou na ficção.

A trajetória “mercantil” da televisão equatoriana é fator importante para a definição de qualidade, que é regida pelo paradigma do comercial, isto é, as imposições do mercado. Assim, transformou-se em norma o critério de que a concorrência entre distintos canais é o caminho para a qualidade televisiva. A repercussão mais evidente desse critério dá-se na organização e no tipo de programação do canal público e dos outros administrados pelo Estado, desde 2009, pois seguem a lógica dos canais privados.

“Considera-se que este processo de concorrência entre os canais televisivos influenciou na criação de uma cultura televisiva caracterizada pela superficialidade, a trivialidade e que coloca em perigo a qualidade e a diversidade da programação dos canais” (Gutiérrez, 2000). Essa situação definiu o conceito de televisão, cuja qualidade se baseia, lamentável e indubitavelmente, na busca pela audiência na programação em geral, e na ficção, em particular³⁰.

Nessa ótica, é imprescindível ampliar o debate sobre a qualidade da televisão no Equador. É necessário revisar a ficção televisiva e a qualidade a partir dos principais elementos do debate internacional a respeito, o que implica analisar as condições que se requer para uma emissão importante em termos de criatividade e qualidade, cujo parâmetro não seja somente a audiência porque, como sabemos, um grande número de telespectadores nem sempre é sinônimo de qualidade. Essa condição só existe quando se criam condições e se desenvolvem capacidades, que é, ao que parece e pelo número de telenovelas produzidas em 2010 no país, o que se está buscando.

5.1. Um ano produtivo para a ficção televisiva no Equador?

Como se disse em capítulos precedentes, 2010 é um ano relevante para o país, ao menos pela quantidade de estreias próprias de ficção: cinco títulos no ar, embora representem uma porcentagem mínima de todas as estreias desse gênero no ano, que além disso foram exibidas em horário *prime time*, o que constitui quase a quinta parte (19%) do total da programação de ficção na mesma faixa horária.

Vale esclarecer, no entanto, que essas produções implicam um avanço no impulso à produção nacional, embora não necessariamente sejam o reflexo de uma televisão de qualidade, considerada

30. É o caso da transferência de horário das telenovelas brasileiras, como se destaca no capítulo anterior.

Faixa de horário	Nacionais				Ibero-americanos				Cap/ep	%	Horas	%
	Cap/ep	%	Horas	%	Cap/ep	%	Horas	%				
<i>Prime time</i> (19h – 22h59)	313	17	305:09	19	1495	83	1280:44	81	1808	100	1585:53	100

Fonte: Ibope Time Equador

além da visão de mercado e da ditadura da audiência. Para sustentar a afirmação, realizamos uma revisão desses produtos, de acordo com os parâmetros que irão sendo definidos.

Em primeiro lugar, quanto às temáticas e conteúdos, a tendência dessas produções é recorrer a personagens estereotipados e previsíveis em seu modo de agir, com base no exagero de certas características e atributos vinculados com os papéis clássicos nas relações familiares, de casal e de amizade, reafirmando modelos de vida tradicionais, pouco mutantes e muito previsíveis. Utilizam a “uniacentualidade significativa”³¹ que, por meio de redundâncias, de ênfases, busca-se deixar uma só interpretação do tema ou da história. São propostas discursivas fechadas, que se opõem ao critério de uma televisão de qualidade, que é a diversidade.

A diversidade é um dos conceitos-chave vinculados à televisão de qualidade³², o que implica que esse meio deve refletir diversidade de opiniões, informação, temas, conteúdos, narrativas, personagens e grupos, estilos, posições, entre outros.

Outro recurso utilizado, e do qual abusam as cinco produções às quais nos referimos, é o do humor (exceto a telenovela *Fanatikka* que é um *thriller*), elemento válido como recurso lúdico no

31. Prieto Castillo, Daniel. “Diagnóstico de la comunicación. Manuales didácticos Ciespal”, 1995.

32. Gutiérrez Gea Charo. “Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación”. Revista ZER, 2000.

narrativo mas, transformado na receita “mágica” para prender as audiências, torna-se lugar comum utilizado por todos os produtores e perde relevância; no final, terminam com um conceito básico e pouco criativo do manejo: a criação de *sketches* humorísticos em um gênero narrativo mais complexo como é uma telenovela.

Dessa perspectiva, falta à televisão equatoriana **desenvolver uma linguagem televisiva própria**, que incorpore identidades e formas narrativas cotidianas que vão desde o humor, passam pelos eixos dramáticos e apontam para propostas mais complexas, sem necessidade de recorrer ao exagero em recursos como o humor, que são aceitos sem reticências pela maioria das audiências. Construir uma linguagem própria e de qualidade implica desenvolver narrativas novas e compreensíveis, a partir da identidade das audiências.

Uma televisão de qualidade também está relacionada com os **valores educativos** que um tipo específico de programação tem, isto é, a capacidade implícita da televisão, como meio audiovisual, para criar representações e imaginários sociais. Deste ponto de vista, ainda o proposto em 2010 pela ficção televisiva equatoriana insiste em representações sociais básicas e pouco inclusivas. Só em *Rosita, la taxista* se faz uma tentativa de inclusão social de um personagem indígena, o que gerou críticas diversas, como já mencionado em capítulos anteriores. A inserção de valores educativos, como elementos de qualidade, desenvolve-se mediante a inclusão de atores sociais cotidianos na programação e de novas temáticas de interesse das audiências.

A **qualidade técnica** tem a ver com fatores como a qualidade da imagem (tecnologia digital), sua composição e edição; a qualidade do roteiro, atuação e encenação; a qualidade da pós-produção (áudio, gráfica e desenho). Desse ponto de vista, a televisão equatoriana avançou, especialmente no manejo audiovisual e tecnológico, como se constata na telenovela *Fanatikda*, mas ainda tem grandes dificuldades no que diz respeito ao roteiro, atuação e encenação. Isso se deve ao fato de que não existe uma escola de atuação para

televisão e cinema, e a maioria dos atores da ficção equatoriana e televisiva, particularmente, vem do teatro, cujas características obedecem a outras normas, que passam pela acentuação dos gestos, vozes, movimentos. Tampouco existe uma escola para roteiristas e, muitas vezes, os projetos fracassam por esse motivo; como diz Álvaro Pazmiño, produtor equatoriano de cinema e televisão, “a falta de criatividade nos roteiros faz com que estes não sejam atrativos para as pessoas e as histórias se tornam tediosas”³³.

A capacidade de **representação da realidade** é outro elemento-chave para definir uma televisão de qualidade, o que implica analisar a referencialidade que têm os conteúdos de um programa de televisão em relação à realidade, a qual pode ser alta, média ou baixa. Para isso é necessário fazer uma análise do discurso do programa televisivo, isto é, decompor o eixo narrativo em personagens, situações e ambientes para estabelecer formas de vida, personagens e situações que se propõem como válidas sobre outras. Só esse exercício levaria mais que um capítulo, mas, a partir de uma rápida leitura, pode-se destacar que nos programas revisados encontram-se situações narrativas baseadas em “heróis” e protagonistas típicos, que denotam poucas mudanças e promovem uma série de estereótipos baseados nos papéis tradicionais de homem e mulher, assim como modos de vida também tradicionais. São poucos os personagens e situações que propõem novos papéis de gênero e sociais, e formas distintas de se relacionar entre eles.

Por último, seria preciso ver a qualidade da televisão a partir do **ponto de vista do espectador ou perceptor** (Gutiérrez, 2000). Esse processo de avaliação de uma televisão de qualidade a partir do perceptor requer uma série de técnicas e metodologias para penetrar no mundo dos públicos, a fim de conhecer a fundo suas percepções e motivações em relação com o que aspirariam a ter

33. “A la televisión le falta roce internacional”. *El Comercio*, out/2010, artigo citado.

para receber qualidade na realização de ficção televisiva. Para isso, a maneira mais imediata, embora limitada, que permite aproximar-se desse parâmetro de qualidade é a audiência. Assim, temos que os cinco programas de produção nacional de 2010 têm as seguintes audiências:

A audiência, em especial de *Mi recinto* e *Rosita, la taxista*, é representativa, sobretudo esta última, por estar em horário *prime time* e concorrer com produções estrangeiras. De toda forma, são dados

Programa	Tipo	Audiência %
<i>Mi recinto</i>	Ficção de humor	15
<i>Rosita, la taxista</i>	Telenovela	14
<i>Mostro de amor</i>	Telenovela	8
<i>Ni por aquí ni por allá</i>	Ficção de humor	7
<i>Fanatikda</i>	Telenovela	4

Fonte: Ibope Time Equador

que sugerem que, também em relação com o ponto de vista do espectador, falta aos produtos equatorianos encontrar mais o vínculo com seu público; isso demanda um forte trabalho de procura de novas narrativas de qualidade, de novas temáticas mais vinculadas com as audiências.

Para concluir, e em resposta à pergunta se 2010 é um ano produtivo para a ficção televisiva no Equador, poderia se dizer que sim, se nos ativermos à quantidade de produções realizadas, e também porque, apesar de ainda ter dificuldades para realizar ficção e programas de qualidade, alguns canais estão abrindo caminho para a produção nacional. No entanto, é necessário desenvolver os aspectos aqui resenhados e apontar para uma televisão de qualidade não só técnica como também em conteúdos. E para isso é necessário também o desenvolvimento da pesquisa, que implica ser críticos e autocríticos como ferramenta-chave para melhorar a qualidade da televisão equatoriana.

Referências bibliográficas

- ASAMBLEA NACIONAL. *Constitución de la República del Ecuador*, Quito, 2008.
- AYALA, ALEXANDRA. Periodismo y medios de comunicación social. In: *Enciclopedia Ecuador a su alcance*. Espasa, 2004.
- CARRIÓN, HUGO. *Internet en el Ecuador*. Quito: Imaginar, 2011.
- CIESPAL, *Estudio de impacto socioeconómico de la implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador*. Quito, 2009.
- CONARTEL et al. *Memorias del encuentro sobre calidad de contenidos y programación de la TV nacional*. Quito, 2009.
- CRUZ, PAMELA. Comunicación y migración: análisis de un proceso de interactividad en los periódicos on-line de Ecuador. Tesis de maestría. *Flacso*, outubro de 2009.
- GUERRERO, ROBERTO. *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- GUTIÉRREZ, GEA CHARO. Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación. *Revista ZER*, 2000.
- JENKINS, H. Transmedia stroytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*, 2003. <<http://www.technologyreview.com/bio-medicine/13052/page3/>>
- JURADO, ROMEL. *La sanción del Conartel a Teleamazonas*, disponível em <<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/67-teleamazonas.html>>

MORA, ALBA (1982). *La televisión en el Ecuador*. Guayaquil: Editorial Amauta.

OROZCO, GUILLERMO e LOPES, MARÍA IMMACOLATA VASSALLO DE. Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos. In: *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época 13, janeiro a junho de 2010, México, p. 13-42.

PRIETO CASTILLO, DANIEL. *Diagnóstico de la comunicación*. Manuales didácticos CIESPAL, 1995.

RICAURTE, CÉSAR. Coreanos vs. dramones, *Diario Hoy*, Quito, 12 de abril de 2009. Disponível em <<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/coreanos-vs-dramones342937.html>>

SUPERTEL, *Estadísticas históricas de los servicios de radiodifusión y televisión: periodo 1996-2009*, Quito, 2010. Disponível em: <http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/historico_radiodifusion.pdf>

VILLARROEL, MARCO. Los grupos monopólicos de comunicación en el Ecuador. In: *FACSO-Q, Revista Textos y Contextos*, n. 5, ano 4, Quito, outubro 2006, p. 9-38.

Artigos

EL COMERCIO. A la telenovela local le hace falta roce internacional. Quito, 6 de outubro de 2010. <<http://www4.elcomercio.com/2010-10-06/Vida-Diaria/Entretenimiento/Noticia-Principal/EC101006P24PROGRAMASv.aspx>>

EL COMERCIO. 44 telenovelas se emiten en un día. Quito, 20 de outubro de 2010. <<http://www4.elcomercio.com/2010-10-20/Home/Entretenimiento-Principal/EC101020P23PROGRAMACION.aspx>>

EL UNIVERSO. RTS, 50 años de sintonía. Guayaquil, 5 de dezembro de 2010. Relatório de audiência. <<http://www.ciespal.net/medias-ciones/images/informe%20comisin.pdf>>

HOY. La tv pública debería competir en publicidad. Quito, 26 de abril de 2008. Disponível em: <<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-tv-publica-deberia-competir-en-publicidad-294042-294042.html>>

REVISTA VISTAZO. Un zoom a la otra tv. Guayaquil, julho de 2008.

ESPAÑA: A APOSTA NO GRANDE FORMATO

Charo Lacalle¹

1. O contexto audiovisual do país

O APAGÃO ANALÓGICO iluminava, em abril, a criação de inúmeros canais, que incrementaram notavelmente a tradicional e exacerbada competitividade do sistema televisivo espanhol. Mas, em que pese a queda generalizada da audiência na maior parte das redes, o recorde histórico de consumo televisivo batido este ano e a ligeira recuperação do investimento publicitário manifestam a indubitável fortaleza de um meio que, longe de se confrontar com a internet, está transformando a web 2.0 no seu melhor aliado. A entrada em vigor da Lei Geral da Comunicação Audiovisual, a fusão da Tele5 com a Cuatro e, sucessivamente, a participação em Digital+ da Tele5 e da Telefônica ou o impacto do mundial de futebol nos índices de audiência são alguns dos eventos mais destacados do primeiro ano sem publicidade na televisão pública estatal.

1. Charo Lacalle coordena a equipe espanhola do Obitel e o OFE (Observatorio de La Ficción Española), integrados pelas pesquisadoras Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo e Berta Trullàs.

Redes espanholas de televisão generalistas em canal aberto²

Título	Públicas		Privadas
Estatais	Primeiro canal	Segundo canal	- Antena3, Tele5, Cuatro, LaSexta, Veo 7
	- TVE1	- La 2	
Autônomas	- Canal Sur - TV3 - TVG - ETB1 - ETB2 - C9 - Telemadrid - TPA - CMT - TVCAN - ATV - 7RM - IB3	- CS 2 - 33 - TVG2 - ETB3 - La Otra - NOU24 - NOUDOS - TPA2 - CMT2 - TVCAN2	- 8TV - cy17 - cy18 - A3 Canarias - V TV - NUEVE TV - La 10 ¹
	- Autônomas internacionais		

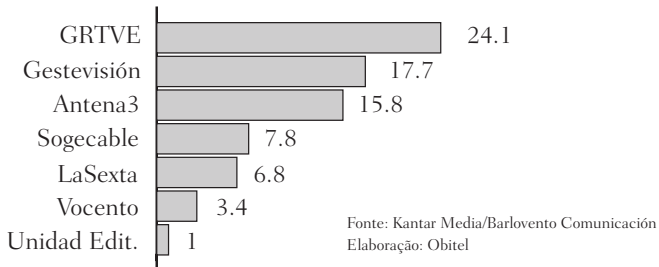
Fonte: Obitel

Primeiro Canal lidera o *ranking* das redes espanholas pelo segundo ano consecutivo (16,0%), apesar de perder 4 décimos com relação a 2009, seguida pela Tele5 (14,6%), com 5 décimos menos que o ano passado. A terceira da classificação, a Antena3, é a que mais cai nesta ocasião (3 pontos). A queda também é muito pronunciada na Cuatro (7,0%), que ocupa a quarta posição com 1,3 ponto menos que em 2009 e vê encurtada, significativamente, sua distância com a LaSexta (6,6%), a rede estatal que menos decrece no período analisado (dois décimos). Contrariamente à diminuição generalizada das redes tradicionais, as temáticas de concessão TDT incrementam sua audiência de maneira espetacular, com uma quota de tela de 18,5% (7,0% mais do que em 2009).

2. A La 10 agrupa as televisões autônomas do grupo Vocento (Madrid, Comunidad Valenciana, La Rioja, Murcia e Andalucía, assim como algumas locais do País Basco). Começou suas emissões em 20 de setembro de 2010.

A RTVE também lidera a classificação anual por grupos, com 24,1%, seguida por Gestevisión (o grupo da Tele5), com 17,7%, e pelo grupo Antena3 (15,8%). O Sogecable (o grupo da Cuatro) situa-se em quarto lugar (7,8%) e o grupo LaSexta em quinto (6,8). O Vocento (3,4%) e a editora Unidad (1,0) fecham uma classificação que apresenta um incremento moderado com relação a 2009, pois este ano só caem o grupo Sogecable (0,9%), o grupo Antena3 (0,8%) e o grupo LaSexta (0,1%).

Ranking dos grupos televisivos em 2010



As redes públicas autônomas se ressentem igualmente do incremento da concorrência e, presas entre as temáticas de pagamento de concessão TDT e as novas autônomas privadas criadas este ano (CYL7, CYL8, A3 Canarias, v TV, NUEVE TV e La 10), registram uma perda de 2,3% que situa a média da Federação de Organismos de Rádio, Televisão, Autônomos (FORTA) em 11,3%. Somente a catalã tv3 (14,8%) experimenta uma subida espetacular de 3 pontos, embora a balear IB3 também cresça 0,4% e se situe em 5,5%. Pelo contrário, as perdas de audiência do resto das autônomas públicas oscilam entre a queda máxima do segundo canal basco ETB2 (9,4%), com 4 pontos menos que em 2009, e o mínimo da televisão aragonesa ATV (9,4%), que cai dois décimos.

Os extraordinários resultados do futebol, cujas emissões abocanham os 20 primeiros lugares do ranking de 2010, puderam ser determinantes no incremento espetacular do consumo televisivo,

em um ano em que a Kantar Media (a multinacional responsável pela medição da audiência) aumentou o número de audímetros até 4.625³. Mas a crise econômica e inclusive o rigor do inverno de 2010 puderam incidir na média de 234 minutos televisivos assistidos por espectador ao dia, a mais alta obtida na Espanha até o momento (considerando que janeiro registrou o pico mais alto de todo o período com 261 minutos por espectador e dia)⁴.

A prorrogação da final do mundial de futebol entre Espanha e Holanda encabeça a classificação anual, com uma audiência média de 14.582.000 espectadores (80,3%). A segunda edição do telejornal do Primeiro Canal também figura em quatro ocasiões no *ranking* de 2010, enquanto somente três transmissões de ficção figuram desta vez entre os 50 programas mais vistos. Trata-se dos episódios de *Águila roja* (Primeiro Canal) exibidos nos dias 4 de novembro, 23 de outubro e 7 de outubro, que ocupam respectivamente os postos 37, 45 e 49 da classificação⁵.

1.1. Expansão da TDT

No segundo semestre do ano, as televisões espanholas se apressavam para lançar os canais que ainda restavam livres em seus respectivos multiplex⁶, depois do desdobramento completo da TDT e do apagão analógico de abril. Mas o incremento da oferta não só

3. Cf. <[http://www.tns-media.es/actualidad/noticias/kantar-media-incrementa-su-panel-de-audiencia-de-tv-a-4625-hogares-en-2010\(257\)/](http://www.tns-media.es/actualidad/noticias/kantar-media-incrementa-su-panel-de-audiencia-de-tv-a-4625-hogares-en-2010(257)/)> [Consultada 25 de janeiro de 2011].

4. Cf. <<http://www.tns-media.es/actualidad/audiencia-tv/>> [Consultada 25 de janeiro de 2011].

5. Cf. <<http://www.tns-media.es/actualidad/audiencia-tv/>> [Consultada 25 de janeiro de 2011].

6. Diferentemente das redes públicas, que obtiveram 2 multiplex de 4 canais cada um, as redes privadas dispõem de um único multiplex de 4 canais.

Ranking das redes estatais em 2010

Share	Primeiro Canal	Tele5	A3	Forta	Tem. TDT	Cuatro	LaSexta	La2	Local	Auto. privat.	Tem. pago	Outras
2010	16,0	14,6	11,7	11,3	18,5	7,0	6,6	3,1	0,2	0,7	7,0	3,4
2009	16,4	15,1	14,7	13,6	10,2	8,3	6,8	3,8	1,3	0,7	7,5	1,5
Diferença	-0,4	-0,5	-3,0	-2,3	+8,3	-1,3	-0,2	-0,7	-1,1	-	-0,5	1,9

Fonte: Kantar Media/Barlovento Comunicación

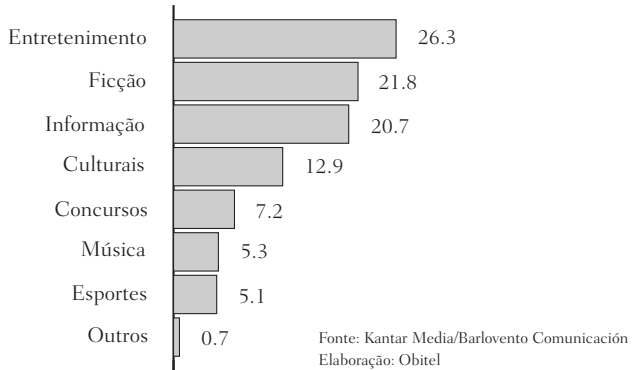
Ranking das redes autonômas públicas mais vistas em 2010

Share	CanalSur	TV3	TVG	ETB2	C9	TVCA	CMT	Telemadr	ATV	TPA	7RM	IB3	ETB1
2010	12,7	14,8	12,3	9,4	8,4	10,0	7,5	8,0	9,4	7,6	4,6	5,5	2,2
2009	15,6	14,5	14,3	13,4	11,8	11,6	10,3	9,7	9,6	7,6	5,2	5,1	3,2
Diferença	-2,9	+3,0	-2,0	-4,0	-3,4	-1,6	-2,8	-1,7	-0,2	-	-0,6	+0,4	-1,0

Fonte: Kantar Media/Barlovento Comunicación

repercutiu na queda generalizada da quota média de tela das redes como, além disso, modificou o consumo de gêneros e formatos. Assim, enquanto as televisões generalistas se viram obrigadas a investir parte de seus recursos no desenvolvimento de seus canais de concessão TDT, a crise econômica as obrigou a compensar os elevados investimentos que a ficção doméstica exige com o incremento dos programas de entretenimento. Daí o crescimento deste último macrogênero, que deslocou o tempo dedicado à ficção para o segundo lugar da oferta em 2010.

Tempo dedicado aos gêneros 2010



O lançamento em cascata dos novos canais de TDT a partir de junho se verificava em todos os níveis e âmbitos do sistema televisivo espanhol: estatal e autônomo; público e privado; aberto e pago, embora, em alguns casos, não se tratasse propriamente de criação, e sim mais de uma reestruturação parcial ou total dos canais de concessão TDT existentes. Como era de se esperar, tanto os novos canais como as reestruturações buscam um público cada vez mais definido, que culmina no deslocamento “da gaveta ao nicho” empreendido faz alguns anos pelos meios de comunicação e a publicidade da era digital. A seguir, um resumo sucinto dos movimentos mais relevantes do setor.

O quarto canal da Antena3 (Nitro), dedicado ao público masculino, iniciava suas emissões regulares em fins de agosto. Em setembro, a La2 eliminava toda sua programação infantil e lançava o canal para crianças Clan TVE, enquanto a televisão catalã estreava o Canal 3XL, dedicado aos jovens e compartilhado como canal dirigido ao mesmo *target*, Club Super3 (no espaço ocupado até então pelo Canal 300). Nesse mesmo mês, a Tele5 descartava seu projeto de LaNueve, pensado inicialmente para concorrer com a Nova, da Antena3, e criava Boing, concebido para disputar o público jovem do Neox, da Antena3. Em 1º de outubro, o grupo LaSexta lançava em aberto o LaSexta2 (dedicado ao entretenimento, à informação e ao esporte), e um mês mais tarde começavam as emissões do LaSexta3, dedicado à ficção mas acolhido no pacote Essencial ONO, o operador de canal a cabo pago, que também acrescentou em sua oferta o canal ORO Sports TV, especializado em esportes minoritários⁷. Assim como o ONO, o Sogecable ampliava em agosto seu grupo com o Canal+2, que replica a programação do Canal+, mas sem os acontecimentos esportivos, ao preço de 15 euros por mês.

É possível que a multiplicação da oferta já esteja produzindo efeitos não desejados, de acordo com os discretos resultados de audiência obtidos até o momento pela maior parte dos canais temáticos (tanto abertos como pagos). Por outro lado, os apertos para manter a gratuidade de tais canais e a dificuldade de penetração dos que não estão respaldados por nenhum dos grandes grupos de comunicação são também consequências imediatas da nova configuração do sistema televisivo espanhol.

7. O ORO Sports TV complementa assim a oferta da Gol TV, o primeiro canal pago da TDT, criado em 2009.

1.2. Redistribuição da publicidade

Este ano se rompeu a tendência decrescente do investimento publicitário em meios dos dois anteriores, com uma perda mínima de 0,1%. Além disso, contrariamente às previsões mais pessimistas, 2010 viu aumentar a publicidade de televisão generalista em 2,9%, dado que, somado às espetaculares previsões de crescimento do investimento publicitário em vídeos da internet (20%), confirma igualmente a profícua aliança entre a telinha e a web 2.0. Mas, além das cifras, o período analisado também introduziu mudanças estruturais importantes nesse âmbito, derivadas da publicidade nas duas redes de televisão pública estatal (Primeiro Canal e La2)⁸.

A supressão da publicidade na TVE, a partir de 1 de janeiro, trazia junto um novo sistema de financiamento, que contemplava a contribuição para a entidade pública de 0,9% dos benefícios dos operadores de telecomunicações. No entanto, a Comissão Europeia bloqueava, em janeiro, a entrada em vigor de tal medida até examinar a fundo sua possível ilegalidade e, finalmente, recusava-a em setembro, com o que truncava assim as expectativas do governo de arrecadar uns 240 milhões de euros por essa via. Mas, enquanto a decisão de Bruxelas provocava que a Associação Espanhola de Operadores de Telefonia com Rede Própria (REDTEL) recorresse nos tribunais a polêmica taxa, a Associação Espanhola de Anunciantes (AEA), refratária à supressão de publicidade na TVE, oferecia-se para colaborar no financiamento da televisão pública estatal.

O oferecimento da AEA para a TVE, defendendo uma inserção moderada de publicidade capaz de compensar o importe previsto pela arrecadação das teleoperadoras, reflete as preocupações de um setor que, depois da retirada da TVE do negócio publicitário, já começou a apreciar a influência das grandes redes. Assim,

8. Cf. estudo do painel de anunciantes Zenthinela <<http://www.marketingnews.es/tendencias/noticia/1053494029005/previsiones-zenthinela-inversion.1.html>> [Consultada 25 de janeiro de 2010].

enquanto a Antena3 impunha a chamada “pauta única”, que consiste em repetir um mesmo *spot* em todas as redes do grupo de maneira sincronizada, a Publiespaña limitava a duração dos blocos publicitários do La Siete e do Factoría de Ficción a um máximo de seis minutos, com a intenção de ir estendendo-a ao resto dos canais do grupo Tele5 durante o primeiro trimestre de 2011⁹. Nem é necessário dizer que a AEA ainda espera, com preocupação, outros possíveis movimentos deste último grupo, que detém a maior quota do mercado publicitário televisivo espanhol depois da renúncia da TVE de emitir publicidade e a fusão do Tele5 e Cuatro.

O acordo entre o Tele5 e Cuatro finalmente se formalizava em outubro, na falta de que a Comissão Nacional da Concorrência (CNC) o autorizara se fossem cumpridos os compromissos apresentados pelo Tele5 à Telefônica para a aquisição da Sogecable de uma parte da plataforma Digital+¹⁰. Finalmente, a venda do Digital+ culminava em novembro, depois do aumento de capital da Tele5 em 500 milhões (488 dos quais destinados a financiar 22% do Digital+), enquanto a compra do Cuatro era saldada com o intercâmbio para o Prisa de 18% das ações do Tele5. O fechamento do CNN+ em novembro, cuja frequência ocupa desde então o canal 24 Horas do Gran Hermano, constituía o primeiro efeito estrutural imediato das transações entre o Tele5 e o Prisa¹¹.

9. Só 12 dos 20 minutos por hora de emissão de publicidade podem ser dedicados à publicidade convencional. O resto é distribuído entre um máximo de cinco minutos de autopromoções e de dois minutos de telepromoções.

10. Tais compromissos modificavam os acordos e pactos entre acionistas, de modo que nenhum deles chegasse a influir de maneira decisiva no Digital+. Mesmo assim, nem o Tele5 nem a Telefônica poderiam decidir os diretivos do Digital+.

11. A CNN+, a pioneira das redes temáticas espanholas, havia começado suas emissões em 1999.

1.3. A aposta tecnológica

Junto com a imersão na TDT, as empresas televisivas espanholas enfrentam a nova configuração audiovisual mediante a adoção de formatos com a visão panorâmica, ao mesmo tempo em que incrementam sua aposta pelas emissões em alta definição e continuam avançando na visão tridimensional.

Em janeiro, a TVE iniciava suas emissões em formato panorâmico 16:9, adotado também pelos canais do grupo RTVE Canal 24 Horas e Teledeporte. Em fevereiro, a televisão pública estatal ampliava suas emissões em HD em provas, iniciadas em junho de 2009 em Valladolid, para La Muela (Zaragoza) e Ares (La Coruña) e, desde maio, para Madri. Em março, a TVE se preparava para fomentar o serviço *à la carte* mediante a adoção do sistema HBB (*Hybrid Broadcast Broadband*)¹² e, em setembro, o HD da TVE já chegava a 85% da população. O AXN começava a emitir em HD em Digital+ em junho e o Tele5 iniciava suas emissões em provas em setembro, transformando-se na primeira rede a utilizar *simulcast* (reprise em HD da programação em definição *standard* de sua rede principal). O Antena3 se somava à HD um dia depois do Tele5 e adotava também o *simulcast*.

Nesse mesmo mês, o Canal+ anunciava a iminente emissão de seus grandes eventos culturais e esportivos em 3D, como por exemplo as partidas da Copa do Mundo da FIFA 2010. Em maio, a rede catalã TV3, pioneira na experimentação com as novas tecnologias, começava a emitir com regularidade seu programa semanal *Pirineus des de l'aire* em 3D, mediante o formato *side by side*¹³, pelo canal

12. O HBB permite receber conteúdos em definição *standard* no televisor e conteúdos em HD através de conexão à banda larga.

13. O formato *side by side* envia dois sinais por um mesmo canal, um destinado a cada olho, que os televisores adaptados à tecnologia 3D unem para mostrá-los como um só.

TV3HD. Em maio, o Antena3 informava que *Ida y Vuelta* gravaria o primeiro capítulo da segunda temporada da série *Los protegidos* em 3D, o que abria uma nova frente na competitividade no âmbito da ficção.

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

A ficção doméstica exibida nas redes estatais diminuiu em um ano caracterizada pelo notável investimento em séries de época e de minisséries (*biopics* em sua maioria), boa parte das quais ainda está por estreitar. Não obstante, levando em conta que os 56 títulos de 2009 (oito a mais que em 2010, mas nove a mais que em 2008) constituíam um número extraordinariamente alto (em parte resultado da irrupção das minisséries nos gêneros e formatos abordados).

A Antena3 é a rede que mais ficção de estreia programou em 2010, com 16 títulos originais e uma adaptação (a telenovela colombiana *Pasión de gavilanes*), e também é a que conta com mais minisséries e *TV movies* (sete no total). É seguida pela Tele5 (14 títulos) e pelo Primeiro Canal (11 títulos). A Cuatro ocupa o quarto lugar, com somente três títulos em 2010, se bem que cabe destacar que, diferentemente dos dois *sketches* da LaSexta (situada em quinto lugar), a rede da Sogecable diversificou os formatos de suas três únicas contribuições, uma série, um *sketch* e um seriado, este último da telenovela argentina *Valientes*.

O número de estreias das redes autônomas públicas aumenta, ao contrário, em 2010, embora caiba destacar que contam com um número elevado de *TV movies*. Fiéis à vocação de proximidade que as caracteriza e com orçamentos mais modestos que as televisões de âmbito estatal, o repertório de gêneros e formatos da FORTA não apresenta variações substanciais com relação às temporadas anteriores.

Tabela 1a. Produções exibidas em 2010 (redes estatais)

Primeiro Canal: 11 títulos estatais	26. <i>No soy como tú</i> (minissérie)
1. <i>Águila roja</i> (série)	27. <i>Padres</i> (sketch)
2. <i>Amar en tiempos revueltos</i> (seriado)	28. <i>Raphael</i> (minissérie)
3. <i>Amar en tiempos revueltos</i> (minissérie)	Antena3: 1 título importado – Colômbia
4. <i>Cuéntame cómo pasó</i> (série)	29. <i>Gavilanes</i> (série)
5. <i>El secuestro de Anabel</i> (TV movie)	Cuatro: 2 títulos estatais
6. <i>El asesino dentro del círculo</i> (TV movie)	30. <i>Hay alguien ahí</i> (série)
7. <i>Gran reserva</i> (série)	31. <i>La isla de los nominados</i> (sketch)
8. <i>Guante blanco</i> (série)	Cuatro: 1 título importado (Argentina)
9. <i>La señora</i> (série)	32. <i>Valientes</i>
10. <i>Las chicas de oro</i> (série)	Tele5: 14 títulos estatais
11. <i>Pelotas</i> (série)	33. <i>Acusados</i> (série)
La 2: 1 título estatal	34. <i>Aída</i> (série)
12. <i>Ciudad K</i> (sketch)	35. <i>Alfonso, el príncipe maldito</i> (minissérie)
Antena3: 16 títulos estatais	36. <i>El pacto</i> (minissérie)
13. <i>Adolfo Suárez, el presidente</i> (minissérie)	37. <i>Escenas de matrimonio</i> (sketch)
14. <i>Doctor Mateo</i> (série)	38. <i>Felipe y Letizia</i> (minissérie)
15. <i>El gordo</i> (minissérie)	39. <i>Hospital Central</i> (série)
16. <i>El internado</i> (série)	40. <i>Inocentes</i> (minissérie)
17. <i>Física o Química</i> (série)	41. <i>La duquesa</i> (minissérie)
18. <i>Hispania, la leyenda</i> (série)	42. <i>La pecera de Eva</i> (série)
19. <i>Karabudjan</i> (série)	43. <i>La que se avecina</i> (série)
20. <i>La piel azul</i> (minissérie)	44. <i>Supercharly</i> (série)
21. <i>La princesa de Éboli</i> (minissérie)	45. <i>Tierra de lobos</i> (série)
22. <i>La última guardia</i> (TV movie)	46. <i>Vuelo il-8714</i> (minissérie)
23. <i>Los hombres de Paco</i> (série)	LaSexta: 2 títulos estatais
24. <i>Los protegidos</i> (série)	47. <i>La tira</i> (sketch)
25. <i>Museo Coconut</i> (série)	48. <i>Qué vida más triste</i> (sketch)

**Tabela 1b. Produções exibidas em 2010
(redes autônomas)**

Canal 9: 10 títulos autônomos	ETB2: 1 título autônomo
1. <i>Asunto Reiner</i> (TV movie)	20. <i>Mi querido Klikowski</i> (série)
2. <i>Bon dia bonica</i> (seriado)	IB3: 2 títulos autônomos
3. <i>Comida para gatos</i> (TV movie)	21. <i>Llàgrima de sang</i> (seriado)
4. <i>Contáctame</i> (TV movie)	22. <i>Mossèn capellà</i> (série)
5. <i>Desátate</i> (TV movie)	TV3: 9 títulos autônomos
6. <i>El criminal</i> (TV movie)	23. <i>Infidels</i> (série)
7. <i>L'alqueria blanca</i> (série)	24. <i>La riera</i> (seriado)
8. <i>Tarancón</i> (minissérie)	25. <i>La sagrada família</i> (série)
9. <i>Unió musical da Capo</i> (série)	26. <i>L'enigma Giacomo</i> (TV movie)
10. <i>Villa Bresquilla</i> (TV movie)	27. <i>Més dinamita</i> (sketch)
CanalSur: 3 títulos autônomos	28. <i>Quatre estacions</i> (TV movie)
11. <i>Arrayán</i> (seriado)	29. <i>Ull per ull</i> (minissérie)
12. <i>La Mari 2</i> (minissérie)	30. <i>Ventdelplà</i> (seriado)
13. <i>Padre Medina</i> (série)	31. <i>Wendy placa 20957</i> (TV movie)
CanalSur2: 4 títulos autônomos	TVcanarias: 1 título autônomo
14. <i>El tesoro</i> (TV movie)	32. <i>La revoltosa</i> (série)
15. <i>El viaje vertical</i> (TV movie)	TVG: 4 títulos autônomos
16. <i>La balada del estrecho</i> (TV movie)	33. <i>Libro de família</i> (série)
17. <i>Los minutos del silencio</i> (TV movie)	34. <i>Matalobos</i> (série)
ETB1: 2 títulos autônomos	35. <i>Padre Casares</i> (série)
18. <i>Goenkale</i> (seriado)	36. <i>Mar libre</i> (minissérie)
19. <i>Mugaldekoak</i> (série)	

A valenciana Canal 9 se situa pela primeira vez na dianteira por número de títulos de estreia (dez), seguida pela catalã tv# (nove títulos), a andaluza Canal Sur e a galega tvG (quatro títulos cada uma), as bascas ETB1 e ETB2 (dois títulos e um, respectivamente) e a balear IB3 (dois títulos). A tvCanarias debuta este ano na ficção de produção própria com uma comédia.

A redução de oito títulos da ficção estatal representa uma diminuição de 267 horas e 35 minutos e 536 capítulos/episódios com relação a 2009, enquanto que a ficção latino-americana do âmbito Obitel conta este ano com um título a mais e aumenta tanto o total de horas exibidas como o número de capítulos/episódios de estreia (108 horas e 20 minutos e 283 capítulos/episódios a mais que o ano passado). No entanto, frente à persistência da ficção espanhola no *prime time* das primeiras redes, a programação da ficção latino-americana acusa a expansão do sistema televisivo.

Tabela 2a. Total de ficção de estreia estatal em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Estatal	46*	85,2	746	52,7	656:40	60,9
Ibero-americana	6	11,0	623	44,0	380:20	35,3
Latino-americana (âmbito Obitel)	2	3,7	328	23,2	174:55	16,2
Latino-americana (âmbito não Obitel)	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispanica)	4	7,4	295	20,8	205:25	19,0
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Outras (coproduções ibero-americanas)	2	3,7	47	3,3	41:20	3,8
Total	54	100	1.416	100	1078:20	100

Fonte: Obitel

*As duas únicas coproduções ibero-americanas indicadas se referem à adaptação espanhola do formato colombiano *Gavilanes* [*Pasión de Gavilanes*] e da argentina *Valientes*. Para efeito do cômputo global do ano são consideradas, por conseguinte, ficção estatal.

Somente o Primeiro Canal mantém sua tradicional pauta de emissão diária de telenovelas ao longo do ano (*En nombre del amor*, *Bella Calamidades*, *Mar de amor* e *El clon* sucessivamente), apontadas mais uma vez na segunda parte da tarde por seu seriado de sucesso ambientado no pós-guerra espanhol, *Amar en tiempos revueltos*. Ao contrário, o resto das redes estatais acentuou a tendência, iniciada em 2009, de programar telenovelas em seus segundos canais, e a única estreia do período na Antena3 (*¿Dónde está Elisa?*) foi deslocado para a nova ao fim de apenas quatro emissões, devido a seus baixos índices de audiência.

A diferença entre a ficção doméstica exibida em 2010 e 2009 se reduz sensivelmente no conjunto estatal, pois as redes autônomas apontam este ano seis títulos a mais do que no anterior. Assim, então, os 84 títulos, entre estatais e autônomos, de 2010 (somente três a menos do que no ano anterior) somam 1420 horas e 40 minutos, enquanto os 694 capítulos/episódios a menos que o ano

Tabela 2b. Total de ficção de estreia estatal e autônoma em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Estatal e autônoma	82	82,8	1.755	52,4	1366:20	57,8
Ibero-americana	15	15,2	1.546	46,2	957:00	40,5
Latino-americana (âmbito Obitel)	7	7,1	708	21,1	441:55	18,7
Latino-americana (âmbito não Obitel)	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	8	8,1	838	25,0	515:05	21,8
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Outras (coproduções ibero-americanas)	2	2,0	47	1,4	41:20	1,7
Total	99	100	3.348	100	2364:40	100

Fonte: Obitel

passado se devem em boa parte à redução no âmbito autônomo dos *sketches*. Do mesmo modo que em anos anteriores, o Canal Sur e TVCanarias concentram a maior parte das telenovelas de estreia do período, programadas sucessivamente naquelas redes da FORTA que emitem ficção latino-americana.

Tabela 3a. Ficção de estreia estatal exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulo/ ep	%	Horas	%
Brasil	-	-	-	-	-	-
Argentina	1	1,9	208	14,7	78:45	7,3
Chile	-	-	-	-	-	-
Colômbia	-	-	-	-	-	-
Equador	-	-	-	-	-	-
Espanha	48	88,8	793	56,0	698:00	64,7
EUA (produção hispânica)	4	7,4	295	20,8	205:25	19,1
México	1	1,9	120	8,5	96:10	8,9
Portugal	-	-	-	-	-	-
Uruguai	-	-	-	-	-	-
Venezuela	-	-	-	-	-	-
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am/ibero-am)	-	-	-	-	-	-
Total	54	100	1.416	100	1078:20	100

Fonte: Obitel

Assim como no ano passado, as telenovelas emitidas nas redes estatais procedem dos Estados Unidos (quatro títulos) e da Argentina (um título), às quais desta vez também se soma o México (um título), outro dos países que nutrem tradicionalmente a TVE.

As produções hispânicas também dominam nas redes autônomas (quatro títulos), importadoras assíduas de telenovelas mexicanas (dois títulos). Mas diferentemente das estatais, a TVCanarias

Tabela 3b. Ficção de estreia estatal e autônoma exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulo/ ep	%	Horas	%
Brasil	-	-	-	-	-	-
Argentina	1	1,0	208	6,2	78:45	3,3
Chile	-	-	-	-	-	-
Colômbia	1	1,0	77	2,3	35:15	1,5
Equador	-	-	-	-	-	-
Espanha (estatal e autônoma)	84	84,9	1.802	53,8	1407:40	59,5
EUA (produção hispânica)	8	8,1	838	25,0	515:05	21,8
México	3	3,0	232	7,0	184:40	7,8
Portugal	-	-	-	-	-	-
Uruguai	-	-	-	-	-	-
Venezuela	2	2,0	191	5,7	143:15	6,1
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am/íbero-am)	-	-	-	-	-	-
Total	99	100	3.348	100	2364:40	100

Fonte: Obitel

continua apostando nos programas da Venezuela (dois títulos) e também conta nesta ocasião com uma telenovela colombiana. No entanto, o dado mais chamativo da contribuição estadunidense ao total espanhol em 2010 é que, em que pese contar com um título a menos do que o ano passado, registra 386 capítulos e 155 horas e 5 minutos a mais que em 2009.

As séries e minisséries da ficção estatal contam com 157 capítulos/episódios exibidos em *prime time* a menos que em 2009. Também sofrem uma queda ainda mais pronunciada os seriados e *sketches* da tarde (689 capítulos/episódios a menos do que no ano passado). Pelo contrário, a presença da ficção ibero-americana na faixa horária da manhã experimenta um crescimento de 3,4% so-

Tabela 4a. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa horária estatal

Faixas horárias	Estatais			Ibero-americanos				Total				
	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H
Manhã (6h-15h)	-	-	-	208	33,4	78:45	20,7	208	14,7	78:45	7,3	
Tarde (15h-21h)	387	48,8	268:40	415	66,6	301:35	79,3	802	56,7	570:15	52,9	
<i>Prime time</i> (21h-23h)	387	48,8	408:40	58,5	-	-	-	387	27,3	408:40	37,9	
Noite (23h-6h)	19	2,4	20:40	3,0	-	-	-	19	1,3	20:40	1,9	
Total	793	100	698:00	623	100	380:20	100	1416	100	1078:20	100	

Fonte: Obitel

Tabela 4b. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa horária estatal e autônoma

Faixas horárias	Estatal e autônoma			Ibero-americanos				Total				
	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H
Manhã (6h-15h)	-	-	-	932	60,3	510:25	53,4	932	27,8	510:25	21,6	
Tarde (15h-21h)	675	37,4	416:15	599	38,7	442:25	46,2	1.274	38,1	858:40	36,3	
<i>Prime time</i> (21h-23h)	1.106	61,4	967:40	15	1,0	4:10	0,4	1.121	33,5	971:50	41,1	
Noite (23h-6h)	21	1,2	23:45	1,7	-	-	-	21	0,6	23:45	1,0	
Total	1.802	100	1407:40	1546	100	957:00	100	3348	100	2364:40	100	

Fonte: Obitel

bre 2009, exatamente a mesma porcentagem que perde à tarde e, mais uma vez, continua ausente do *prime time*.

Em termos percentuais, o deslocamento das emissões da tarde para o *prime time* quase não tem incidência no total de horas emitidas no conjunto estatal (4,5% a mais que em 2009), enquanto as da manhã aumentam 16% na ficção ibero-americana.

A tabela seguinte mostra a pronunciada queda dos seriados e dos *sketches* na ficção estatal, que se salda com 177 horas e 40 minutos de emissão de seriados e 200 horas e 15 minutos de transmissão de *sketches* a menos do que em 2009. Como em anos anteriores, o único formato ibero-americano importado é a telenovela.

A redução da emissão de seriados e *sketches* é ainda mais pronunciada em relação ao conjunto espanhol, com 193 horas de seriados e 292 horas e 25 minutos de *sketches* a menos do que no ano passado. Pelo contrário, a programação regular de *TV movies* no Canal 19 durante o verão incrementou de maneira substancial a contribuição deste formato em número de horas, que passou dos 0,3% de 2009 para 1,6% de 2010. O tempo de emissão de minisséries aumenta este ano em 1%.

Como vem sendo habitual nas grades estatais, o *prime time* concentra a maior parte das estreias do ano (41 títulos de um total de 48). Esta pauta se mantém também na programação do conjunto estatal, embora matizada pela maior presença de ficção na tarde das redes autônomas (69 títulos de estreia para um total de 84).

De maneira consequente com tudo o que se veio expondo até aqui, a duração curta da ficção estatal de estreia diminui de maneira proporcional à redução dos *sketches*. Portanto, o número de capítulos/episódios de duração média e longa emitidos em 2010 aparece pela primeira vez compensado em ambos os formatos. Em termos gerais, pode-se dizer que o total da produção espanhola e autônoma também segue a mesma pauta, embora a duração média se distancie mais da longa neste último caso.

Tabela 5a. Formatos da ficção estatal e ibero-americana

Formatos	Estatais				Ibero-americanos							
	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%
Seriado	2	4,2	279	35,2	228	32,6	6	100	623	100	380:20	100
Série	24	50,0	303	38,2	354:35	50,8	-	-	-	-	-	-
Minissérie	13	27,1	26	3,3	32:30	4,7	-	-	-	-	-	-
Telefilme / tv movie	3	6,2	3	0,4	3:55	0,6	-	-	-	-	-	-
Outros (sketch)	6	12,5	182	22,9	79	11,3	-	-	-	-	-	-
Total	48	100	793	100	698	100	6	100	623	100	380:20	100

Fonte: Obitel

Tabela 5b. Formatos da ficção estatal, autônoma e ibero-americana

Formatos	Estatal e autônoma				Ibero-americanos							
	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%
Seriado	8	9,5	999	55,4	642:40	45,7	15	100	1.546	100	957	100
Série	36	42,9	558	31,0	615:20	43,7	-	-	-	-	-	-
Minissérie	17	20,2	34	1,9	42:15	3,0	-	-	-	-	-	-
Telefilme / tv movie	16	19,1	16	0,9	23:00	1,6	-	-	-	-	-	-
Outros (sketch)	7	8,3	195	10,8	84:25	6,0	-	-	-	-	-	-
Total	84	100	1.802	100	1.407:40	100	15	100	1.546	100	957	100

Fonte: Obitel

Tabela 6a. Formatos da ficção estatal por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noite	%	Total	%
Seriado	-	-	2	50,0	-	-	-	-	2	4,2
Série	-	-	-	-	21	51,2	3	100	24	50,0
Minissérie	-	-	-	-	13	31,7	-	-	13	27,1
Telefilme/TV movie	-	-	-	-	3	7,3	-	-	3	6,2
Outros (<i>sketch</i>)	-	-	2	50,0	4	9,8	-	-	6	12,5
Total	-	-	4	100	41	100	3	100	48	100

Fonte: Obitel

Tabela 6b. Formatos da ficção estatal e autônoma por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime Time	%	Noturno	%	Total	%
Seriado	-	-	4	40	4	5,8	-	-	8	9,5
Série	-	-	-	-	33	47,8	3	60,0	36	42,9
Minissérie	-	-	1	10,0	16	23,2	-	-	17	20,2
Telefilme/ TV movie	-	-	3	30,0	11	15,9	2	40,0	16	19,1
Outros (<i>sketch</i>)	-	-	2	20,0	5	7,3	-	-	7	8,3
Total	-	-	10	100	69	100	5	100	84	100

Fonte: Obitel

Tabela 7a. Duração líquida de capítulos/episódios

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	151	19,1
Média (30'- 60')	323	40,7
Longa (60'+)	319	40,2
Total	793	100

Fonte: Obitel

Tabela 7b. Duração de capítulos/episódios estatal/autônoma (sem intervalos comerciais)

Duração	Capítulos/Episódios	%
Curta (30')	164	9,1
Média (30' - 60')	998	55,4
Longa (60'+)	640	35,5
Total	1.802	100

Fonte: Obitel

Tabela 8a. Época da ficção estatal

Época	Títulos	%
Presente	35	72,9
Passado	12	25,0
Histórica	1	2,1
Outra	-	-
Total	48	100

Fonte: Obitel

Tabela 8b. Época da ficção estatal e autônoma

Época	Títulos	%
Presente	64	76,2
Passado	18	21,4
Histórica	2	2,4
Outra	-	-
Total	84	100

Fonte: Obitel

Este ano, foram emitidos 12 títulos ambientados no passado e uma ficção histórica, o que implica em 3,9 dólares a mais do que em 2009. Pelo contrário, os relatos ambientados no presente diminuem em 2,1% em 2010.

A soma das seis ficções autônomas ambientadas no passado às séries e minisséries estatais (20 títulos) eleva a diferença com 2009 do total estatal e autônomo para 3,4%, que repercute na queda de

1,1% dos títulos ambientados no presente com relação ao ano anterior.

O *ranking* dos dez programas de ficção mais vistos em 2010 reflete a boa acolhida dispensada às séries ambientadas no passado e aos *biopics*, ao mesmo tempo em que confirma o acerto das estreias em uma classificação onde somente repetem três títulos do Primeiro Canal que também figuravam no *ranking* do ano anterior (*Águila roja*, *La señora* e *Cuéntame cómo pasó*). *Águila roja* encabeça a lista pelo segundo ano consecutivo e *Cuéntame cómo pasó* sai do quarto para o terceiro lugar. Os quase 5 pontos que ganha *La señora* nesta ocasião (que passam do sétimo lugar alcançado em 2009 para o segundo de 2010) se devem ao fato de que somente incluem as três últimas transmissões de uma série cujo término havia gerado muitas expectativas.

O *ranking* autônomo apresenta menos novidades que o estatal, com somente quatro títulos de estreia. O seriado andaluz *Arrayán* (575.517 e 17,0%) abre de novo uma classificação metade da qual é integrada uma vez mais pelas ficções da tv3, na qual também entra este ano a série galega da tvG *Padre Casares* (242.933 e 22,4%).

As redes estatais exploram satisfatoriamente novos subgêneros dramáticos (aventuras e fantasia), enquanto as autônomas incluem em 2010 quatro comédias, um gênero que este ano desapareceu dos *top ten* estatais.

Mais uma vez, o amor se transforma no eixo de uma constelação temática povoada de ciúmes, infidelidades, divórcios, manipulações e traições, onde as relações familiares e a amizade também têm uma presença relevante. As questões relacionadas com a política e a luta pela liberdade e a igualdade são as temáticas sociais mais frequentes, propiciadas pela revisão do passado que realiza uma boa parte das séries de época.

Tabela 9a. Os dez títulos mais vistos: origem, formato, *share* estatal

Título	Ideia original ou roteiro	Produtora	TV privada ou pública	Formato	Nome roteirista ou autor ideia original	Milhões	Audiência	Share	
1. <i>Águila roja</i>	Espanha	Globomedia	Pública	Série	D. Écija y J. C. Cueto	5.687.050	13,00	29,0	
2. <i>La señora</i>	Espanha	Diagonal tv	Pública	Série	V. Yagüe	4.887.333	11,1	23,3	
3. <i>Cuéntame cómo pasó</i>	Espanha	Grupo Ganga	Pública	Série	M. A. Bernardeu	4.820.429	11,0	24,7	
4. <i>Félice y Letizia</i>	Espanha	Tele5, Brutal Media	Privada	Mimissérie	J. Onistrell	4.660.500	10,6	22,8	
5. <i>Hispania, la leyenda</i>	Espanha	Bambú Producciones	Privada	Série	R. Campos	4.483.750	10,2	23,6	
6. <i>La duquesa</i>	Espanha	Tele5, Ficcional Media (zzj)	Privada	Mimissérie	A. Hernández e C. Pombero	4.185.500	9,5	22,2	
7. <i>Gran reserva</i>	Espanha	Bambú Producciones	Pública	Série	R. Campos e G. R. Neira	3.922.769	8,9	21,3	
8. <i>El pacto</i>	Espanha	Videomedia	Privada	Mimissérie	S. Mercero	3.770.500	8,6	20,3	
9. <i>El secuestro de Anabel</i>	Espanha	Pedro Costa pc	Pública	TV movie	P. Costa	3.679.000	8,4	18,1	
10. <i>Los protegidos</i>	Espanha	Ida y Vuelta	Privada	Série	D. Madrona e R. García	3.359.385	7,7	18,1	
Total de produções: 10					Roteiros estrangeiros: 0				
100%					100%				
					0%				

Tabela 9b. Os dez títulos mais vistos: origem, formato, *share* autônomo

Título	Ideia ou roteiro	Produtora	Pública ou privada	Formato	Roteirista ou autor ideia original	Milhões	Share
1. <i>Arrayán</i>	Espanha	Linze tv	Pública	Seriado	E. Galdó	575.717	17,0
2. <i>Més dinamita</i>	Espanha	Tricycle	Pública	Sketch	Tricycle	505.154	16,4
3. <i>Ventdelplà</i>	Espanha	Diagonal tv	Pública	Seriado	J. M. Benet i Jornet	502.750	16,9
4. <i>L'alqueria blanca</i>	Espanha	RTVV, Trivisión, Nadir tv	Pública	Série	J. Prats, D. Braguinsky e O. Martí	478.757	21,0
5. <i>La sagrada familia</i>	Espanha	Dagoll Dagom, Media Pro	Pública	Série	A. R. Cisqueña, J. L. Bozzo, Ll. Arcarazo	473.467	15,1
6. <i>Padre Medina</i>	Espanha	Kálida Productuc.	Pública	Série	R. Campos	350.769	10,0
7. <i>Tarancón</i>	Espanha	RTVV, RTVE, Nadie es Perfecto	Pública	Minissérie	A. Hernández, J. Galeano	302.000	13,7
8. <i>Infidels</i>	Espanha	Diagonal tv	Pública	Série	L. Aguilar, E. Baeza, J. Olivares y N. Parera	269.188	9,4
9. <i>Ull per ull</i>	Espanha	Rodar y Rodar, TVC, RTVE	Pública	Minissérie	I. Palmiola y E. Rodrigo	253.000	11,4
10. <i>Padre Casares</i>	Espanha	Voz Audiovisual	Pública	Série	R. Campos, E. Montero e G. Neira	242.933	22,4
Total de produções: 10				Roteiros originais nacionais: 10		Roteiros estrangeiros: 0	
100%				100%		0%	

Fonte: Obitel

Tabela 10a. Os dez títulos mais vistos estatal

Título	Formato	Gênero	Ano produção	Número capítulos	Duração capítulo/episódio	Primeira transmissão	Última transmissão	Faixa horária
1. <i>Águila roja</i>	Série	Aventuras	2010	20	80	7-1-10	4-11-10	Prime time
2. <i>La señora</i>	Série	Drama	2010	3	80	4-1-10	18-1-10	Prime time
3. <i>Cuéntame cómo pasó</i>	Série	Dramedy	2010	7	80	11-11-10	23-12-10	Prime time
4. <i>Felipe y Letizia</i>	Minissérie	Drama	2010	2	75	20-10-10	27-10-10	Prime time
5. <i>Hispania, la leyenda</i>	Série	Drama	2010	8	70	25-10-10	15-12-10	Prime time
6. <i>La duquesa</i>	Minissérie	Drama	2010	2	75	13-4-10	20-4-10	Prime time
7. <i>Gran reserva</i>	Série	Drama	2010	13	70	15-4-10	8-7-10	Prime time
8. <i>El pacto</i>	Minissérie	Drama	2010	2	75	10-1-10	17-1-10	Prime time
9. <i>El secuestro de Anabel</i>	TV movie	Drama	2010	1	85	1-3-10	1-3-10	Prime time
10. <i>Los protegidos</i>	Série	Fantasia	2010	13	75	12-1-10	12-4-10	Prime time

Fonte: Obitel

Tabela 10b. Os dez títulos mais vistos autônomos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número capítulo	Duração capítulo/ episódio	Data primeira transmissão	Data última transmissão	Faixa horária
1. <i>Arrayán</i>	Seriado	Drama	2010	239	30	4-1-10	30-12-10	Prime time
2. <i>Més dinàmica</i>	Sketch	Comédia	2010	13	25	20-1-10	23-6-10	Prime time
3. <i>Ventdelplà</i>	Seriado	Drama	2010	28	55	11-1-10	17-10-10	Prime time
4. <i>L'alqueria blanca</i>	Série	Drama	2010	37	60	03-1-10	26-12-10	Prime time
5. <i>La sagrada família</i>	Série	Comédia	2010	15	55	18-1-10	31-5-10	Prime time
6. <i>Padre Medina</i>	Série	Comédia	2010	13	60	19-1-10	6-4-10	Prime time
7. <i>Tarancón</i>	Minissérie	Drama	2010	2	80	20-12-10	22-12-10	Prime time
8. <i>Infidels</i>	Série	Drama	2010	16	60	14-09-10	28-12-10	Prime time
9. <i>Ull per ull</i>	Minissérie	Drama	2010	2	77	30-4-10	30-4-10	Prime time
10. <i>Padre Casares</i>	Série	Comédia	2010	30	60	4-1-10	27-12-10	Prime time

Fonte: Obitel

Tabela 11a. Temáticas dos dez títulos mais vistos da ficção estatal

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Águila roja</i>	Poder, intrigas políticas, amor, heroísmo.	Luta de classes, dominação, machismo, corrupção política, conflitos de geração, xenofobia.
2. <i>La señora</i>	Amor proibido, religião, costumbrismo, política.	Luta de classes, infidelidade, igualdade sexual, golpe de estado, democracia.
3. <i>Cuéntame cómo pasó</i>	Família, trabalho, amor, ascensão social, política, relações entre vizinhos.	Democracia, igualdade sexual, direitos trabalhadores, conflitos de geração.
4. <i>Felipe y Letizia</i>	Amor, noivado.	Monarquia, desigualdade social, assédio imprensa de focas.
5. <i>Hispania, la leyenda</i>	Poder, intrigas políticas, amor, heroísmo, traição.	Dominação, machismo, corrupção política, escravidão, luta pela liberdade.
6. <i>La duquesa</i>	Amor, família, liberdade.	Luta de classes, convenções sociais, aristocracia, caridade.
7. <i>Gran reserva</i>	Poder, intrigas familiares, segredos, amor, infidelidades.	Rivalidade empresarial, conflitos de geração.
8. <i>El pacto</i>	Amizade, rebeldia.	Gravidez adolescente, conflitos de geração, maternidade.
9. <i>El secuestro de Anabel</i>	Crime, investigação policial, relações familiares.	Sequestro, desigualdade social, repercussão midiática, machismo.
10. <i>Los protegidos</i>	Família, amizade, amor, relações entre vizinhos, poderes sobrenaturais.	Inadaptação, conflitos familiares, medo da rejeição.

Tabela 11b. Temáticas dos dez títulos mais vistos da ficção autônoma

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Arrayán</i>	Turismo, amor, ciúmes, infidelidade, inveja, relações trabalhistas, medo da solidão, divórcio, fracassos amorosos, manipulação, traição, rumores.	Dificuldades trabalhistas, cegueira, incorporação laboral dos idosos, separação de vida laboral e pessoal, imigração, diferenças sociais, gravidez não desejada.
2. <i>Més dinamita</i>	Amor, moda, família, felicidade.	Televício, estigagem, controle político, lei antitabaco.
3. <i>Vénide lplà</i>	Família, amor, ciúmes, divórcio, infidelidade, traição, fracassos amorosos, manipulação.	Violência de gênero, aborto, ecologia, incapacidade, imigração, prostituição, doença, homossexualidade, solidão.
4. <i>L'alqueria blanca</i>	Família, trabalho, amor, relações entre vizinhos, costumbrismo.	Melhoras e conflitos sociais, desigualdade social, luta de classes.
5. <i>La sagrada família</i>	Família, heranças, sexo, férias, infidelidade, divórcio.	Solidão de pessoas idosas, machismo, problemas laborais.
6. <i>Padre Medina</i>	Dupla moral, religião, rumores infundados, conflito entre tradição e modernidade, amor.	Conflitos políticos, conflitos de gerações, avanços religiosos, dificuldades econômicas.
7. <i>Taramón</i>	Poder, intrigas políticas e religiosas, heroísmo.	Conflitos religiosos, transição democrática, avanços políticos.
8. <i>Infidels</i>	Amizade, amor, infidelidade, maternidade, divórcio.	Doença, depressão, solidão, homossexualidade.
9. <i>Ull per ull</i>	Amor, família, assassinato.	Luta de classes, bandoleiros, anarquismo.
10. <i>Padre Casares</i>	Dupla moral, religião, rumores infundados, conflito entre tradição e modernidade, amor proibido.	Conflitos políticos, avanços religiosos, dificuldades econômicas, maternidade, adoção.

Fonte: Obitel

3. A recepção transmidiática

A aliança entre a televisão e a web 2.0 está rejuvenescendo um meio que no início de 2000 perdia espectadores jovens de maneira alarmante e a quem, ao contrário, atrai agora sob a promessa de uma recepção cada vez mais personalizada e de uma crescente interatividade. Assim como no resto do mundo, as redes e as produtoras espanholas gestam suas ficções de maneira paralela à sua extensão pela rede, transformada em um amplificador dos programas.

O impacto da ficção nas redes sociais se evidencia desde a primeira aproximação da página oficial do Facebook dedicada a *El internado*¹⁴, uma série da Globomedia com um *target* do grupo compreendido entre 13 e 24 anos próximo de 40%¹⁵. Tal página faz parte de um conjunto de recursos que o Antena3 desdobra em sua estratégia de promoção do programa e conta com inúmeros links com a web oficial da série, onde são oferecidos vídeos, fotos, entrevistas, concursos e todas aquelas informações consideradas de interesse para os fãs. Do ponto de vista dos internautas, a página facilita um espaço onde os seguidores da série podem expressar suas opiniões e se relacionar com outros usuários que compartilham seu interesse por *El internado*, assim como obter informação relacionada com essa ficção do Antena3.

A principal ferramenta da interação é o que o Facebook denomina “o mural”, um espaço onde podem deixar comentários tanto os coordenadores da página como todas aquelas pessoas que previamente tenham se tornado “amigos” da série. No mural pode-se

14. Sobre a distinção entre página e grupo, ver a própria definição do Facebook em <<http://www.facebook.com/#!/help/?search=groups%20and%20pages>> [Consultada: 24 de janeiro de 2010].

15. *El internado* terminava em 13 de outubro depois de sete temporadas no ar. A série da Globomedia trata sobre um grupo de jovens estudantes do elitista colégio La Laguna Negra, que se veem imersos em estranhas circunstâncias, as quais os instigam a investigar os mistérios da tal instituição.

publicar diretamente fotos e vídeos, mas a própria página dispõe de tópicos especiais para estes conteúdos (tanto oficiais como acrescentados pelos fãs). Também há uma seção dedicada aos eventos organizados por *El internado*, com detalhes sobre a participação e logística, assim como um espaço onde os fãs escrevem suas críticas e resenhas sobre a série e outro tópico com notas de *El internado*.

A ausência de contador não permite determinar com exatidão a média de visitantes da página durante o período observado¹⁶. No entanto, é possível constatar um incremento contínuo no número de seguidores, que continua aumentando inclusive meses depois de finalizada a série. Assim, no dia 5 de outubro de 2010 a web contava com 265.565 seguidores, uma cifra que subia até 288.168 no dia 14 do mesmo mês (o dia seguinte depois do seu final) e que em janeiro de 2011 já superava os 360.000.

As contribuições à página oficial de *El internado* no Facebook podem ser classificadas, de maneira geral, em três grupos: os comentários publicados pelos coordenadores da página; as respostas geradas por tais comentários e, finalmente, os *posts* que os seguidores da página escrevem no mural de forma espontânea.

Durante o período de observação, os coordenadores da página publicaram em seu mural um total de 47 comentários, que suscitaram 13.053 respostas dos internautas (sem incluir os inúmeros “curti”¹⁷ acrescentados sucintamente por muitos usuários). Os *posts* oficiais contêm sempre um link com outra página também oficial (ou outro apartado do Facebook), onde se abriga o conteúdo do que tratam. Esse fato destaca uma certa *função vitrine* por parte

16. Desde o dia 4 a 14 de outubro de 2010, período que abrange a transmissão dos últimos três episódios da série.

17. Cada comentário pode ser respondido através de um novo *post* ou aprovado através de um *click* no botão “curti”. Esta ferramenta possibilita um *feedback* muito rápido, embora o resultado seja uma expressão parcial da situação ao não dispor de uma estratégia equivalente para expressar o desacordo.

da rede social, que neste caso utiliza o mural do programa basicamente como carta de apresentação da série e dos inúmeros recursos gerados pela web 2.0.

Em linhas gerais, os comentários oficiais se dividem em dois blocos, em função de seu potencial interativo: os que incitam a uma participação em maior ou menor grau dos internautas e aqueles que optam por uma vertente mais informativa em torno dos conteúdos da série. O primeiro grupo (participação) inclui *posts* relacionados com diferentes concursos; videoconferências com internautas; solicitações aos seguidores (pedidos de criação de vídeos, troca de avatares e fotos de perfil, etc.); perguntas diretas e, finalmente, comentários realizados em tempo real de forma paralela à transmissão da série pela televisão. O segundo grupo (informação) está integrado por *posts* com vídeos de resumo; chamadas da série; *making of*, episódios completos do programa (grátis ou mediante pagamento); fotos; autopromoção de *El internado* e comunicados oficiais (confirmação de eventos, mudanças de horário, solução de problemas técnicos com algum link, etc.).

O número de pessoas que responde aos comentários em tempo real é muito elevado em comparação com o resto dos *posts* oficiais. Assim, os anúncios de resultados de concursos obtêm entre 24 e 54 respostas e o convite de criar um vídeo recebe 114, enquanto as respostas dos internautas aos comentários em tempo real oscilam entre 401 e 1.476 respostas. Portanto, pode-se inferir que os espectadores utilizam o Facebook para expressar suas opiniões enquanto veem pela televisão os episódios ao vivo, o que confirma a tendência de alta do caráter *multitasking* da recepção (consumo simultâneo de meios de comunicação)¹⁸.

18. Cf. Nielsen (2010). What Consumers Watch: Nielsen's Q1 2010 Three Screen Report. Em: *Nielsen Wire*, 11 junho 2010. [On line] <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/what-consumers-watch-nielsens-q1-2010-three-screen-report/> [Consultada 17 de novembro de 2010].

Como não se apreciam diferenças significativas nas respostas aos *posts* espontâneos (uns 4.000 aproximadamente)¹⁹ e aos comentários oficiais, é possível incluí-las em uma mesma tipologia de comentários publicados pelos internautas na página de *El internado*, embora as primeiras costumem estar relacionadas com o conteúdo proposto pelos coordenadores. Por conseguinte, foram identificados oito tipos de comentários em função de sua temática: atores, história, horários, links publicados por fãs, personagens, publicidade, de caráter programático e outros comentários. Sem dúvida alguma, a história da série é a temática que suscita um maior interesse e atrai uma grande parte dos *posts*, seguida muito de perto pelos personagens. As características próprias de *El internado* (um *thriller* de mistério) e do período examinado (o final) originam grande abundância de comentários sobre o término do programa. Nos dias anteriores à transmissão do último capítulo as conversas dos internautas giram principalmente em torno de como se resolveriam as incógnitas colocadas, enquanto, uma vez resolvida a trama principal, os comentários mostram a concordância ou não dos usuários com as soluções dos roteiristas. Por conseguinte, um dos temas mais comentados foi a morte de Fermín (Raúl Fernández), um dos personagens mais apreciados pelos espectadores:

Laura Gonzalez Hernandez *ooohh que bonito final pena que fermín depois de tudo o que fez morra mas bom ficou como um herói e tudo teve um final emocionante*

14/10, 19h22

19. Diferentemente dos comentários oficiais e suas réplicas, o Facebook não dispõe de nenhum tipo de contador dos *posts* espontâneos, motivo pelo qual se realizou um cálculo estimativo de uma mostra de 50 páginas do total de 730 recolhidas (com uma média de seis comentários por página).

Os internautas também discutem frequentemente alguns aspectos da série que lhes suscitam dúvidas ou que lhes parecem pouco coerentes:

Jose Diaz Muñoz *O final foi bom, mas... houve muitas falhas que não me agradaram nada... como o disparo de Marcos no braço... que depois não tem nada!!! também não gostei da forma de encontrar o celular do Roque, pois este deveria ter se apresentado a Julia e não ficar como o mau malvadíssimo!! e a morte do Fermín!!! toda... a série como Mcgyver que não morria nunca!! e no final morre com uma faquinha da forma mais boba!! e claro... NÃO ENTENDO A COISA DOS ARQUIVOS SECRETOS!!! como aparecem pessoas que estavam mortas, pensei que estariam congeladas numa dessas máquinas... e no final eram ressuscitadas!! ou algo assim!!! enfim o final foi bom, mas... PODERIA TER SIDO MELHOR!!!*

14/10, 20h23

De fato, a confusão em torno de *Los archivos secretos de El internado* é um dos temas recorrentes nos discursos dos telenautas que vale a pena destacar, já que demonstra a importância das narrativas transmidiáticas no consumo de ficção atual. Trata-se de um programa especial integrado por 17 episódios de uns 20 minutos de duração, que precediam a cada capítulo de *El internado*, onde alguns personagens eram interrogados um ano depois do ocorrido durante a série. Os espectadores fiéis a esta extensão do programa sabiam que se tratava somente das alucinações de um de seus protagonistas. Em compensação, os que só a seguiam parcialmente se viram induzidos a acreditar que alguns personagens sobreviveriam ou inclusive voltariam à vida, já que apareciam dando depoimento em *Los archivos secretos de El internado*.

Alguns comentários relacionados com as extensões da série na web 2.0 têm caráter pragmático. Trata-se de observações relacionadas com elementos que transcendem a ficção propriamente

dita, como por exemplo a participação em concursos e em eventos organizados em torno de *El internado*. Com relação aos comentários sobre os atores, cabe destacar que eles costumam expressar admiração, o que não impede encontrar às vezes opiniões adversas. Os *posts* sobre horários e publicidade geralmente estão ligados e é frequente que se refiram tanto ao excesso de anúncios como ao conseguinte prolongamento do tempo de transmissão que a introdução da publicidade implica. Há inclusive quem manifeste sua preferência pelo consumo através da internet para evitar os cortes publicitários:

***Cristina Collazos** com tanto anúncio dá vontade de trocar de canal e esperar para ver na web, pq além disso se for fraquinho como o da semana passada...*

4/10, 22h46

O número de links publicados pelos usuários é relativamente baixo em relação ao número total de comentários (apenas várias centenas de links frente a 17.000 *posts*). Uma parte desses links remete a outras webs relacionadas com a série (oficiais, de fãs, de informação sobre ficção televisiva etc.). Em outros casos, constituem links para alguma página para baixar (legais e ilegais), mas também há muitos outros links de spam e de autopromoção, enquanto os comentários classificados como “outros” incluem desde o spam até pedidos de amizade no Facebook, passando por questões sobre os cenários de filmagem etc. Pelo contrário, há muito poucos *posts* que tratem de temáticas sociais, talvez porque o conteúdo de uma série sustentada sobre o mistério e a intriga, que não se confronta com o mundo empírico do espectador, convida mais a especular sobre a resolução das diferentes tramas do que sobre qualquer outro tipo de questões.

A validação do conteúdo por parte do usuário se produz, em primeira instância, quando uma pessoa decide apertar o botão “cur-

ti” para fazer parte de uma página do Facebook. Nesse sentido, é preciso salientar que a maioria dos seguidores da web de *El internado* avalia a série de forma positiva. No entanto, pode haver discrepâncias em relação a determinadas tramas concretas, sobretudo em relação ao controvertido final do programa (com a mencionada morte de Fermín) e a resolução de um argumento relativamente complexo que não podia satisfazer a todo mundo²⁰.

No tocante à interação entre os usuários, observa-se que apesar de haver certo *feedback* entre os internautas, os diálogos se produzem mais de forma pontual e o número de interações deste tipo costuma ser reduzido. Consequentemente, “o mural” da página de *El internado* se assemelha mais a um painel de cortiça, onde cada um vai pendurando o que lhe parece oportuno, e não uma verdadeira conversa coerente. Assim, por exemplo, as mesmas perguntas (sobretudo em relação à história e aos concursos) se repetem uma vez ou outra, embora já tenham sido respondidas previamente, e poucas vezes se dedica tempo a comprovar se as inquietudes de um já têm resposta.

Concluindo, pode-se afirmar que “o mural” do Facebook age exatamente como o que é, uma vitrine onde se penduram as opiniões dos espectadores, pedem-se informações ou se publicam dados oficiais que podem interessar aos seguidores da ficção. A página de *El internado* é um lugar de encontro para pessoas que compartilham um mesmo interesse (a série), o que nem sempre implica que se produzam interações entre os usuários, além da resposta a uma pergunta pontual.

20. A suposta morte dos pais de um dos protagonistas dá margem a que um grupo de jovens comece a indagar sobre os estranhos acontecimentos ocorridos em *El internado*. Assim, revelarão a conspiração de uma multinacional farmacêutica financiada por antigos nazistas para criar um vírus letal capaz de destruir o mundo em apenas alguns dias. No transcorrer de sua investigação, os jovens descobrirão que não podem confiar nem em seus próprios amigos, e que poucas pessoas são realmente quem dizem ser.

Em termos gerais, nada parece indicar que os discursos dos internautas marquem algum tipo de pauta em relação aos diferentes temas que comentam, mas que mais se estruturam em torno da reiteração de determinadas temáticas repetidas de forma cíclica e que, embora às vezes encontrem respostas, costumam cair rapidamente no esquecimento. No entanto, a preeminência deste tipo de intervenções poderia resultar, ao menos em parte, de um condicionante técnico derivado das próprias limitações estruturais da rede social, que impede uma busca ágil dos *posts* antigos. Por isso, enquanto a possibilidade de se expressar constitui um elemento fundamental desta página, a interatividade fica esfumada entre a grande quantidade de comentários e a falta de organização dos discursos dos usuários.

4. O mais destacado do ano

Águila roja encabeça pelo segundo ano consecutivo o *ranking* da ficção espanhola, com resultados de audiência tão extraordinários que inclusive melhoram os de 2010. A média de 5.687.050 espectadores obtida nos 20 episódios transmitidos nesta ocasião (sete da primeira temporada e 13 da segunda) significou para o Primeiro Canal um *share* de 29,0%, 13 pontos acima da quota de tela da rede. Transformada na melhor estreia de ficção desde 2005, *Águila roja* acumula um farto currículo, tanto nacional quanto internacional, e rejuvenesce o público adulto do primeiro canal estatal com quase 40% de espectadores de idades compreendidas entre 25 e 44 anos, que seguem as aventuras de um professor do século XVII transformado em justiceiro. Mas esta produção da Globomedia não só é líder de audiência como também pioneira em explorar o gênero de aventura ambientado no passado.

Depois da estrela de *Águila roja*, o Antena3 estreava em 25 de outubro *Hispania, a legenda*, uma série ambientada na conquista romana da península ibérica e centrada inicialmente em torno de

Viriato, um caudilho que combateu os romanos na zona compreendida entre rios Duero e Guadiana. A estreia de *Hispania* protagonizou uma singular dança de datas na grade do Antena3, fugindo do confronto direto com a minissérie do Tele5, *Felipe y Letizia*. Finalmente, a decisão da rede da Planeta de transmitir o primeiro episódio sem publicidade situou *Hispania* quase 2 pontos acima da minissérie sobre os príncipes de Astúrias e os oito episódios da primeira temporada obtiveram uma média de audiência de 4.483.750 espectadores (23,6%).

A boa estrela da TVE em 2010 voltava a brilhar com a substituta de *La señora*, *Gran reserva*, depois da despedida definitiva da primeira em janeiro, com a morte de sua protagonista e a promessa de um *spin of* em 2011 (14/4, *La República*). *Gran reserva* é uma série de estrutura capitular, ambientada nos vinhedos da Rioja Alta; uma espécie de *Falcon Crest a la espanhola*, enfeitado com alguns ingredientes prototípicos das *soap operas*. Apesar de não encaixar nem com o afã dos relatos do passado que caracterizam a ficção espanhola deste ano, nem procurar o *target* juvenil tão cortejado pelas redes privadas, a série da Bambú Producciones ficou em quinto lugar no *ranking* anual, com 3.922.769 espectadores (21,3%).

Los protegidos (Antena3) é, junto com *Hispania*, *la legenda* e *Gran reserva*, a terceira e última série de estreia que triunfa no ano com mais minisséries e *TV movies* da história da ficção estatal²¹. Trata-se de um *dramedy* fantástico familiar que compensou o Antena3, ao menos em parte, do término de *El internado*, em 13 de outubro e do desgaste de *Física o Química*, depois de seis temporadas, com 3.359.385 espectadores (18,1%) e o décimo lugar da classificação anual. Os protegidos a quem o título da série se refere são um gru-

21. As incursões das televisões espanholas estatais nos chamados “gêneros nobres” da ficção televisiva até 2007 eram mais episódicas. Em 2008, as três grandes redes ofereceram sete minisséries (de um total de 47 títulos). Em 2009, estrearam 13 minisséries e *TV movies* (de um total de 56 títulos), enquanto as minisséries e *TV movies* sobem para 16 em 2010 (de um total de 48 títulos).

po de meninos, adolescentes e jovens com poderes sobrenaturais, que permitem a esta produção da *Ida y Vuelta* desdobrar todo um conjunto de efeitos especiais muito do agrado do *target* ao qual se dirige, de acordo com a quota de tela superior a 40% entre os espectadores de 4 a 24 anos com os quais conta.

Apesar de o rendimento médio das minisséries e *TV movies* ter sido satisfatório, os resultados de audiência obtidos estão muito longe de ser homogêneos. Dois *biopics* do Tele5, *Felipe y Letícia* (4.660.500 espectadores e 22,8%) e *La duquesa* (4.185.500 espectadores e 22,1%), situam-se respectivamente na quarta e na sexta posições do *top ten*, que também incluem duas histórias inspiradas em fatos reais, *El pacto* (3.770.500 espectadores e 20,3%) e *El secuestro de Anabel* (3.679.000 espectadores e 18,1%). A única minissérie do Tele5 que não havia tido sucesso em 2010 foi *Vuelo IL814*, cuja média de 1.532.500 espectadores (9,6%) não permitiu à rede rentabilizar o investimento realizado, nem muito menos compensar a polémica subida causada pela recordação de um fato tão funesto e relativamente recente, no qual pereceram 191 pessoas²².

Os resultados de audiência das cinco minisséries e a *TV movie* do Antena3 não foram tão bons como os do Tele5, apesar da exploração dos diferentes gêneros e subgêneros em voga realizada pela primeira, desde o *biopic* (*Raphael*), até o drama com pano de fundo histórico (*La princesa de Éboli*), passando pela intriga (*La piel azul*), a fantasia (*No soy como tú*) ou a adaptação de formato (*El gordo*)²³. Nem sequer a *TV movie* baseada na inesquecível *sitcom* dos anos 90, *La última guardia*, figura no *ranking* dos dez programas mais vistos do ano, embora encabece a classificação dos formatos nobres do Antena3 e se transforme no terceiro programa mais visto desta

22. A minissérie *Vuelo IL8714* reconstrói o acidente do avião da Spanair que fazia a rota entre Madri e Las Palmas de Gran Canária, ocorrido em agosto de 2008.

23. *El gordo* é a adaptação da canadense de seis capítulos *Les Lavigueur* (CBC).

rede (com 3.122.000 espectadores e 16,2%), depois de *Hispania, la legenda* e *Los protegidos*.

A dificuldade do Antena3 para conseguir o público adulto foi, provavelmente, uma das razões do pouco enraizamento de suas minisséries, um formato que não parece atrair excessivamente os espectadores jovens inclusive quando se dirige especificamente a eles, de acordo com 1.154.500 espectadores (9,7%), obtidos pelos vampiros juvenis de *No soy como tú*. Mas a rede privada tampouco teve sorte com *La princesa de Éboli* (2.628.000 espectadores e 15,4%), uma história ambientada no reinado de Felipe II e interpretada por Belén Rueda. Pior ainda foi *Karabudjan* (1.846.000 espectadores e 11,1% de *share*), um policial trepidante de seis capítulos, filmado entre a Espanha e a Colômbia e protagonizado por Hugo Silva, o ator fetiche de *Los hombres de Paco*.

Contrariamente ao sucesso das séries do Primeiro Canal e Antena3, este formato é o que menos satisfações deu ao Tele5, em um ano em que também se esgotaram seus batidos *sketches* de acesso ao *prime time*. Assim, a ambiciosa *Tierra de lobos*, uma espécie de *western* do século XIX sobre dois irmãos pistoleiros, situa-se em décimo nono lugar da classificação anual, com uma média de 2.842.231 espectadores (15,9%) nos 13 episódios de sua primeira temporada. *Supercharly*, a incursão do Tele5 na *fantasy* com uma comédia protagonizada por um homem que possui poderes especiais, obteve somente 1.026.200 espectadores (9,2%). Além disso, este ano se confirmou o irremediável desgaste de *Aída* (depois de oito temporadas e incontáveis reprises), que cai do quinto posto para o décimo segundo do *ranking* anual com 3.178.813 (17,4%), e a longeva *Hospital Central*, que se situa no lugar de número 30, com 2.213.375 espectadores (14,3%).

O Cuatro continua sem acertar com a ficção própria e viu reduzida quase à metade a audiência de sua série estrela, *Hay alguien ahí*, que passa de 1.818.000 espectadores (10,3%) de 2009 para os 712.167 (6,0%) de 2010. Um baque espetacular comparável ao

de suas duas únicas estreias do ano, *La isla de los nominados*, uma comédia sobre os sobreviventes de um *reality show* (670.613 espectadores e 5,6%) e *Valientes*, adaptação da homônima série argentina sobre três irmãos que planejam se vingar de quem os tinha separado quando eram crianças (518.074 espectadores e 3,9%). O LaSexta, que tampouco acaba de decolar com suas apostas *low cost*, mantém a audiência do ano passado em suas únicas incursões na ficção em 2010: ¡*Qué vida más triste!* (559.135 espectadores e 5,4%) e *La tira* (404.661 e 4,1%).

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisada

O debate sobre a qualidade da televisão se fortalecia, a partir dos anos 80, com uma segunda idade de ouro da ficção televisiva inaugurada simbolicamente com o legendário drama policial *Hill Street Blues* (NBC, 1981), pedra angular na renovação de um macrogênero que acabaria se transformando na ponta de lança da televisão do século XXI. Na Espanha, a tardia consolidação da produção doméstica na segunda metade dos anos 90 e a lenta evolução dos diferentes gêneros e formatos da ficção televisiva, dominados durante mais de uma década pela comédia familiar, culminam neste ano com uma oferta de ficção mais custosa e mais bem articulada, epicentro de toda uma constelação transmidiática em busca de um *target* cada vez mais definido. Assim, embora a expansão da TDT não tenha revertido, até o momento, na diversificação da oferta e inclusive caiba esperar que as fusões exacerbem ainda mais a competitividade, o conjunto das produções espanholas transmitidas em 2010 oferece não poucos indícios de qualidade.

O cineasta colombiano Sergio Cabrera dirige a única ficção histórica do período, *Adolfo Suarez, el presidente* (Antena3), uma biografia de impecável elaboração sobre o primeiro presidente da democracia espanhola, estruturada a partir da frustrada tentativa

de golpe de estado de 23 de fevereiro de 1981. Diferentemente dos outros quatro *biopics* do período (*La duquesa*; *Alfonso, el príncipe maldito*; *La princesa de Éboli* e *Raphael*), Cabrera incorpora material de arquivo e reflete sobre o papel de Suarez no decisivo período da história espanhola que relata. Ao contrário, o aval de Cayetana Fitz-James Stuart, duquesa de Alba, à primeira parte de sua biografia, repercute indubitavelmente no caráter romanceado da mesma, se bem que os magníficos cenários do Palácio de Liria, cedido por sua proprietária para a ambientação de *La duquesa* (Tele5), oferecem um inegável valor acrescido a esta produção da Ficciona Media.

Diferentemente dos programas dos anos 90, que recorriam sistematicamente ao *star system* cinematográfico para prender o espectador, Belén Rueda é, desta vez, a única grande estrela do celuloide espanhol que protagoniza uma das estreias do ano, *La princesa de Éboli*. Como era de se esperar, a atriz faz com perfeição Ana de Mendoza, influente mulher da corte de Felipe II, em uma produção de elegante encenação e sofisticada realização, assinada pela Antena3 Films (a produtora cinematográfica do grupo Antena3) e Notro Televisión. Outras interpretações femininas, como por exemplo a da juíza Inês Ballester, de *Acusados* (Blanca Portillo), ou a de Sofia Reverte (Ángela Molina) de *Gran reserva*, realizam a crescente complexidade das mulheres da ficção espanhola, que em 2010 valeu a Ana Duato o prêmio ACE 2010 (entregue em Nova York) ao personagem feminino do ano por seu papel de Mercedes Alcântara em *Cuénteme como pasó*.

O sucesso de audiência de *Águila roja* mitiga, sem dúvida, as críticas da heterodoxa recriação do século XVII que realiza. No entanto, seus espetaculares resultados de audiência não impediram transformá-la em objeto de uma ácida polêmica sobre a inconveniência de que uma rede pública financie um produto tão caro, depois da publicação, em fevereiro, de um artigo do jornal *El País* orçando o custo da série em aproximadamente 2 milhões de euros por episódio. A produtora Globomedia justificava o investimento

assegurando que o informe da Intervenção Geral da Administração do Estado, ao que remetia o *El País*, só havia tomado como referência a importância das duas primeiras transmissões, faturadas como se se tratassem de *TV movies*²⁴. Seja como for, este tipo de diátribe não é novo na TVE, que também foi criticada em inúmeras ocasiões pelos elevados custos de *Cuénteme como pasó*, a série do grupo Ganga ambientada na transição espanhola, cujas 12 temporadas de transmissão acumulam mais prêmios e distinções que nenhum outro programa espanhol de ficção.

Apesar de o Antena3 reconhecer que *Hispania, la leyenda*, é uma série cara, as diferenças entre o investimento realizado na série da Bambú Producciones e *Águila roja* saltam à vista. Daí que, apesar da qualidade dos roteiros e da convincente interpretação dos atores de *Hispania, la leyenda*, a ambientação e a encenação sejam mais modestas. O mesmo se poderia dizer de *Tierra de lobos*, uma ambiciosa produção de Juan Carlos Cueto, traquejado como roteirista e produtor executivo em *Águila roja* e *El internado* (entre muitas outras séries da Globomedia), antes de dirigir sua própria produtora (Multipark Ficción). Daí que, sem se tratar de um fator excludente, o investimento econômico possa chegar a ser tão determinante na produção da ficção televisiva como na cinematográfica, derivado do inevitável freio à experimentação que supõe a maior standardização do processo produtivo do primeiro meio em relação ao segundo.

Junto com o drama histórico, as ficções ambientadas no passado e a introdução de novos gêneros (aventuras em *Águila roja* ou *Tierra de lobos*; mistério em *El internado* ou *Hay alguien ahí*; fantasia em *Los protegidos*, etc.), a multigeneralidade começa a ser

24. A TVE renegociou com a Globomedia o orçamento da terceira temporada de *Águila roja* à razão de 800.000 euros por episódio, mas só se a audiência superasse 22% de *share*. Ver <<http://www.publico.es/televisionygente/346276/aguila-roja-luchara-otra-temporada-en-la-l>> [Consulta 22 de fevereiro de 2011].

uma característica dos programas dirigidos a conjugar a recepção familiar com a expansão do *target* jovem (*Los protegidos*). Depois da experiência de *El internado* e *Física o Química*, as redes potencializam os diferentes recursos da web 2.0 para poder destinar ao público juvenil uma recepção mais personalizada, oferecendo os programas *in streaming* e um canal de retorno com múltiplas opções de interatividade, desde os fóruns nas páginas e os blogs oficiais ou os perfis dos programas em redes sociais até as *fast play series* dos videogames on-line de *El internado*, *Águila roja*²⁵, *Hispania, la leyenda* etc. Em maio, o seriado do Primeiro Canal, *Amar en tiempos revueltos*, transformava-se na primeira ficção espanhola que se podia ver ao vivo na web da TVE, o que permite envolver os usuários em tempo real mediante a inserção de comentários no Facebook e Twitter. O Tele5 protagonizava, em setembro, outra iniciativa pioneira, ao oferecer em *première* on-line um resumo de 35 minutos do episódio de estreia de *Tierra de lobos*²⁶.

Enquanto se experimenta com a televisão em movimento através dos celulares, *tablets*, videoconsoles etc., o investimento na melhora da qualidade da imagem através do televisor também está sendo notável. Assim, os seriados foram se somando, em 2010, às outras produções realizadas em formato panorâmico e cada vez são mais as séries, minisséries e *TV movies* gravadas em HD com duas câmeras Red One, com o objetivo de produzir uma imagem digital de última geração que permita obter a maior qualidade possível da alta definição. Em maio, o Anena3 anunciava a gravação do primeiro episódio da terceira temporada de *Los protegidos* em 3D, embora

25. *Águila roja* obteve, em 2010, a Rose d'Or pelo melhor conteúdo multiplataforma, na 50ª edição do festival celebrado na cidade suíça de Lucerna.

26. A intensa campanha promocional de *Tierra de lobos*, destinada inicialmente a competir com *Hispania, la leyenda*, incluía uma aplicação habilitada na página da série no Facebook para personalizar o cartaz ("Procura-se" com o qual a rede havia empapelado as cidades espanholas).

se tratasse de uma versão especial que por ora só foi pensada para ser projetada nas salas de cinema.

Finalmente, cabe ressaltar que a expansão das séries de profissões a partir do final dos anos 90 veio cimentando uma crescente sensibilização para com as temáticas sociais, propostas desde os primeiros seriados da rede catalã tv3. Depois da promoção da mulher, a integração dos imigrantes ou os casamentos *gays*, a introdução de um desinibido jovem paraplégico (depois de um acidente de moto) na sexta temporada de *Física o Química* (Antena3) complementa-se neste ano com a insistência na promoção dos valores democráticos, na crítica à luta de classes, na reflexão sobre o papel dos meios de comunicação etc. Decididamente, a aposta pelo grande formato e pelas séries ambientadas no passado se transforma, em 2010, no sinal de uma oferta de ficção própria mais madura, que associa sistematicamente os relatos com a função pragmática da narratividade.

ESTADOS UNIDOS: CRESCIMENTO, REESTRUTURA E DIVERSIFICAÇÃO DA TELEVISÃO HISPÂNICA

Juan Piñón¹

1. O contexto audiovisual do país

Em 2010, o desenvolvimento da indústria da televisão latina nos Estados Unidos pode ser caracterizado por quatro tendências importantes: crescimento, reestruturação, digitalização e diversificação. Crescem a audiência, os lucros de publicidade e também o número de redes com presença em nível nacional. São produzidas importantes reacomodações corporativas que incluem um novo acordo entre a Televisa e a Univisión, a renúncia do CEO da Univisión e a mudança de CEO na Azteca América. As redes fortalecem sua oferta de programação através de seus portais de internet e com isso suas opções de interatividade em telefonia celular. Consolidam-se as estratégias de conteúdos dirigidos a latinos bilíngues e/ou anglofalantes, ou de serviços bilíngues nas redes existentes. O cresci-

1. Em nome do Obitel quero estender novamente meu profundo agradecimento a Douglas Darfield Senior, vice-presidente da Multicultural Measurement da Nielsen Media Research por apoiar a elaboração deste Anuário e por sua inestimável colaboração na pesquisa no campo da televisão hispânica dos Estados Unidos. Este capítulo também só foi possível graças à colaboração de Linnete Manrique e Tanya Cornejo, estudantes da pós-graduação no Departamento de Meios, Cultura e Comunicação da Universidade de Nova York.

mento da indústria da televisão latina é majoritariamente provocado pelo contínuo crescimento do poder de compra dos hispânicos, assim como pelo rápido e sustentado crescimento de sua população em comparação com outros grupos sociais nos Estados Unidos.

Redes privadas (5)
Azteca América
Estrella tv
Telefuturo
Telemundo
Univisión

Os dados do Censo de população de 2010 mostraram que mais da metade do crescimento da população dos estados entre 2000 e 2010 foi graças ao aumento da população latina (us Census, 2010). Os latinos cresceram 43%, de 35 milhões em 2000 para 50,5 milhões em 2010, representando 16,3% da população nos Estados Unidos. Enquanto o resto dos grupos em conjunto cresceu uma média de 5%. Em termos de natalidade, já em 2008 o Pew Hispanic noticiava mudanças drásticas nas tendências demográficas da população latina, entre as quais destacam que 61,9% dos hispânicos nasceram nos Estados Unidos; 62,7% são competentes no idioma inglês, com uma idade média de 27 anos e uma renda média de 41,754 dólares ao ano (Pew Hispanic, 2008). Essas mudanças demográficas destacam o desafio que a indústria dos meios em espanhol pode enfrentar diante de uma população que cada vez fala mais inglês ou tem competências bilíngues. Também se destaca o crescente poder aquisitivo dos latinos, que superou o bilhão de

dólares em 2010 (Global, 2010)². Renda, idade e competência no idioma foram fatores que moveram as decisões dos meios hispânicos, particularmente da televisão e de seus anunciantes. Esses dados impactaram visivelmente em 2010, tanto no crescimento da indústria em audiência e em renda de publicidade, mas também no campo de sua diversificação e nas novas opções de meios bilíngues e em inglês para os hispânicos dos Estados Unidos.

1.1. Crescimento da indústria da televisão latina

A corporação de meios Univisión se coloca como a rede ganhadora em termos do crescimento de suas audiências em 2010. Baseado nos dados de Nielsen e suas medições do outono de 2010, o grande ganhador foi a Univisión e as televisões em inglês as grandes perdedoras. O informe anual financeiro da Univisión destaca que o segmento de 18 a 49 anos ganhou 13% de audiência enquanto a faixa de 18 a 34 incrementou sua audiência em 11% em contraste com as redes em inglês ABC, CBS, NBC, FOX e o CW, que perderam audiências nos mesmos segmentos demográficos. A rede manteve sua posição como a quinta em *prime time*, em qualquer idioma, nos segmentos de 18 a 49 e de todos os telespectadores maiores de 2 anos (Univisión, 2011).

O crescimento também se deu no terreno das rendas líquidas da empresa. 2010 foi um bom ano para a Univisión, resultado do combinado efeito das verbas obtidas pela transmissão da Copa do Mundo 2010, o crescimento de suas vendas de publicidade em sua programação em geral e o aumento de honorários por assinatura. Em seu informe anual, a empresa relatou um incremento em sua renda líquida

2. Embora em espanhol *um millón de millones* seja um bilhão, em inglês *um millón de millones* são um trilhão (*a trillion*), motivo pelo qual as notícias em espanhol falam de um bilhão de dólares enquanto em inglês falam de um poder aquisitivo dos latinos de um trilhão de dólares.

da ordem de 13,8% ao obter uma entrada de 2,245 milhões de dólares em 2010, superior aos 1,972 milhão de 2009 (Univisión, 2011).

A rede de televisão Telefuturo, também de propriedade da Univisión Communications Inc, informa avanços significativos em preferências de audiências e estabeleceu uma guerra pela segunda posição na televisão hispânica com a Telemundo. Em 2010, a Telefuturo se posicionou como a rede número 2 nos horários matutinos, no horário de dia durante a semana e no fim de semana. A rede anuncia crescimentos de dois dígitos de sua audiência nos segmentos demográficos dos telespectadores totais 2+, adultos 18-49 e adultos 18-34 (Univisión, 2011).

A Telemundo, empresa de propriedade da National Broadcasting Corporation (NBC), também viu crescer sua audiência em 2010. A rede Telemundo e sua rede a cabo Mun2 viram aumentar sua audiência graças à produção de suas telenovelas originais e a transmissão das partidas de futebol da liga mexicana. A estratégia da Telemundo baseada no incremento da produção de ficção começa a dar frutos à rede em audiência na Unión Americana, mas também graças à aceitação de suas telenovelas em nível internacional. Em 2010, a Telemundo continuará apostando no *prime time* em *remakes* baseados em telenovelas de comprovado sucesso: *Perro amor* (Cenpro tv e Canal Uno, Colômbia), *El fantasma de Elena* (original *Julia* de RCTV, Venezuela), *El clon* (tv Globo, Brasil), *¿Dónde está Elisa?*, *Alguien te mira* e *Los herederos del monte* (as três últimas da Televisión Nacional de Chile, tvN). A decisão da Telemundo de transitar de distribuidor a produtor de programação colocou a rede em uma posição de oportunidade única para desafiar a hegemonia exercida pela Univisión no mercado hispânico das telenovelas. Desde que a Telemundo lançou seus esforços por incursionar no mercado de produção e vendas, a produção de ficção aumentou para uma média de 1040 horas ao ano (Winslow, 2011).

A Azteca América, rede subsidiária da tv Azteca nos Estados Unidos, cresceu também em verbas e audiências. As vendas totais

da Azteca América em 2010 alcançaram os 881 milhões de pesos, que significaram um aumento de 10,5% em relação aos 797 milhões de pesos de 2009 (tv Azteca, 2011). Enquanto as vendas totais da tv Azteca, corporação proprietária, foram de 11,554 milhões de pesos. Assim, as rendas da Azteca América significaram 13,11% das vendas totais de sua corporação mãe, do México (tv Azteca, 2011). A tv Azteca é uma das empresas do grupo Salinas, a qual teve, em 2010, lucros de 4,5 milhões de dólares (Grupo Salinas).

A Azteca América também cresceu em cobertura. Em junho de 2010 anuncia a criação de seu próprio grupo de emissoras de televisão, integrado por emissoras de potência plana em Los Angeles, Nova York, Miami, São Francisco e Chicago (PR Newswire, 2010a). É preciso lembrar que a rede da Azteca América é integrada por diferentes grupos de emissoras de televisão, entre os quais destacam Pappas Telecasting, proprietário da emissora de Los Angeles, KAZA 54; Una Vez Mas (UVM), McGraw Hill e Bustos Media.

A Estrella tv é lançada com cobertura nacional, em outubro de 2009. A rede, de propriedade de Liberman Broadcasting (LBI), é constituída por sete emissoras de propriedade da LBI, em associação com os grupos de emissoras de televisão Tribune Broadcasting, Sinclair Broadcasting, Titan Broadcasting e Belo Cop, cobrindo 24 mercados em nível nacional (*Marketing Weekly News*, 2009). A partir de março de 2010, a Estrella tv se une às medições levadas a cabo por Nielsen Research Company, que informa o Índice Nacional de Televisão (NTI), com as grandes redes em inglês, mas também junto às outras televisões hispânicas: Univisión, Telefutura, Telemundo e Azteca América (*Portada*, 2010).

1.2. A reestruturação da indústria da televisão hispânica

A indústria da televisão hispânica sofreu uma série de reacomodações corporativas e institucionais derivadas da troca de proprietário de alguns meios; novos acordos legais e institucionais;

e trocas importantes de executivos de primeiro nível em todas as redes. A primeira reacomodação importante da indústria foi ocasionada pela compra da NBC-Universal pelo gigante do cabo e da internet, Comcast³. Um dos movimentos iniciais como resultado dessa operação foi o anúncio, em setembro de 2010, da nomeação de Steve Burke, COO da Comcast, como o novo CEO da NBC-U, tomando o lugar que era ocupado por Jeff Zucker (CBS News, 2010, set., 27). Dan Brown se manteve como CEO Telemundo, mas no início de 2011 se anunciou a nomeação de Joshua Mintz como o novo vice-presidente executivo de entretenimento da Telemundo (*Entertainment Newsweekly*, 2011)⁴.

A segunda reacomodação importante é a sofrida pela rede Azteca América, instituição que em um só ano nomearam e trocaram de posição os mais altos executivos de sua rede que incluíram seu diretor executivo (CEO), o vice-presidente de produção e o gerente de programação. As trocas demonstram intenção de romper a inércia em que a rede havia estancado desde 2007, mas ao mesmo tempo mostram a estreita relação e dependência estrutural-corporativa da Azteca América com a tv Azteca. Em julho de 2010, anunciou-se a nomeação de Sergio Romero como novo gerente de programação (PR Newswire, 2010b). No início de 2010, nomeou-se Roberto Romagnoli como vice-presidente de produção e entretenimento da Azteca América que, ao mesmo tempo, continuará atuando como diretor de produção e entretenimento da rede matriz tv Azteca (*Entertainment Newsweekly*, 2010b). No início de 2011, nomeou-se

3. A Comcast é uma empresa distribuidora de televisão a cabo e um crescente negócio de serviço de internet que informou em 2010 renda de 38 bilhões de dólares (Comcast, 2011).

4. Joshua Mintz trabalhou para a Televisa, Univisión e Azteca América e essa trajetória lhe possibilitou trazer para a Telemundo grandes talentos da comunidade mexicana e latino-americana como Victoria Ruffo, Edith González e Kate del Castillo.

Martin Breidsprecher como diretor executivo (CEO) da Azteca América (PR Newswire, 2011)⁵.

A Univisión também levou a cabo uma reestruturação de seu organograma corporativo em 2010. Para março de 2010 realiza a centralização das áreas de notícias e entretenimento. Nomeia-se Alina Falcon sob o novo posto de presidenta de notícias da Univision Communications. Além disso, cria-se a presidência de entretenimento da rede Univisión a cargo de Luis Fernández, que também supervisionará a recém-criada divisão da Univisión Studios (Univisión, 2010). Este movimento enfatiza a intenção da rede de se transformar em um novo produtor de telenovelas no âmbito hispânico⁶. No entanto, essas mudanças corporativas alcançarão um momento crucial com a renúncia de José Uva, presidente e diretor executivo (CEO) da corporação, em março de 2011 (Edgecliffe-Johnson, 2011).

Mas o impacto mais importante para a indústria da televisão hispânica foi o novo convênio de programação entre a Televisa e a Univisión, firmado em 6 de outubro de 2010. Este acordo colocava fim a cinco anos de disputas legais entre ambas as companhias e marcava o retorno da Televisa como sócio-proprietário minoritário da Univisión e a renovação e extensão do Contrato de Licença de Programação (PLA), que estará vigente até 2025 (Young e De la Fuente, 2010) (ver 4, O mais destacado do ano).

1.3. Digitalização e meios móveis e interativos

O esforço por ampliar a distribuição de conteúdos e as possibilidades de comercialização através de novas plataformas digitais e

5. Breidsprecher atuava como diretor de operações (COO) e se atribuiu a ele o plano de redução de produção de conteúdos e de austeridade da Azteca América que acabou por alcançar bons resultados financeiros.

6. A produção da telenovela *Eva Luna* será um dos primeiros resultados desta nova estratégia.

móveis continua sendo uma estratégia central das redes de televisão hispânicas. Em 2010, a Univisión lançou seu canal de “novelas e séries” on-line e para celulares através da Univision.com. Entre os acordos mais importantes para incrementar seu crescimento em internet e telefonia celular, a Univisión consegue acordos com o YouTube, iTunes, Blackberry (Univisión, 2010). A Univisión Interactive lançou novos portais especializados em saúde, finanças, música, futebol e um da NFL. Em setembro, a rede anunciava a criação de 72 novos sites de rádio e TV on-line e celulares (Univisión, 2010)⁷.

A produção original da programação da Telemundo colocou a rede em vantagem em relação à Univisión no terreno de distribuição de conteúdos pela internet. A Telemundo não só podia transmitir sua programação no seu portal Telemundo.com como também iniciar uma estratégia muito agressiva de comercialização. A rede alcançou diversos acordos com companhias que administram sites web, tanto para o manejo de inventários, fomento da interatividade e de publicidade das páginas como *TraffiQ*, *Canoe Ads* e *Delivery Agent*. Entre os acordos mais importantes da NBC Universal e Telemundo está a criação da Universal Audience Platform (UAP) com o propósito de mostrar o inventário de produtos do empório midiático através de 21 diferentes sites da web (Shields, 2010). Na venda de “memorabilia”, relacionada com as temáticas do conteúdo de sua programação, sobressai a venda de roupa, joias e acessórios provenientes do vestuário das

7. Uma das coberturas mais ambiciosas em plataformas digitais e celulares se deu durante a Copa do Mundo de 2010, para o que a Univisión Interactive lançou <www.univisionFutbol.com>. Através desse site, ofereceu as 64 partidas da Copa do Mundo on-line ao vivo através de Blackberry App World, Google Android Market e Ovi Store da Nokia. A Univisión Interactive Media gerou 34,7 milhões de visitas em seu site da internet e distribuição por telefones celulares. Foram baixados do site UnivisiónFutbol mais de 10 milhões de horas de vídeo ao vivo (Univisión, 2010).

protagonistas das telenovelas da rede onde se destacam *¿Dónde está Elisa?* e *El clon*⁸.

Dado que os conteúdos da Azteca América são providos majoritariamente por sua matriz TV Azteca, a empresa hispânica pôde distribuir sua programação via internet em seu site. Em agosto de 2010, a Azteca América estabeleceu um acordo com a MEC e AT&T para realizar uma campanha de integração de marcas em diferentes plataformas pelas quais o programa *Ventaneando América* é transmitido (PR Newswire, 2010c). Por outro lado, o acordo com a Ford e a agência Zubi de publicidade para trazer a marca Ford para o site da internet da Azteca Deportes Boxeo e a distribuição de vídeo para telefones celulares e a inclusão de *banners* nos canais do YouTube (*Entertainment Close-up*, 2010).

1.4. Diversificação da oferta da televisão hispânica

Os resultados oferecidos pela Oficina do Censo dos EUA vão mostrando uma mudança na origem e competências linguísticas dos hispânicos na União Americana. Particularmente, a tendência demográfica que mostra que cada vez são mais os latinos nascidos nos Estados Unidos e cada vez menos hispânicos nascidos no exterior. Do que se depreende que 49% dos hispânicos são inclinados a falar em inglês, 13% são bilíngues e 37,9% tendem a falar em espanhol. No entanto, na concentração de dados, 79,9% dos latinos têm competências linguísticas em inglês e 78,4% em espanhol (Hispanic Market, 2011, p. 9). Enquanto os hispânicos estão aprendendo cada dia mais inglês, o uso do espanhol não decresceu, ao contrário, continua crescendo, assim como a popu-

8. Outra das coberturas mais importantes do ano em multiplataformas é a das Olimpíadas de Inverno de Vancouver. A NBC Universal/Telemundo combinou com a Verizon a transmissão dos jogos através de plataformas de telefonia celular (*Entertainment Business Newsweekly*, 2010).

lação hispânica, graças aos diversos processos de aculturação e de competências de bilinguismo apresentados pela população.

O fato de que os latinos sejam o grupo social com a média de idade mais jovem nos Estados Unidos (27 anos) e que se esteja produzindo uma mudança geracional nas competências no uso do inglês e do espanhol gerou uma lenta mas irrefreável diversificação da oferta da programação oferecida aos latinos. De maneira particular, destaca-se que a televisão para hispânicos nos Estados Unidos pode se caracterizar por três importantes avenidas: 1) a oferta do espanhol da televisão hispânica, 2) a crescente oferta em inglês e bilíngue da televisão hispânica e 3) a oferta de programas produzidos pelas redes de televisão em inglês, dirigidos aos latinos. Essa diversificação nesses diferentes universos midiáticos pode ser vista na crescente integração de latinos em tempo estelar de televisão em inglês e no crescimento das redes hispânicas ou dirigidas a latinos em inglês, *spanGLISH* e bilíngues pela televisão a cabo SÍTV, Mun2, LATV e Tr3s de MTV atestam essa tendência. Assim mesmo porque as próprias redes, que tradicionalmente ofereceram sua programação em espanhol, integraram serviços de legendas em inglês de seus programas de maior sucesso, serviços nos quais a Telemundo, em particular, realizou toda uma estratégia de colocar legendas nas suas telenovelas em seu canal a cabo Mun2 (Villarreal, 2010, outubro 3).

2. Análise do ano: a ficção de estreia hispânica nos Estados Unidos e ibero-americana

Em 2010 se deu um importante aumento na quantidade de títulos de estreia, somando um total de 62. Quatro fatores incidiram decisivamente na subida do número de produções. O primeiro é resultado do conflito entre a Televisa e a Univisión, no qual a rede hispânica decide não só produzir, mas também experimentar novos títulos e novos provedores em sua rede Telefuturo. A rede irmã da Univisión programou dez títulos de ficção da Colômbia, do Brasil,

da Espanha, Venezuela e produções NewsCorporation através da FOX-Telecolombia. A Univisión também manteve um número alto de produções venezuelanas em sua rede mãe e aumentou em seis as produções mexicanas, de 20 em 2009 a 26 em 2010. A Telemundo aumenta sua produção em Miami e em Bogotá através da RTI-Colombia, de quem tem 40% de propriedade. O terceiro fator é a quantidade de telenovelas que terminaram nos primeiros meses de 2010 e que haviam iniciado em 2009. Muitos desses títulos noticiaram também pontos bem altos de audiência em suas semanas finais, em 2010. O quarto fator é o nascimento da Estrella tv, que traz dois títulos de ficção em seu primeiro ano como televisão em nível nacional, enquanto a Azteca América proveu cinco títulos de ficção, todos eles produzidos pela corporação mãe TV Azteca.

Tabela 1. Produções exibidas em 2010 e respectivas emissoras

Azteca América: 0 títulos nacionais	Telefutura: 2 títulos nacionais
1. <i>Drenaje profundo</i> (série)	26. <i>Amor de mis amores</i> (telenovela)
2. <i>Mujer comprada</i> (telenovela)	27. <i>Asuntos internos</i> (telenovela)
3. <i>La loba</i> (telenovela)	28. <i>Doña Bella</i> (telenovela)
4. <i>Lo que callamos las mujeres</i> (unitário)	29. <i>El capo</i> (telenovela)*
5. <i>Historias de los santos</i> (unitário)	30. <i>India</i> (telenovela)
Estrella tv: 0 títulos nacionais	31. <i>Muñecas de la mafia</i> (telenovela)
6. <i>Historias delirantes</i> (série)	32. <i>Operación Jaque</i> (telenovela)
7. <i>La shaka</i> (série)	33. <i>Pura sangre</i> (telenovela)
Telemundo: 12 títulos nacionais	34. <i>Rosario Tijeras</i> (telenovela)
8. <i>Alguien te mira</i> (telenovela)*	35. <i>Regreso a la Guaca</i> (telenovela)
9. <i>América</i> (telenovela)	36. <i>Sueño llamado salsa</i> * (telenovela)
10. <i>Amores de Luna</i> (telenovela)*	Univisión: 1 título nacional
11. <i>Aurora</i> (telenovela)*	37. <i>Alma indomable</i> (telenovela)
12. <i>Cartel II</i> (telenovela)	38. <i>Atrévete a soñar</i> (telenovela)
13. <i>Corazón abierto</i> (série)	39. <i>Camaleones</i> (telenovela)

14. <i>Decisiones</i> (série)*	40. <i>Corazón salvaje</i> (telenovela)
15. <i>Diosa coronada</i> (minissérie)*	41. <i>El pantera 3</i> (série)
16. <i>¿Dónde está Elisa?</i> (telenovela)*	42. <i>En nombre del amor</i> (telenovela)
17. <i>El clon</i> (telenovela)*	43. <i>Eva Luna</i> (telenovela)*
18. <i>Fantasma de Elena</i> (telenovela)*	44. <i>Gancho al corazón</i> (telenovela)
19. <i>La favorita</i> (telenovela)	45. <i>Gritos de muerte y libertad</i> (série)
20. <i>Mas sabe el diablo</i> (telenovela)*	46. <i>Hasta que el dinero nos separe</i> (telenovela)
21. <i>Mi gorda bella</i> (telenovela)	47. <i>Hermanos detectives</i> (telenovela)
22. <i>Niños ricos, pobre padres</i> (telenovela)*	48. <i>Locas de amor</i> (telenovela)
23. <i>Perro amor</i> (telenovela)*	49. <i>Llena de amor</i> (telenovela)
24. <i>Sin tetas no hay paraíso</i> (telenovela)	50. <i>Mar de amor</i> (telenovela)
25. <i>Victorinos</i> (telenovela)*	51. <i>Mi pecado</i> (telenovela)
	52. <i>Mujeres asesinas 3</i> (minissérie)
	53. <i>Pecadora</i> (telenovela)
	54. <i>Rosa de Guadalupe</i> (unitário)
	55. <i>Sortilegio</i> (telenovela)
	56. <i>Soy tu dueña</i> (telenovela)
	57. <i>Terminales</i> (série)
	58. <i>Tiempo final</i> (telenovela)*
	59. <i>Tormenta en el paraíso</i> (telenovela)
	60. <i>Torrente torbellino de pasión</i> (telenovela)
	61. <i>Vida entera</i> (telenovela)
	62. <i>Verdad oculta</i> (telenovela)
*Títulos nacionais.	
**As produções da FOX Latinoamérica, FOXTelecolombia e RTI Colombia são consideradas como produção dos EUA, por ser empresas com propriedade da NewsCorporation/FOX e Telemundo/NBC correspondentemente.	

A quantidade de títulos com episódios de estreia em 2010 foi 62, um salto exponencial em relação aos 37 noticiados em 2009. No entanto, será o número de episódios e de horas o que dá melhor conta do aumento real em termos de produção. Em 2009 foram exibidas 3482 horas de produção, enquanto em 2010 foram 4298 horas. Essa diferença quantitativa entre a quantidade de títulos em proporção às horas de produção é o resultado combinado do aumento con-

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional*	17	27,4	935	22,3	911	21,2
Ibero-americana	45	72,6	3265	77,7	3387	78,8
Latino-americana (âmbito Obitel)	45	72,6	3265	77,7	3387	78,8
Latino-americana (âmbito não Obitel)	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	17	27,4	935	22,3	911	21,2
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Outras (coproduções ibero-americanas)	1	1,6	3	0,1	3	0,1
Total	62	100	4200	100	4298	100

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Brasil	3	4,8	140	3,3	136	3,2
Argentina	-	-	-	-	-	-
Chile	-	-	-	-	-	-
Colômbia	10	16,1	557	13,3	579	13,5
Equador	-	-	-	-	-	-
Espanha	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	17	27,4	935	22,3	911	21,1
México	26	41,9	2107	50,2	2242	52,2
Portugal	-	-	-	-	-	-
Uruguai	-	-	-	-	-	-
Venezuela	5	8,1	458	10,9	427	9,9
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am/ibero-am)	1	1,6	3	0,1	3	0,1
Total	62	100	4200	100	4298	100

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

siderável de telenovelas curtas, séries e minisséries com números limitados de capítulos; e do número de telenovelas que estrearam em 2009, mas que tiveram suas semanas finais em 2010⁹.

Embora se dê um aumento quantitativo em termos de títulos ou episódios de estreia, de 7 a 17 anos na produção nacional e de 30 a 45 no âmbito Obitel, subindo de 37 títulos em 2009 para 62 em 2010. Em termos de episódios e horas exibidos o salto não é proporcional, resultado, por um lado, da quantidade de títulos que incluíram telenovelas de curta duração, séries e minisséries; e por outro, das telenovelas que viram só suas semanas finais em 2010. Assim, enquanto a produção nacional subiu de sete para 17 títulos em um ano, em porcentagens de horas exibidas com relação ao total do ano, a presença da produção nacional caiu de 25% em 2009 para 22% em 2010.

Por outro lado, o crescimento das produções no âmbito Obitel subiu de 30 para 45 títulos, principalmente devido ao aumento de produções do México, da Colômbia, da Venezuela e do Brasil. O México continua sendo o maior provedor de ficção, com 26 títulos, um incremento de seis títulos em relação a 2009 e que representa 52% do total de horas de estreia de todo 2010. A produção estadunidense hispânica já representa o segundo provedor, com 16 títulos que representam 21% das horas exibidas. A terceira fonte é a Colômbia, que de três títulos em 2009 saltou para dez, em 2010. No entanto, dada a curta extensão em termos de episódios de sua produção, estas representaram, em horas exibidas, apenas 13,5%. A Venezuela se consolida como o quarto provedor, com cinco títulos de estreia, igual a 2009, e reapresenta também dez em 2010. O Brasil também aumentou sua presença, de um só título em 2009 para três em 2010, subindo sua presença de 1,8% no ano passado para 3,2% de horas exibidas em 2010.

9. Foi o caso dos títulos informados desde 2009: *Sortilegio*, *Torrente torbellino de pasión*, *Victorinos*, *Perro amor*, *Niños ricos, pobres padres*, para citar alguns.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-americanos				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6h-12h)*	-	-	-	-	396	12,1	412	12,2	396	9,4	412	9,6
Tarde (12h-19h)	-	-	-	-	1345	41,2	1403	41,4	1345	32	1403	32,6
Prime time (19h-22h)	933	99,8	910	99,9	1316	40,3	1365	40,3	2249	53,5	2275	52,9
Noturno (22h-6h)	2	0,2	1	0,1	208	6,4	207	6,1	210	5	208	4,8
Total	935	100	911	100	3265	100	3387	100	4200	100	4298	100

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais				Ibero-americanos				Horas	%	
	Títulos	%	Cap/ep	%	Títulos	%	Cap/ep	%			
Telenovela	13	76,5	918	98,2	98,3	30	66,7	2589	79,3	2698	79,7
Série	1	5,9	7	0,7	7	11	24,4	184	5,6	192	5,7
Minissérie	1	5,9	8	0,9	0,9	1	2,2	2	0,1	7	0,2
Telefilme / TV movie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros (docudrama, unitário etc.)	2	11,8	2	0,2	0,1	3	6,7	490	15	490	14,5
Total	17	100	935	100	100	45	100	3265	100	3387	100

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

O *prime time* continua sendo o espaço onde majoritariamente se programa a ficção, tanto nacional, em 99%, como ficção ibero-americana, com 40% e 53% do total da programação. Cabe destacar que a tarde continua sendo um espaço importante para a programação de ficção, basicamente onde as produções ibero-americanas têm 41% de toda a produção ibero-americana e 32,6 do total.

Em 2010 se vê um incremento da exibição de séries, minisséries e unitários que representaram 19 títulos dos 62 estreados; enquanto em 2009 foram somente sete dos 37 títulos estreados. Das 19 séries, minisséries e unitários, 14 estrearam em *prime time*, o que fala da importância econômica e pontos de audiência conseguidos por estas séries. Também novelas de curta duração (em torno de 50 episódios em lugar dos 80 ou mais de uma telenovela regular) ocuparam um importante número dos títulos que estiveram no ar em 2010¹⁰.

Assim como ocorreu em 2009, os programas de ficção mais vistos em 2010 foram exibidos pela rede Univisión. Nove das dez produções mais vistas foram produzidas pela empresa Televisa. No entanto, cabe destacar que a telenovela *Eva Luna*, a primeira produção dos recém-estreados Univisión Studios, conseguiu se colocar em quinto lugar das preferências do público. Essa coprodução com a Venevisión International inaugurava um novo modelo de negócio para a Univisión, de distribuidor a produtor de ficção¹¹.

10. Foi o caso das telenovelas *Diosa coronada*, *El cartel* ou *Sin tetas no hay paraíso*, entre outras.

11. Para este propósito a produção contou com o apoio em programação que não tiveram outras produções. Telenovelas como *Corazón salvaje* ou *Un gaucho al corazón*, com média de audiência de 16 e 14, respectivamente, foram movidos para horários da tarde ou noturnos, onde suas audiências sofreram dramaticamente, com menos de 10 pontos. No entanto, a produção hispânica *Eva Luna*, com audiência média de 16, não foi tirada de seu espaço e foi promovida como um sucesso de audiência.

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela	4	100	9	75	28	70	2	33,3	43	69,4
Série	-	-	-	-	10	25	2	33,3	12	19,4
Minissérie	-	-	1	8,3	1	2,5	-	-	2	3,2
Telefilme / <i>TV movie</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros (docu- drama etc.)	-	-	2	16,7	1	2,5	2	33,3	5	8,1
Total	4	100	12	100	40	100	6	100	62	100

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

**Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios
(sem intervalos comerciais)**

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	276	6,6
Média (30'-60')	3353	79,8
Longa (60'+)	571	13,6
Total	4200	100

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	60	97
Passado	1	1,5
Histórica	1	1,5
Outra	-	-
Total	30	100

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

Por seu lado, os dez títulos de produção nacional com seus respectivos pontos de audiência e *share* foram: 1º *Eva Luna* (16,1/25), 2º *¿Dónde está Elisa?* (7,5/12), 3º *Más sabe el diablo* (6,8/10), 4º *El capo* (6,3/11), 5º *Aurora* (5,8/9), 6º *Niños ricos, pobres padres* (5,3/8), 7º *El clon* (5/8), 8º *La diosa coronada* (4,2/7), 9º *El fantasma de Elena* (4,1/6), e 10º *Victorinos* (4/7). Destaca que o programa de ficção de produção nacional mais visto em 2010 foi *Eva Luna*. No entanto, a Telemundo continua sendo a líder indiscutível na produção de ficção em Miami, ou através de sua filial RTI em Bogotá, Colômbia. Dos dez títulos mais vistos de produção nacional, oito foram produções da Telemundo. Destaca *¿Dónde está Elisa?*, que ocupa o segundo lugar, com 7,5 pontos de audiência, mas que se transformou na telenovela de maior sucesso da história da rede, desbancou *Sin senos no hay paraíso*, que havia conseguido este título em 2009.

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, audiência, *share*

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Casa Produtora	TV privada ou pública	Formato	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Aud. %	Share %
1. <i>Soy tu dueña</i>	México	Univisión	Privada	Telenovela	Inés Rodena	22,5	34
2. <i>Sortilegio</i>	México	Univisión	Privada	Telenovela	María Zarattini	22	33
3. <i>Hasta que el dinero nos separe</i>	Colômbia	Univisión	Privada	Telenovela	Fernando Gaitán	19,1	30
4. <i>En nombre del amor</i>	México	Univisión	Privada	Telenovela	María del Carmen Peña e Cuahtémoc Blanco	18,3	29
5. <i>Eva Luna</i>	EUA	Univisión/Venevisión	Privada	Telenovela	Leonardo Padrón	16,1	25
6. <i>Mi pecado</i>	México	Univisión	Privada	Telenovela	María del Carmen e Cuahtémoc Blanco	13,6	25
7. <i>Mujeres asesinas 2</i>	Argentina	Univisión	Privada	Série	Marisa Grinstein	14,6	23
8. <i>Llena de amor</i>	Venezuela	Univisión	Privada	Telenovela	Carolina Espada	12,1	21
9. <i>Rosa de Guadalupe</i>	México	Univisión	Privada	Unitário	Carlos Mercado Orduña	11,4	21
10. <i>Un gancho al corazón</i>	Argentina	Univisión	Privada	Telenovela	Adrián Suarez	9,6*	25
Total de produções: 10		Roteiros originais nacionais: 1		Roteiros estrangeiros: 9			
100%		10%		90%			

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano	Número capítulos	Duração capítulo/ episódio	Data primeira emissão	Data última emissão	Faixa horária
1. <i>Soy tu dueña</i>	Telenovela	Ficção	2009	141	Média	1/6/10	27/12/10	Prime time
2. <i>Sortilegio</i>	Telenovela	Ficção	2009	41	Média	28/12/09	18/2/10	Prime time
3. <i>Hasta que el dinero nos separe</i>	Telenovela	Ficção	2010	198	Média	18/1/10	29/10/10	Prime time
4. <i>En nombre del amor</i>	Telenovela	Ficção	2009	48	Média	8/7/9	7/3/10	Prime time
5. <i>Eva Luna</i>	Telenovela	Ficção	2010	34	Média	1/11/10	Em curso	Prime time
6. <i>Mi pecado</i>	Telenovela	Ficção	2010	109	Média	8/3/10	6/8/10	Prime time
7. <i>Mujeres asesinas 2</i>	Séries	Ficção	2010	13	Média	28/1/10	22/4/10	Prime time
8. <i>Llena de amor</i>	Telenovela	Ficção	2010	94	Média	9/8/10	13/2/11	Prime time
9. <i>Rosa de Guadalupe</i>	Unitário	Ficção	2010	65	Média	2008	Em curso	Prime time
10. <i>Un gancho al corazón</i>	Telenovela	Ficção	2009	87	Média	24/6/09	3/5/10	Tarde

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Soy tu dueña</i>	Amor, traição, inveja.	Disputas sobre terras.
2. <i>Sortilegio</i>	Traição, ciúmes, vingança.	Corrupção.
3. <i>Hasta que el dinero nos separe</i>	Romance, trabalhar para sobressair.	Crise económica.
4. <i>En nombre del amor</i>	Ciúmes, inveja, rivalidade.	Adoção, sacerdócio.
5. <i>Eva Luna</i>	Ascensão social, vingança.	Sequestro, emigração, adaptação à vida urbana, prostituição.
6. <i>Mi pecado</i>	Ambição, ressentimento, inveja.	Depressão, abuso sexual, crise económica.
7. <i>Mujeres asesinas 2</i>	Ambição, ciúmes, ódio, obsessão.	Fanatismo religioso, lesbianismo, violência intrafamiliar, prostituição.
8. <i>Llena de amor</i>	Beleza interior, romance.	Depressão, sobrepeso.
9. <i>Rosa de Guadalupe</i>	Fé, esperança.	Violência intrafamiliar, vício em drogas, prostituição.
10. <i>Un gancho al corazón</i>	Romance, abandono, egoísmo.	Adoção, mulheres no esporte, arrivismo social.

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais vistos: gênero, idade, nível socioeconômico

Programa	Canal/ rede	Mulheres	Homens	2-11	12-17	18-24	25-34	35-49	49-54	55+
1. <i>Soy tu dueña</i>	Univisión	58,7	41,3	13,8	5,0	11,9	20	23,4	5,2	20,5
2. <i>Sortilegio</i>	Univisión	62,6	37,4	13,7	6,6	10,5	19,6	22,8	6,5	20,3
3. <i>Hasta que el dinero nos separe</i>	Univisión	56,4	43,6	14,7	5,6	11,2	21,1	22,8	5,4	19,3
4. <i>En nombre del amor</i>	Univisión	64,9	35,1	12,9	6,8	10,3	16,7	20,4	7	25,9
5. <i>Eva Luna</i>	Univisión	61,1	38,9	15	5,8	10,1	19	22,6	4,7	22,8
6. <i>Mi pecado</i>	Univisión	64,7	35,3	13,4	5,5	9,5	17	20,5	5,5	28,6
7. <i>Mujeres asesinas 2</i>	Univisión	62,8	37,2	11,3	7,7	10,1	21,6	24,5	5,7	19,2
8. <i>Llena de amor</i>	Univisión	62,9	37,1	15,4	6,5	12,8	18,6	20,4	4,6	21,6
9. <i>Rosa de Guadalupe</i>	Univisión	59,5	40,5	17,5	7,9	10,3	18,6	23,5	4,6	17,7
10. <i>Un gancho al corazón</i>	Univisión	66,8	33,2	16,2	6,3	12,5	22,1	18,1	4,8	20

Fonte: Nielsen/Obitel EUA

A audiência dos dez títulos mais vistos em média foi de 62% de mulheres e 38% de homens. E o segmento demográfico que mais viu telenovelas foi dos telespectadores de 35 a 49 anos, com uma média de 21,9%, seguido apenas pelo segmento de público de 55+ anos de idade, com 21,6%.

3. Recepção transmidiática

Depois do sucesso histórico pela Telemundo com a adaptação da telenovela chilena de Pablo Illanes *¿Dónde está Elisa?*, a equipe decidiu dar continuidade à próxima telenovela chilena, do mesmo autor, intitulada *Alguien te mira*¹². Do mesmo modo que *¿Dónde está Elisa?*, *Alguien te mira* é um *thriller* no qual o suspense, a intriga, o sexo, o amor e a necessidade de resolver uma série de assassinatos envolve os personagens em uma rede de interações de suspeita e de intriga. No entanto, *Alguien te mira* se transformou em um fracasso em termos de audiência para a rede. A telenovela alcançou a média de 3,9 pontos de audiência, muito longe dos 7,4 de *¿Dónde está Elisa?*. A telenovela estreou em 8 de setembro de 2010, mas devido à audiência ruim pensou-se em mudar toda a história de uma só vez. No entanto, os fóruns da Telemundo e do Facebook podem nos dar interessantes pistas das razões do fracasso da telenovela. Seguindo a metodologia proposta pela equipe Obitel do México, primeiro foram classificados os comentários que estavam relacionados, à ficção (CF), a outros usuários (CU), à plataforma tecnológica (CP), ou comentários desvinculados do tema (CD); para depois classificar especificamente os comentários dirigidos à ficção em: comentários positivos e negativos à história

12. Embora *Soy tu dueña* tenha sido a telenovela mais vista de 2010 nos Estados Unidos, esta mesma produção ocupou o primeiro lugar no México, motivo pelo qual uma aproximação da recepção transmidiática é oferecida no capítulo do México deste volume e pelo qual esta equipe decidiu focar uma produção hispânica dos Estados Unidos.

(H+, H-), aos personagens (P+, P-), aos atores (A+, A-) e à televisão (T+, T-).

3.1. Fórum – Telemundo: *Alguien te mira*

O fórum permite entrar como visitante, criar seu próprio perfil, abrir uma discussão ou responder a uma discussão previamente aberta. Cada discussão tem um símbolo que a identifica, título, um número de respostas, o nome de quem criou o tema, o número de visitas e a data da última ação na discussão. A página trata de guiar o visitante que navega através das discussões utilizando essas nove etiquetas: novas respostas, não novas respostas, temas picantes (novo), temas picantes (não novos), pesquisa (nova), pesquisa (não nova), tema fechado e tema movimentado.

O fórum de *Alguien te mira* teve início no dia 2 de setembro de 2010 e se realizou o corte em 27 de fevereiro. O fórum teve 146.060 visitas desde seu início, gerando 19 páginas com 542 discussões e 2.646 respostas ao longo de sua história. Durante a última semana da telenovela, 21 a 25 de fevereiro de 2011, abriram-se 27 discussões que geraram 97 respostas.

O fórum gerou a maior quantidade de discussões da semana em seu último dia. Dominam os comentários negativos tanto para a história quanto para as personagens e de maneira muito particular para a protagonista da telenovela, Piedad, interpretada por Dana García. É de se destacar que a maior quantidade de comentários se deu em torno dos personagens e das opiniões que eles despertaram na audiência. Enquanto Piedad gerou um repúdio unânime nos fãs, a personagem de Valeria gerou enorme simpatia e sua morte quase ao final da novela desatou apaixonados comentários de desilusão. Algo que parece propriedade desses fóruns é que se transformam em janela para a expressão de admiração e lealdade de parte dos fãs para com seus artistas favoritos. Nesse caso, a maioria dos comentários positivos foi gerada pelos fãs do ator peruano Christian

Fórum – Telemundo: discussões e comentários da última semana

Capítulo	21 fev	22 fev	23 fev	24 fev	25 fev	26 fev	Total
Discussões	1	0	4	4	8	10	27
Comentários	7	0	28	9	19	34	97

Tabela: Obitel EUA com dados do Fórum – Alguien te mira. Telemundo.com

Fórum – Telemundo: Comentários

	CF	CU	CP	CD	Total
Comentários	70	18	9	0	97

Tabela: Obitel EUA com dados do Fórum – Alguien te mira. Telemundo.com

Fórum – Telemundo: Comentários sobre a ficção

Comentários	A ficção
H+	12
H-	24
P+	4
P-	13
A+	16
A-	18
T+	6
T-	4
Total	97

Tabela: Obitel EUA com dados do Fórum – Alguien te mira. Telemundo.com

Meier. Uma das discussões mais visitadas e com maior número de respostas durante a transmissão da telenovela foi criado por fãs de Christian Meier que sobem fotos, poemas e todo tipo de declarações de admiração, gosto ou amor. Mas também a vida privada e os problemas com sua mulher ocuparam um grande número dos comentários no fórum. No entanto, seu personagem Rodrigo não causou boa impressão no fórum, no qual claramente contava com um grande número de fãs.

Pena que o casal protagonista não pegasse, Meier e García nunca gostaram. Shai, 23 fev

Honestamente foi a novela mais estúpida e sem sentido que já vi na história de novelas na minha vida. Inspiration 2409, 24 fev

Por favor não brinquem com a inteligência dos telespectadores... acreditam que nós não nos fixamos em detalhes em que talvez os produtores não prestem atenção. Macky Lebron, 25 fev

Os demais a verdade me é indiferente já que nunca cheguei a gostar dos demais personagens (sobretudo da Piedad). Karen G., 26 fev

O número de participantes no fórum contrasta com a quantidade de participantes no Facebook; enquanto esses números anunciavam uma emigração decisiva das audiências para o Facebook, ao que parece o fórum permite aos fãs de um artista ter uma participação mais ativa e provavelmente criativa ao subir fotos, pensamentos e todo tipo de desenhos e montagens que enfatizam sua admiração por seu artista favorito. No Facebook, apesar do número de comentários, este nível de *fandom* (*comunidade de fãs*) não ocorreu.

3.2. Facebook – Página de *Alguien te mira*

A página do Facebook da telenovela revela que 17.233 visitantes expressaram seu gosto pela página, o que não significa nem o número nem a quantidade de perfis ou usuários interagindo com a página. Mas somente na última semana da transmissão da telenovela foram escritos 1.642 comentários na página de *Alguien te mira*.

Número de visitantes e comentários na última semana

Capítulo	21 fev	22 fev	23 fev	24 fev	24 fev	Total
Comentários	69	197	240	436	700	1642

Tabela: Obitel Estados Unidos com dados do Facebook

Fórum – Telemundo: divisão por tipos de comentários

Capítulos						
Comentários	111	112	113	114	115	Total
CF	37	168	187	308	595	1295
CU	32	25	27	36	90	210
CP	0	0	0	2	10	12
CD	0	4	26	90	5	125
Total	69	197	240	436	700	1642

Tabela: Obitel Estados Unidos com dados do Facebook

Tipo de comentários dirigidos à ficção

Capítulos da última semana						
Comentários	111	112	113	114	115	Total
H+	18	36	19	71	278	422
H	9	58	57	87	112	323
H-	6	2	16	26	22	72
P+	6	11	18	52	95	182
P-	9	71	98	57	64	299
A+	10	2	2	18	14	46
A-	0	0	2	2	7	11
T+	3	3	0	10	31	47
T	8	0	1	6	7	22
T-	0	0	1	2	8	11
D	0	14	26	105	62	207
Total	69	197	240	436	700	1642

Tabela: Obitel Estados Unidos com dados do Facebook

O número de respostas obtidas no último dia da novela subiu exponencialmente de 69 na segunda-feira para 700 na sexta-feira. Nos comentários sobre a audiência destacam os comentários favoráveis à história, no entanto, embora a tabela não a contemple, houve uma reação majoritariamente negativa ao final. Embora muitos dos comentários sobre o final tenham se concentrado no que eles gostariam que acontecesse, daqueles que viram o último capítulo 94 o reprovaram e só 31 comentários o aprovaram. Destacam no Facebook, assim como no fórum, os comentários negativos aos personagens, esmagadoramente se critica a protagonista e sua personagem Piedad, por considerá-la estúpida e uma enorme quantidade de comentários apontam para o desejo que ela seja assassinada no final. Por outro lado, deram-se inúmeros comentários de aprovação à Telemundo e ao tipo de telenovelas que produz, expressando sua insatisfação com as telenovelas da Univisión.

Que matem a Piedad!!!! Não gosto dessa mulher estúpida porque é imbecil. Kislyn Murillon, 22 fev

Por que existem mulheres que ofendem outras mulheres? São tratadas de pu....., de galinhas, de uma qualquer, de fácil enfim, quando ela se deita com vários homens. Eu vejo que os homens não se ofendem entre eles, ao contrário se apoiam. Isis Pantoja, 22 fev

Hoje a audiência chegou a sua máxima capacidade!! Não acredito que se atrevam a dizer nas revistas que as da Univisión são melhores!! Porque a Telemundo está arrasando!! Felicidades!! Claudia Beatriz Palma, 25 fev

Algo importante a destacar é a capacidade de interação que têm os visitantes da página *Alguien te mira* na plataforma do Facebook; do total de 1.642 mensagens escritas, só 447 foram comentários (discussões) e 1.195 foram respostas a estes comentários. O que significa que quase duas quartas partes foram mensagens respondendo a comentários anteriores, o que incrementa significativamente o diálogo na plataforma. No entanto, diferentemente do fórum, a possibilidade de subir fotos, imagens ou desenhos variados parece severamente restringida. Embora a página permita colocar um comentário, subir uma foto, vídeo ou link, ao longo dos 1.642 não houve nenhum tipo de mostra criativa por parte dos participantes. Essa absoluta ausência de “expressão criativa” no Facebook poderia parecer produto de algum tipo de administração da página por parte de seu criador e administrador. Nesse caso, a Telemundo.

4. O mais destacado do ano

4.1. Níveis históricos de audiência

O mais destacado na programação do ano foram os recordes históricos de audiência conseguidos pela Univisión, a Telefutura e

a Telemundo com suas telenovelas *Soy tu dueña*, *El capo* e *¿Dónde está Elisa?* respectivamente e os resultados também históricos de audiência da Copa do Mundo transmitidos pela Univisión. Também foi significativa a estreia de novos formatos de ficção, a estreia da adaptação da série *Grey's anatomy*, do seriado colombiano de exibição diária *A corazón abierto* e da introdução da telenovela *Las Aparicio*, só acessível através da internet na Telemundo.com.

A telenovela mexicana *Soy tu dueña*, produzida pela Televisa e exibida pela Univisión, transformou-se na telenovela mais vista de toda a história da televisão hispânica ao alcançar, em média, 5,4 milhões de telespectadores durante sua transmissão ao longo do ano (James, 2011^a). O final atingiu uma audiência de mais de 7,3 milhões de telespectadores, só ultrapassada pelo final de *Destilando amor*, que atingiu a cifra recorde dos 9 milhões de telespectadores (*Entertainment & Travel*, 2011). O final de *Soy tu dueña* posicionou, por essa noite, a Univisión como a rede mais vista nos Estados Unidos entre os segmentos 18-49 e 18-34 pela noite inteira (Univisión, 2011). Dois acontecimentos importantes no ano para a rede foram o sucesso moderado de *Eva Luna* como produção original e o cancelamento de um dos programas mais representativos da rede: *El show de Cristina*, que já completava 21 anos no ar.

A rede Telefutura seguiu o modelo de distribuição de ficção e se transformou na janela de exibição de telenovelas que não fazem parte do acordo de programação com a Televisa, a qual ocupa os tempos estelares da rede irmã Univisión. Assim, a FOX-NewsCorporation encontrou na Telefutura um espaço de distribuição de suas telenovelas produzidas na FOX Telecolombia. Em 2010, uma produção da FOX Telecolombia, *El capo*, obteve níveis extraordinários de audiência para a Telefutura, superando as telenovelas da Telemundo, com exceção de *Mas sabe el diablo* e *¿Dónde está Elisa?*. O final da telenovela *El capo* atraiu mais de 2 milhões de espectadores, transformando-se no final mais visto de uma telenovela na história da rede (Gorman, 2010). Outras telenovelas que incrementaram

a audiência da Telefutura foram a produção colombiana do Canal Caracol, *Vecinos*, com 5,2 pontos de audiência e *Muñecas de la mafia*, com 5 pontos de audiência. Em contraste, a telenovela da Rede Globo, *Índia*, que chegou como a ganhadora de um Emmy Internacional para a “Melhor Telenovela”, embora na sua estreia tenha alcançado um alto nível de audiência não o manteve e só obteve uma média de 4,1 pontos de audiência em 2010.

Na Telemundo, *¿Dónde está Elisa?* atraiu os maiores números de audiência. Em 6 de maio, a telenovela atraiu em torno de 1,9 milhão de espectadores e alcançou o primeiro lugar em pontos de audiência no horário das 10 da noite entre as redes de televisão hispânica nos Estados Unidos. Desde sua estreia em 8 de março, *¿Dónde está Elisa?* ocupou o primeiro lugar em 44% das datas, alcançando mais pontos de audiência que o *Show de Cristina* e *Don Francisco* em certos grupos demográficos ((*Entertainment Weekly*, 2010a)¹³. No ano passado, outro *remake* produzido pela Telemundo, *Sin senos no hay paraíso* (2009), baseado na colombiana *Sin tetas no hay paraíso*, transformou-se na telenovela de maior sucesso da Telemundo da história da rede (Gorman, 2009). As telenovelas *Sin senos no hay paraíso* e *¿Dónde está Elisa?* são só exemplos recentes do incremento histórico nas audiências da rede em 2009 e 2010 respectivamente. A produção de *El clon* alcançou resultados mistos, enquanto nos Estados Unidos sua estreia atraiu 1,4 milhão de espectadores, ultrapassando a estreia da telenovela original transmitida também pela Telemundo (Azevedo, 2010). No entanto, para junho de 2010 a telenovela mostra números de audiência que não atendiam as expectativas, com 4,5, abaixo de *Perro amor* 4,6 e de *¿Dónde está Elisa?*, que tinha 7,5 pontos de audiência (Nielsen, 2010). Em contraste, *El clon* conseguiu se posicionar melhor no

13. *¿Dónde está Elisa?* é uma produção da Telemundo realizada em Miami e baseada na telenovela original de mesmo nome, produzida no Chile pela tvN (Televisión Nacional de Chile).

exterior, como foi o caso no México onde, seguido de *¿Dónde está Elisa?*, mostra ótimos resultados de audiência, desbancando as telenovelas da tv Azteca na luta por desafiar a hegemonia da Televisa. A Telemundo informa um crescimento sustentado de sua audiência, durante 2010, no segmento do total de telespectadores (pessoas 2+), adultos 18-49, mulheres 18-49 e mulheres 18-34 em *prime time* em ambas, de segunda a sexta-feira e de segunda a domingo (*Professional Services Close-Up*, 2011).

A cobertura da Copa do Mundo da África do Sul gerou também números históricos para a televisão em espanhol. A partida Argentina vs. México atraiu 9,41 milhões de espectadores, transformando-se no programa, sem importar o gênero, mais visto de toda a história da televisão hispânica nos Estados Unidos. A final entre Espanha vs. Holanda se transformou no terceiro programa mais visto da história, com uma audiência de 8,8 milhões (Reynolds, 2010). O final da telenovela *Destilando amor*, de 2007, passou a ser, depois do mundial, o segundo programa mais visto da história, com 9,2 milhões de espectadores. As partidas transmitidas pela Univisión e Telefutura alcançaram os mais altos níveis de audiência de nenhuma Copa do Mundo, com uma média de 2,4 milhões de telespectadores por partida (Reynolds, 2010).

4.2. Reestrutura de forças corporativas

A compra da NBC pela Comcast e o novo acordo da Televisa com a Univisión são os dois eventos mais importantes dentro da indústria em 2010. A compra da NBC pela Comcast, o gigante distribuidor de serviços a cabo, internet e telefonia, desencadeou uma discussão sobre a possibilidade de incorrer em práticas monopolísticas e como afetaria a comunidade hispânica. Uma das importantes preocupações, resultado desta compra, é o poder que a Comcast vai ter nos mercados em nível local, nos quais poderia aumentar os preços de seus serviços, afetando os consumidores

ou poderia colocar barreiras para a distribuição dos conteúdos dos agora meios rivais (Tessler, 2010). Os latinos foram um dos grupos que mostraram mais preocupação neste processo de compra, pois esta transação inclui a venda da Telemundo, a segunda rede de meios em espanhol dos EUA. As reservas, particularmente dos jornalistas e profissionais dos meios latinos, remontam ao tipo de cortes que esse tipo de fusão significou para a comunidade hispânica. Ainda está recente a compra da Telemundo pela NBC em 2001, que teve como resultado o fechamento das operações noticiosas locais das emissoras da Telemundo (Flores & Torres, 2010). A demissão e o corte dos escritórios da imprensa local e a falta de atenção à comunidade latina são preocupações centrais dos hispânicos ante esta fusão. Apesar dessas reclamações, a operação foi aprovada em janeiro de 2011 e é preciso esperar para ver os efeitos que essa fusão corporativa trará não só para os meios latinos como à concorrência dos meios nos Estados Unidos em um momento em que a distribuição por diversas plataformas, tanto por cabo, internet e telefonia, está se tornando crucial para o crescimento da indústria da televisão.

O acordo da Televisa com a Univisión fecha um capítulo de disputas e consolida o poderio e alcance dos dois gigantes aos dois lados da fronteira. O novo acordo de programação assegura à Univisión o acesso à programação de maior sucesso para sua exibição em horários estelares e sua distribuição através de diferentes plataformas digitais e móveis. Esse novo acordo assegura a viabilidade da empresa com crescimentos históricos de audiências e um mercado hispânico em crescimento; e também assegura à Televisa uma crescente influência como sócio minoritário e como beneficiário dos investimentos de publicidade gerados por sua programação. O investimento de 1,2 milhão de dólares, levado a cabo em outubro, deu ao grupo mexicano 5% da propriedade da Univisión e informa ao *Financial Times* que a transação deixa obrigações conversíveis em outros 30% para a Televisa, com a op-

ção de aumentar sua participação em 40%, o que requereria um afrouxamento das leis de propriedade dos meios nos Estados Unidos (Edgecliffe-Johnson, 2011). O investimento da Televisa abriu três lugares para a corporação mexicana dentro do Conselho de Administração da Univisión, entre os quais se destaca o ocupado por Emilio Azcarraga Jean de presidente e diretor executivo (CEO) da Televisa.

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva

A literatura em torno da qualidade da televisão privilegiou, tradicionalmente, embora não apenas, o que se conhece como valores de produção. Por um lado, onde se julga a direção, produção, atuação e a maestria literária-dramática do roteiro, muito afastado dos parâmetros que nos oferece a crítica cinematográfica. A qualidade é, neste caso, majoritariamente avaliada a partir do texto e, por outro, a condição da televisão como um meio salvaguardado pelo Estado com finalidades que devem obedecer o *interesse público* gerou uma apreciação do meio afastado com sua capacidade de divulgação cultural, objetivos pedagógicos ou sua função informativa. A qualidade neste caso é na maioria das vezes avaliada pela função dos programas. Características analisadas em sua maior parte a partir dos objetivos e da função. Mais recentemente, questionou-se a qualidade do meio a partir do espaço da recepção e sua capacidade de gerar um tipo de interação com a ficção que incrementa diferentes habilidades de cognição, interpretação e de lógica das audiências.

A proposta de Victoria Viñez e Cristina Díaz (2008) acrescenta a estas três taxonomias a qualidade da indústria como capacidade para dinamizar o setor industrial e como potencial competitivo. Geoff Mullen (1990) estende o conceito ao avaliar a qualidade a partir de sete diferentes instâncias: a produção e profissionalismo; o consumo e o mercado; a estética televisiva; como ritual comu-

nicativo; seu impacto social; e a ecologia televisiva. Por sua vez, Gabriela Borges (2008) propõe um modelo centrado na avaliação da qualidade no âmbito da televisão cultural majoritariamente baseada na função da programação.

A transformação dos gêneros televisivos por uma indústria mutante nos Estados Unidos demonstraria que a discussão do meio a partir dos parâmetros da qualidade da produção e qualidade literária do roteiro, majoritariamente trazidos dos estúdios cinematográficos, não refletia as mudanças que sofriam o gênero e as narrativas televisivas. Já na década de 80, algumas estruturas narrativas ou gêneros híbridos, como foi o caso do *dramedy*, desafiavam classificações anteriores e eram considerados dentro dos círculos comerciais como programas de qualidade, como foi o caso da série *Luz de luna*. O auge dos sistemas a cabo, e da televisão por satélite, inaugura o que Amanda Lotz (2007) caracteriza como a *época das múltiplas opções* na televisão, na qual o auge de estratégias de segmentação de mercado procura por audiências nicho e *narrowcasting* opostas à filosofia do *mais baixo denominador*. Isto trouxe como resultado o surgimento de produções de alta qualidade em canais como HBO, seguido pelo *Showtime*, inaugurando uma nova maneira de ver a televisão como meio. Esse auge na produção de qualidade resultará em programas como *The Sopranos*, *Lost*, ou *Heroes*, *Six Feet Under*, *Alias*, *Buffy the vampire slayer*, *Angel*, *The West Wing* ou *The wire*.

Esse renascimento da produção de qualidade nos Estados Unidos fugiu ao controle da emergência de uma especialidade acadêmica de estudos de televisão, no âmbito dos estudos culturais. Jason Mittell argumenta que uma das mais importantes expressões da qualidade dessas produções foi o incremento na complexidade narrativa destas séries (Mittell, 2006). Algumas das características que Mittell argumenta que integram a complexidade narrativa são: em termos da narrativa longamente caracterizada pelas tensões que provocam as convenções episódicas contra a

lógica serial, que resulta em operações criativas que desafiam de maneira às vezes híbrida a rigidez de ambos os modelos, o que Mittell denomina como “redefinição das formas episódicas sob a influência da narração serial”; a priorização da trama sobre os personagens (2006, p. 32) e em termos dos dispositivos de narração que recorrem ao espetáculo visual; o *flashback* e a alteração da cronologia; a ruptura da quarta parede; o uso da fantasia; a voz de um narrador; e o relato da trama a partir de diferentes perspectivas (p. 36) em termos das audiências, a ativação de um processo de “inteligência coletiva” para a informação, interpretação e discussão das narrativas complexas. Isso ativa um processo cognitivo que ajuda nas habilidades da solução de problemas. As audiências não só estão concentradas na *diégesis* destes programas como também nos mecanismos criativos usados pelos escritores e produtores para tornar possível a existência de estruturas narrativas complexas. Neil Harris, citado em Mittell, sugere que estas operações estéticas levam as audiências não a se perguntar “o que acontecerá?” e sim “como foi que fizeram?” (p. 35). A complexidade narrativa, conclui Mittell, convida à desorientação e à confusão, mas ativa nas audiências o exercício de suas habilidades de compreensão através de longo processo de ver a televisão ao mesmo tempo em que promove uma participação ativa.

À proposta de complexidade narrativa de Mittell, Michael Kackman (2010) responde com um modelo que dá ao espectador um papel mais importante na definição da qualidade com a proposta do conceito de audiências e complexidade cultural. Kackman argumenta que as operações estéticas, resultado de uma estrutura complexa narrativa, são também inegavelmente parte da “estetização das práticas criativas da recepção cultural”. Assim, o prazer que as audiências experimentam diante destas narrativas não é uma operação estética, é uma operação cultural. É assim que a habilidade de identificar uma narrativa complexa não é uma operação estética, é uma operação de reconhecimento.

“A complexidade narrativa não é só algo que você encontra no texto; é algo que nós trazemos para o texto (Kackman, 2010). Kackman encerra seu argumento perguntando-se que tipo de personagens, cenários ou dilemas podem ser considerados complexos, que mereçam a etiqueta de “qualidade” e quais devem ser relegados ao montão de ferro-velho do excesso telenoveleiro.

Assim, no modelo comercial da televisão estadunidense, além do desdobramento do espetáculo visual, a qualidade vai requerer o reconhecimento por parte do espectador e sua vontade para envolver-se e decifrar as pistas que a narrativa oferece, mas que abrem as possibilidades a uma série de interpretações alternativas. É assim que a avaliação da qualidade das telenovelas no mercado dos Estados Unidos é necessariamente mediada em relação ao desenvolvimento da ficção mostrada pelas redes em inglês. Assim, enquanto a *telenovela* se enfrenta de maneira indireta ao juízo de um mercado cada vez mais acostumado à complexidade narrativa e cultural dos programas de ficção, também se enfrenta, diferentemente do Brasil ou do México, com um mercado muitíssimo mais fragmentado em termos das competências linguísticas e heranças culturais e nacionais dos diferentes grupos que compõem a heterogênea população latina nos Estados Unidos.

No grupo social onde dois terços da população são de origem mexicana, a distribuição da audiência de alguma maneira mostra a importância em termos de identificação cultural que este dado demográfico representa. A Univisión usufruiu o domínio do mercado, beneficiado pela programação das telenovelas produzidas pela Televisa México. *Soy tu dueña* constata essa operação ao se transformar na telenovela mais vista da história da televisão hispânica e que os dez programas de ficção foram feitos pela Televisa para a Univisión. Nesse sentido, o sucesso destas novelas poderia ser explicado, a princípio, pelo conceito de proximidade cultural, exposto por Joseph Straubhaar (1991), o reconhecimento de traços culturais que a audiência privilegia, nesse caso “o mexica-

no”. No entanto, a Azteca América, subsidiária da TV Azteca, e cuja programação e identidade foram construídas a partir de sua mexicanidade, não conseguiu nem de longe o sucesso com suas telenovelas no público latino dos Estados Unidos. Assim, poderíamos falar senão de uma fórmula de sucesso à qual Oscar Hernández descreve como *telenovela suave*, em contraste com a fórmula brasileira de sucesso descrita como *telenovela dura* (Hernández, 2001). Essa fórmula de sucesso foi amplamente criticada por seu esquema maniqueísta do bem e do mal, um universo racial e de classe altamente estratificado e suas histórias baseadas no romance heterossexual onde o final feliz ou o casamento são requisitos *sine qua non* de seus encerramentos narrativos. Apesar desta crítica, a pesquisa na recepção apontou que muitas dessas histórias significaram espaços onde a população latina, particularmente as mulheres, encontra modelos a seguir que não encontra nas redes estadunidenses em inglês (Mayer, 2006). As telenovelas, em particular da Televisa, são parte de uma vivência translocal característica da experiência migratória dos mexicanos para os Estados Unidos. Assim, isso obriga a se perguntar sobre o tipo de prazer que as audiências encontram nessas narrativas e o tipo de necessidades às quais atendem que continuam premiando a rede com níveis bem altos de audiência.

O surgimento da Telemundo como primeiro produtor de conteúdo de ficção para a população latina dos Estados Unidos e os dilemas que a rede enfrenta para fazer frente ao domínio da Univisión-Televisa nos fazem repensar as implicações do conceito de qualidade. Dado o contrato de programação da Univisión com a Televisa e a Venevisión, coube à rede Telemundo, no início, importar muitas das telenovelas com *selo* de qualidade produzidas no Brasil, México ou na Colômbia. Agora como produtora, a Telemundo recorreu à compra de direitos e produção ou coprodução das telenovelas onde trabalhou com ideias de sucesso da Colômbia, do Chile ou do Brasil, entre outros. Este ano, duas produções chama-

ram atenção, em particular os *remakes* de duas produções: ¿*Dónde está Elisa?*, produção chilena da TVN, que durante 2009 ocupou o primeiro lugar de audiência no Chile. E *El clon*, coprodução com a Globo da telenovela de mesmo nome, que foi um dos sucessos mais importantes da rede no passado.

¿*Dónde está Elisa?*, um *thriller*, sem grandes valores de produção em termos de recursos, cenografias, cenários, mas, como a trama obrigava o telespectador a se perguntar onde está Elisa?, quem a sequestrou?, e, finalmente, quem a matou?, a telenovela se transformou na produção mais vista da história da rede, bem distante das audiências da Univisión-Televisa, mas com números que muitos dias dominavam a audiência dada sua programação das 10h da noite, horário em que a Univisión não programa telenovelas. Mais do que o ritmo rápido característico de muitos *thrillers*, foi o desenvolvimento de diferentes subtramas, que incluíam infidelidade, homossexualidade, drogas, assassinatos, desenvolvidos dentro do universo familiar onde o drama da ausência de Elisa e sua morte reforçaram o drama, que a audiência premiou ao sintonizá-la a cada dia. Cabe destacar a atuação de seus protagonistas, em particular da colombiana Catherine Siachoque, que interpretou Cecília Altamira, tia de Elisa, responsável por manter a tensão dramática em muitas das cenas. Embora longe da complexidade narrativa e desorientação a qual um espectador da série da ABC, *Lost*, pode ver-se submerso, a trama dessa adaptação chilena obrigava o telespectador a se manter atento a qualquer pista que lhes pudesse revelar primeiro quem foi o sequestrador e depois o assassino. Paradoxalmente, no *remake* de *Alguien te mira*, um *thriller* do mesmo escritor, a falta de subtramas de interesse, a revelação prematura de quem era o assassino e a falta de atrativo do casal protagonista afastariam o público da telenovela.

El clon, uma coprodução da Telemundo com a rede Globo e a RTI Colômbia, foi anunciada como “a telenovela mais ambiciosa da história da televisão” (Palácios, 2010). Foi gravada em alta

definição (HD) em cenários do Marrocos, no deserto do Saara, em Bogotá e Girardot, na Colômbia, e Miami, Flórida. A produção causou grande expectativa, dado o sucesso da original, e sua estreia atraiu 1,4 milhão de espectadores. A gravação em lindos cenários, a utilização de tecnologias de alta definição, a aposta em um roteiro de certo nível de complexidade, que explora as consequências dos produtos científicos, o choque cultural entre Oriente e Ocidente, e uma história de amor que desafia o tempo são elementos que apontam em direção a uma alta manufatura de qualidade a partir da perspectiva da produção. Inclusive, a colocação dos dilemas morais da ciência, a moral, os costumes e a religião através do tempo também apontam para um tipo de recepção que requer um tipo de participação da audiência que a levasse a avaliar a trama para além da anedota em todas as suas implicações culturais e sociais, apontando para uma possível construção da qualidade a partir da recepção. No entanto, em seu transcurso, a telenovela não produziu a audiência esperada, com uma média de 5 pontos, sendo superada pelas audiências mostradas esse ano por outras produções da Telemundo, como *Más sabe el diablo* com 6,8 e *¿Dónde está Elisa?*, 7,5 pontos.

Enquanto em alguns informes se aponta que o esforço da rede Telemundo ia na direção correta para incrementar a qualidade do que se oferece ao público hispânico, com o passar do tempo o interesse diminuiu. Um caso paralelo também em 2010 foi a estreia na rede Telefutura de *India*, uma produção da rede Globo, uma telenovela de grandes valores de produção que trazia como carta de apresentação o prêmio Emmy de “Melhor Telenovela Internacional” de 2009. Essa telenovela também recebeu baixa resposta da audiência, refletida em 4,1 pontos.

Indubitavelmente, a rede Globo, do Brasil, esteve à frente da proposta de produção de telenovelas de qualidade que empata com os critérios estabelecidos em termos de produção e, em muitos casos, por sua estratégia de marketing social, dentro do terreno

da qualidade no campo da função social. Então o que acontece com as audiências? Embora produções de alta qualidade brasileiras programadas na Telemundo como *Xica*, *La esclava Isaura* e o original *El clon* tenham provado ter sucesso, então o que aconteceu com as apostas pela qualidade representadas por *India* e *El clon*? Neste ponto, parece-me oportuno retomar a proposta de Michel Kackman, onde a complexidade narrativa ou a qualidade de uma produção não acabam no produto terminado, mas sim no que as audiências possam trazer para ela e a partir dos quais ele definirá como complexidade cultural. Assim, o que se encontra no centro desta discussão é o conceito de qualidade que se pode depreender do tipo de “estetização das práticas criativas da recepção cultural”, como Kackman (2010) define, que guiam o comportamento do público hispânico dos Estados Unidos.

Referências bibliográficas

- AZEVEDO, T. (2010). Clon de “El clon” — un éxito en rating. *El blog de la super fan* 33. Acessado em 1 de março de 2011 em <<http://www.telemundo33.com/blog/?p=2471>>
- BORGES, G. (2008). Parámetros de calidad para un análisis de programas televisivos en el ámbito cultural: una propuesta teórico-metodológica. *Revista Nau, Revista de NP en Comunicación Audiovisual de intercomunicación* 1(1), p. 173-192.
- CBS NEWS (2010). New NBC Universal CEO Announced. *CBS News*. Business section. New York: 2010. Acessado em 25 de fevereiro de 2011 em <<http://www.cbsnews.com/stories/2010/09/27/business/main6904236.shtml>>
- COMCAST (2011). 4th Quater Results. *Comcast.com*. Acessado em 20 de fevereiro de 2011 em <<http://www.cmcsk.com/>>
- EDGECLIFFE-JOHNSON, A. (2011). Univision chief to step down with planned IPO looming. *Financial Times*. Acessado em 16 de março de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb>>

?did=2292760341&sid=4&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>

ENTERTAINMENT & TRAVEL (2011). Univision Network; Univision's Hit *Soy Tu Duena* Woman of Steel is Top Primetime Novela in U.S. Television History. *Entertainment & Travel*. Atlanta: 2011, p. 61. Acessado em 20 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database*.

ENTERTAINMENT BUSINESS NEWSWEEKLY (2010). Verizon; Verizon Brings Customers NBC Universal's Coverage of 2010 Vancouver Winter Olympic Games. *Entertainment Business Newsweekly*. Atlanta: 2010, p. 237. Acessado em 5 de março de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1959090811&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

ENTERTAINMENT CLOSE-UP (2010). Azteca America Unveils Ford Partnership with Multiplatform Properties. *Entertainment Close-up*. Jacksonville: 2010. Acessado em 28 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database* <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2136176471&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

ENTERTAINMENT NEWSWEEKLY (2010a). Telemundo; Telemundo's ¿Dónde está Elisa? is #1 Spanish-Language Program at 10pm. *Entertainment Newsweekly*. Atlanta: 2010, p. 184. Acessado em 22 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2020403351&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

ENTERTAINMENT NEWSWEEKLY (2010b). Azteca America appoints Roberto Romagnoli as Vicepresident of Production and Entertainment. *Entertainment Newsweekly*. Business News. Atlanta: 2010. Acessado em 27 de fevereiro de 2011, em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2173486631&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

ENTERTAINMENT NEWSWEEKLY (2011). Cable Television Companies; Joshua Mintz named Senior Executive Vice President. *Entertainment Newsweekly*. Atlanta: 2011, p. 184. Acessado em 25 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2173486631&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

com/pqdweb?did=2235777471&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>

- FLORES, F. & TORRES, J. (2010). Comcast-NBC: is the merger good for Latinos? *La Prensa*. San Antonio, Texas: 2010. Vol. 21, iss. 35, p. 3A, 2 pgs.
- GLOBAL (2010). Hispanic purchasing power in U.S. is \$1 trillion strong and growing. *Global Information, Inc.* The vertical markets research portal. Press release. Acessado em 22 de fevereiro de 2011 em <<http://www.the-infoshop.com/press/mt114718.shtml>>
- GORMAN, B. (2009). *Sin senos no hay paraíso* most watched novella in Telemundo history. *TV by the numbers*. Network TV Press Releases. Acessado em fevereiro de 2011 em <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/2009/06/23/telemundos-sin-senos-no-hay-paraíso-most-watched-novela-in-telemundo-history/21343>>
- GORMAN, B. (2010). Telefuturas's hits series *El Capo* delivers highest-rated finale in network history. *TV by the numbers*. Network TV Press releases. Acessado em 16 de fevereiro de 2011 em <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/2010/06/04/telefuturas-hit-series-el-capo-delivers-highest-rated-finale-in-networks-history/53241>>
- GRUPO SALINAS (2011). Perfil-Fact Sheet. *Grupo Salinas.com*. Acessado em 1 de março de 2011 em <<https://www.gruposalinas.com/contenido.aspx?p=factsheetes>>
- HERNÁNDEZ, O. (2001). *A Case of Global Love: Telenovelas in Transnational Times*. Doctoral dissertation, University of Texas at Austin
- HISPANIC MARKET (2011). *Hispanic market overview 2011*. Adam R. Jacobson Services and Research Consultancy and HispanicAd.com.
- JAMES, M. (2011a). Univision challenges networks for ratings; Spanish-language show about woman scorned beats out NBC, ABC, FOX. *Chicago Tribune*. Chicago, Illinois: 2011, p. 36. Acessado em 24 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database*.
- JAMES, M. (2011b). Comcast earnings soar; now the hard part begins. *Los Angeles Times*. Business Section. Acessado em 25 de fevereiro

de 2011 em <<http://latimesblogs.latimes.com/entertainmentnewsbuzz/2011/02/comcast-earnings-soar-now-the-hard-part-begins.html>>

KACKMAN, M. (2010). Quality television, melodrama, and cultural complexity. *Flow tv. Special issue: Flow favorites 2010*, p. 11. Acessado em 15 de janeiro de 2011 em <<http://flowtv.org/2010/03/flow-favorites-quality-television-melodrama-and-cultural-complexity-michael-kackman-university-of-texas-austi/>>

LOTZ, A. (2007). *The television will be revolutionized*. New York: NYU University Press.

MARKETING WEEKLY NEWS (2009). Liberman Broadcasting, Inc.; Estrella tv makes its nationwide debut. *Marketing Weekly News*. Atlanta: 2009. Acessado em 3 de março de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1865461851&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

MARKETING WEEKLY NEWS (2011). Azteca America; Una Vez Mas; Azteca America Congratulates UVM Station Group for Acquisition of Full-Power Television Stations in Houston and Dallas. *Marketing Weekly News*. Atlanta: 2011, p. 211. Acessado em março de 2011 em *ProQuest Database* <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2262493811&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

MAYER, V. (2006). Living telenovelas/telenoveling life: Mexican American girls' identities and transnational telenovelas. *Journal of Communication* 53(3), p. 470-495.

MITTELL, J. (2006). Narrative complexity in contemporary American television. *The Velvet Trap* 58, p. 29-40.

MULGAN, G. (1990). *Question of Quality*. Londres: The British Film Institute.

PALACIOS, L. (2010). *El clon*, un éxito por repetir. *El Nuevo Herald*. Miami, Flórida: 2010, 1 pg. Acessado em 15 de março de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2129903011&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

- PEW HISPANIC CENTER (2008). Country of origin profiles. *Pew Hispanic Research Center*. Acessado em 5 de janeiro de 2011 em <<http://pewhispanic.org/data/origins/>>
- PEW HISPANIC CENTER (2008a). Statistical portrait of Hispanics in the United States, 2008. *Pew Hispanic Center*. Acessado em 15 de dezembro de 2010 em <<http://pewhispanic.org/files/factsheets/hispanics2008/Table%204.pdf>>
- PORTADA (2010). Estrella tv joins Nielsen national ratings. *Portada*. The leading source on Latin marketing and media. Acessado em 23 de fevereiro de 2011 em <<http://www.portada-online.com/article.aspx?aid=5936>>
- PR NEWSWIRE (2010a). Azteca America Network Presents the Azteca Stations Group, with Full-Power O&O Stations in Los Angeles, New York, San Francisco and Miami. *pr Newswire*. New York: 2010. Acessado em 6 de março de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2062906521&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>
- PR NEWSWIRE (2010b). Sergio Romero named programming manager of Azteca America. *pr Newswire*. New York: 2010. Acessado em 20 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2084999041&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>
- PR NEWSWIRE (2010c). Azteca America, MEC and AT&T Team Up to Deliver Multi-Platform Branded Integration on Ventaneando Entertainment Program. *pr Newswire*. New York: 2010. Acessado em 25 de fevereiro em *ProQuest Database* <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2107685041&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>
- PR NEWSWIRE (2011). Martin Breidsprecher named CEO of Azteca America. *pr Newswire*. New York: 2011. Acessado em 20 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2261748681&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>

- PROFESSIONAL SERVICES CLOSE-UP (2011). Telemundo reports year over year growth among key demos. *Professional Services Close-Up*. Jacksonville: 2011. Acessado em 8 de março de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2282069821&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>
- REYNOLDS, M. (2010). World Cup runs over for ESPN, Univision. *Multi-channel News*. New York: 2010. Vol. 31, iss. 28, p. 29, 1 pg.
- SHIELDS, M. (2010). NBCU creates ad net. *Mediaweek*. New York: 2010. Vol. 20, iss. 28, p. 8, 1 pg.
- STRAUBHAAR, J. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8, p. 39-59.
- TESSLER, J. (2010). To acquire NBC, Comcast must convince regulators competitors, consumer groups say fair-play promises offer too little. *South Florida Sun – Sentinel*. Fort Lauderdale, Flórida: 2010, p. D.3. Acessado em 3 de março de 2011, em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1949089301&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>
- TV AZTECA 4T10 (2011). EBITDA de tv Azteca crece 16%. Reporte Trimestral 4T10. *IRTV Azteca*. Acessado em 28 de fevereiro de 2011 em <www.irtvazteca.com>
- UNIVISIÓN (2010). Univisión Corporativo. Boletines de prensa 2010. Acessado em 25 de fevereiro em <http://www.univision.net/corp/es/press_2010.jsp>
- UNIVISIÓN (2011). Univisión Corporativo. Boletines de prensa 2011. Acessado em 15 de fevereiro de 2011 em <<http://www.univision.net/corp/es/press.jsp>>
- US CENSUS (2010). Race and Hispanic origin and the 2010 Census. *US Census Bureau*. Acessado em 5 de abril de 2011 em <<http://blogs.census.gov/censusblog/2011/03/race-and-hispanic-origin-and-the-2010-census.html>>

- VILLARREAL, Y. (2010). Embracing English subtitles. *Los Angeles Times*. Los Angeles, Califórnia: 2010, p. D.1. Acessado em 3 de março de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2153100601&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>
- VIÑES, V. e GONZÁLEZ, C. (2008) Conteúdos audiovisuais de qualidade dirigidos ao público infantil. In BORGES, G. e REIA-BAPTISTA, V. (Coords.). *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte Ltda.
- WINSLOW, G. (2011). Gateway to growth. *Broadcasting & Cable*. New York: 2011. Vol. 141, iss. 4, p. 12, 1. Acessado em 25 de fevereiro de 2011 em *ProQuest Database* em <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2247829991&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>
- YOUNG, J. e DE LA FUENTE, A. (2010). Univision, Televisa reconciled. *Variety*. tv News. Wed.: 2010. Acessado em dezembro de 2010 em <<http://www.variety.com/article/VR1118025236?query=Televisa>>

MÉXICO: “MEXICANOS AO GRITO DE GUERRA” TAMBÉM NA FICÇÃO

*Guillermo Orozco, Francisco Hernández,
Alejandro Huizar e Darwin Franco*

1. O contexto audiovisual do país

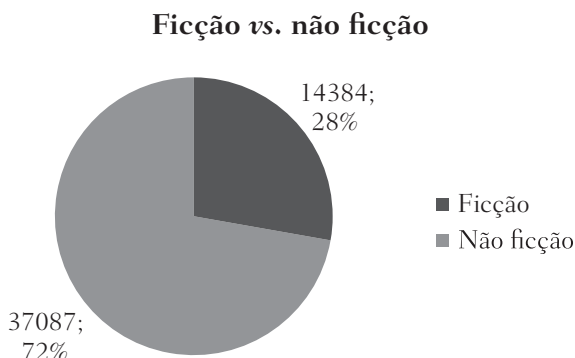
Em um ano marcado midiaticamente com festejos pátrios pela comemoração do Bicentenário da Independência, o México comemorou também um século de revolução e recrudescer sua violência na realidade atual na “luta contra o crime organizado”, assim batizada pelo presidente Felipe Calderón. A televisão, por sua vez, aproveitou para injetar muito mais violência em sua programação de ficção e legitimar, a partir dela, seu uso por parte do Estado e pelo exército como a única estratégia para conseguir a paz no cenário de guerra anunciado e reiterado em todas as telas pelo próprio presidente.

Redes nacionais de televisão aberta no México

Redes privadas (2)	Redes públicas (2)
Televisa (Canais 2, 5 e 9)	Once tv (Canal 11)
tv Azteca (Canais 7 e 13)	Conaculta (Canal 22)

1.1. Contexto audiovisual da ficção no México

A ficção na tela cai em comparação com o ano anterior, que alcançou um total de 16324 horas do total da programação. A não ficção aumenta devido aos *reality shows* tanto da Televisa quanto da tv Azteca.

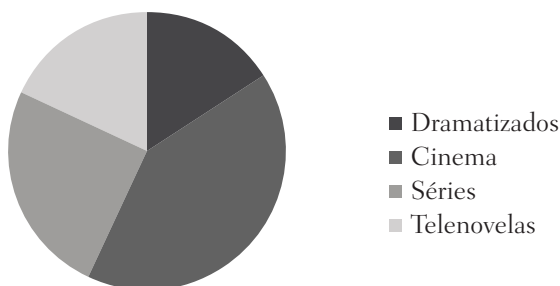


Fonte: Ibope-AGB México/Obitel México

Gênero	Horas
Ficção	14384
Não ficção	37087
Total	51472

O formato que aumenta sua presença é o de dramatizados, como *Lo que llamamos las mujeres*, *La rosa de Guadalupe* e *Cada quien su santo*, que têm uma transmissão diária e enchem as horas vespertinas. Nenhum desses títulos é de estreia, mas suas temáticas inauguraram tendências durante 2010, ao coincidir em propor soluções mágico-religiosas aos problemas abordados em suas narrativas.

Gráfico 2. Tipos de ficção transmitida durante 2010
Formato de ficção transmitida em 2010



Gênero	Horas
Dramatizado	2360:00
Cinema	5841:00
Séries	3639:00
Telenovelas	2544:00
Total	14384:00

Fonte: Ibope-AGB México

1.2. Contexto digital da ficção no México

Em 2010, o ecossistema audiovisual mexicano não só diversificou sua oferta como também em muitos aspectos incrementou o número de usuários que acessam suas múltiplas telas. A **internet**, por exemplo, cresceu 20,6%, o que significa que **32,8** milhões de mexicanos (quase uma terça parte da população total) acessam a rede. No entanto, destes só **29,8%** o fazem da sua casa. Um dado a destacar é a média diária de conexão que é de **3,21 horas** (Inegi, 2010), uma hora a menos do tempo que se dedicava à tv, **4,21 horas**.

Ao mesmo tempo do consumo de internet, incrementou-se a estância/participação dos mexicanos nas **redes sociais**, sendo a

principal o Facebook, com **16,7 milhões** de usuários, seguida do Twitter, com **12,5 milhões**.

Com relação ao uso do **telefone celular**, **80,2%** da população mexicana usam/portam um e, em média, existem **quatro celulares** por lar. Não obstante a convergência de diversos meios nesse dispositivo, só **12%** dos usuários se conectam à internet através dele. O resto prefere mandar mensagens, fotos ou vídeo ou escutar música (Cofetel, 2010).

Outra tela que cresceu em 2010 é a dos videogames, pois até agora há, no país, **13 milhões** de consoles, que congregam pouco mais de **23 milhões** de jogadores que lhes dedicam semanalmente uma média de 18 horas (CIU, 2010).

A tela por excelência, o cinema, teve um bom ano ao congregar em suas salas **189 milhões** de assistentes. No entanto, essa presença não foi um remédio para a indústria local, pois só pouco mais de **11 milhões** compareceram para ver cinema mexicano, que certamente teve uma produção de **54 filmes**, cinco a mais que em 2009 (IMCINE, 2010).

1.3. Uma violência cada vez mais integrada à ficção

A violência social que o México padece já não é tema exclusivo dos noticiários televisivos porque cada vez mais e de diversas formas as telenovelas e séries mexicanas estão representando em suas histórias as duas caras do fenômeno: a violência desmedida de grupos criminosos e as ações violentas, muitas vezes também desmedidas, do governo para combater o crime organizado¹.

1. Por iniciativa do presidente do México, Felipe Calderón, desde 2006 se empreende uma guerra frontal contra o narcotráfico em todo o país. As ações governamentais incluíram a saída do exército dos quartéis para enfrentar os criminosos. Sem resultados claros, esta confrontação (segundo cifras oficiais) ocasionou 28 mil óbitos entre agosto de 2006 e dezembro de 2010, embora organismos civis os elevem a 34 mil. A partir desta decisão governamental, a violência transbordou, produto

Na ficção mexicana a violência já não se insinua como sempre se havia feito. Hoje se vê, e com luxo de detalhes, sangue, agressão, armas, gestos de ódio e dor de seus protagonistas, vítimas e algozes. Há maior dramatização e espetacularização da violência. Também se começaram a ver na tela operativos judiciais, sequestros, execuções, atentados, “narcobloqueios” ou atos de corrupção entre os grupos criminais e as autoridades, tudo em um mesmo pacote ou diversificado (segundo convenha ao “momento político”), mas tudo integrado e justificado nas narrativas como assunto de caráter cotidiano que se conecta à realidade pela “editorialização” que, a partir das televisões, faz-se a este tipo de conteúdos.

Sob essa perspectiva, como entender que dois personagens da telenovela *Llena de amor* (Televisa) façam parte nada menos que do “Esquadrão Federal de Investigação” (EFI)? Essa ficção policial serve para mostrar à audiência: “como se realiza uma operação”; tal como aconteceu na transmissão de 21 de maio, onde esses “políciais federais” realizaram uma busca com uniformes, usando armas longas e disparando em qualquer delinquente que cruzava seu caminho. Claro, tudo enquadrado no discurso oficial que apregoa que tudo é feito “para tirar a delinquência das ruas”.

No mesmo teor, a série *Drenaje profundo* (tv Azteca) representou uma corporação policial “incorrupível”, que desintegrava e castigava grupos criminosos com todo “o peso da lei”. Essa série foi filmada nas instalações da Polícia Federal Preventiva, deixando a audiência ver a capacidade tecnológica e administrativa do grupo policial.

do enfrentamento urbano de exército e polícia (em todos os seus níveis) contra o narcotráfico ou, como esgrime o discurso oficial, produto da guerra entre os diversos cartéis do narcotráfico que lutam nas praças graças à pressão do governo.

2. Alusão direta à Agência Federal de Investigação (AFI), que pertence à Secretaria de Segurança Pública, instância que junto ao Exército Mexicano encabeça a luta contra o narcotráfico.

Do outro lado da moeda, a ficção procurou retratar os vínculos do governo ou a política com os grupos de delinquência organizada. Tal é o caso das telenovelas da tv Azteca *Vidas privadas*, *Prófugas del destino* e *La loba*. Na primeira, a vilã e seu enteado planejam passo a passo como assassinar o procurador de Justiça que se opõe a seus negócios de contrabando de mercadorias ilícitas e casas de apostas clandestinas (21/5/10). Em *Prófugas del destino*, mostra-se como um presidente municipal (prefeito) negocia a passagem e venda de droga por sua localidade. Finalmente, em *La loba*, a história de um deputado federal que usa sua posição para trabalhar a favor do narcotráfico.

Embora, desde 1996, a produção original *Nada personal* (tv Azteca) já desse mostras de realismo ao mostrar e insinuar as ligações entre a política e o crime, nas telenovelas atuais isso se faz explicitamente, já que se mostram cenas onde, com sanha, os vilões ou narcotraficantes assassinam ou ferem seus rivais, fazendo da violência um ato quase natural, mas espetacular em suas narrativas, tal como se observou em *Mujeres Asesinas 2* (versão Televisa).

A violência se transformou em um eixo articulador das ações narrativas da ficção mexicana. Sua produção televisiva a oferece descontextualizada de seu sentido de violação e abuso de direitos de terceiros. A violência na tela "não se castiga" nem se problematiza, não se discute, só se responde com mais violência. Ou pior ainda, justifica-se como parte de uma luta histórica, como aconteceu com a série *Gritos de muerte y libertad* (Televisa). Que foi realizada pelo setor de noticiários da Televisa e não pela área de produção de ficção da empresa, o que "já diz muito". Em 13 capítulos, foram retratados 13 momentos relevantes da Independência do México, e se chegou a afirmar que toda "baixa de guerra" é produto da busca da liberdade e da paz. Mensagem plenamente relacionada com a situação atual de insegurança e demagogia que o México vive. Talvez, por isso, resultou propício que em sua estreia se transmitisse pela primeira vez um *spot* onde a própria

Televisa “agradece ao exército mexicano” sua luta contra o narcotráfico³ (Franco, 2010).

1.4. Diante da violência, milagres de ficção

Os dramatizados unitários mencionados acima foram abandonando as histórias açucaradas que antes eram encomendadas às figuras religiosas, para ancorar seus novos “milagres” em temas sociais que giram também em torno da violência e insegurança. Materializando assim um forte discurso religioso (de corte católico) que se apresenta diante dos olhos dos telespectadores como a única via “real” para acalmar seus medos e inseguranças. Nesse discurso, a cidadania e suas possíveis ações ficam esfumadas ante as deslumbrantes ações que a virgem de Guadalupe ou algum santo realizam para solucionar problemas e situações onde não importa que a problemática social prevaleça se a “percepção pessoal” se reconforta. Uma vez cumprido o milagre, ou entendida a lição religiosa, parece que o castigo social se dissolve, pois a “aplicação da lei” não é um assunto de homens e sim de deuses, ou virgens, com tudo o que isso implica de erosão de uma cultura de direito, mas com tudo o que foi televisionado fatura audiência entre uma audiência majoritária que vive desprotegida das instituições mais elementares e não tem outra alternativa a não ser se refugiar na religião agora também ficcionalizada na tela televisiva!

1.5. Entre licitações e acordos políticos

Sem ainda se resolver a Lei de Meios, em aberta disputa desde dezembro de 2006, 2010 se caracterizou por ser um ano onde as telecomunicações tiveram um papel central na política midiática

3. Na produção, pode-se observar como uma população inteira aplaude os soldados mexicanos quando estes entram na sua localidade.

ca, instaurando outra frente de batalha com repercussões na produção de ficção. Prova disso foi o aberto favoritismo que a partir da Presidência da República se pretendeu fazer (este capítulo não está encerrado) à empresa Televisa. Nesse contexto, entende-se que a Televisa venha integrando nas narrativas de suas telenovelas propaganda a favor das intervenções do exército contra cartéis do narcotráfico. Não obstante, o apoio governamental à Televisa, a partir da Presidência, provocou não só um recrudescimento de **outra guerra**, a dos **corporativos midiáticos** nacionais, como também um intenso movimento social, jurídico e legislativo para impedir que a partir "do poder" fosse entregue à Televisa a possibilidade de encabeçar o negócio da convergência digital. A Secretaria (ministério) das Comunicações e Transportes (SCT) abriu, no início de 2010, as convocatórias para as licitações 20 e 21, ambas com o encargo de abrir faixas 1740 a 1755 Megahertz (MHZ) e de 2140 a 2155 MHZ do espaço radioelétrico mexicano para que mais empresas pudessem concorrer em matéria de internet e de telefonia (fixa e celular). A abertura para a concorrência inicialmente excluiu a Telmex e a Telcel, empresas de propriedade de Carlos Slim, um dos homens mais ricos do mundo segundo a revista *Forbes*, na medida em que estas são as que concentram a maior oferta no mercado (Corral, 2010).

A Licitação 21 (de cobertura nacional) ficou em disputa entre a Televisa e a Nextel. Ao se oficializar a compra, ambas configuraram o Consórcio NII Digital, mesmo sendo o único organismo a concorrer pela licitação (Franco, 2010b). Mas a guerra continuou, já que em 16 de agosto a Cofetel outorgou a Licitação 21 para a NII Digital a um preço 28 vezes menor do que o valor de mercado⁴ e apesar de existirem mais de 60 queixas contra a outorga de tal concessão por

4. Com o aval da SCT e da Cofetel, a Televisa-Nextel teria pago apenas 134 milhões e 399 mil pesos, quando o valor líquido dos 30 GHz do espectro radioelétrico era de 180 milhões e 300 mil pesos.

parte de empresas como Telcel, Axtel e Iusacell, todas participantes do processo (Villamil, 2010).

No entanto, o processo conseguiu ser detido quando a própria Televisa cancelou, em 9 de outubro, a negociação destinada a comprar 30% da Nextel. Ação da qual foi legalmente deixada de lado, pois no dia 16 do mesmo mês emitiu-se uma medida cautelar que ordenava a imediata dissolução da empresa *NIU Digital*, questão que não só deixou sem efeito o título de concessão que foi outorgada a esta pela Licitação 21 como, além disso, evidenciou e confirmou todas as irregularidades do processo (Trejo, 2010).

1.6. A guerra Sky vs. Dish

A outra frente aberta é disputada pela Televisa e a Telmex, pois a primeira impediu a segunda de entrar no negócio da televisão. Não obstante, a tendência se rompeu quando a Telmex entrou de forma indireta no mercado através da Dish. Esta é uma sociedade onde a *mvs* (empresa mexicana de televisão) possui 60%, e a *EchoStar* (companhia estadunidense), 40%. No entanto, existem indícios de que a Telmex ancora (respalda) a Dish na compra dos receptores que a *EchoStar* fabrica, através da empresa *Teninver*, na qual a Telmex possui 60%, e a *mvs* /*EchoStar*, 40% (Celis, 2011).

A Televisa, através de suas empresas de tv por satélite, *Sky* e *Cablevisión*, solicitou à Comissão Federal de Concorrência (CFC) que revise o acordo comercial que a Telmex tem com a Dish, pois a companhia telefônica não tem permissão para oferecer serviços de televisão, coisa que de alguma maneira faz ao cobrar em seus recibos o serviço da Dish (Sosa, 2011).

A Dish representa uma forte concorrência para os sistemas mexicanos de televisão por satélite e por cabo, pois seus preços e pacotes estão 50% abaixo de companhias como *Sky* ou *Cablevisión*. Em apenas dois anos, a Dish conseguiu ter 2,1 milhões de

assinantes contra 2,8 da Sky acumulados ao longo de mais de uma década. Esta guerra-concorrência é a única de todas as que estão na tela, e em torno dela, que pode redundar em benefícios para as audiências.

1.7. O apagão analógico, um “canhonaço político”

No dia 1º de setembro, anunciou-se, por Decreto Presidencial, que o México adiantaria para 2015 o “apagão analógico” que se tinha programado para 2021. Com isso, nas palavras do presidente Felipe Calderón, não só se entraria em cheio na televisão digital como, além disso, permitiria a liberação de grandes faixas do espectro radioelétrico para que as empresas mexicanas de telecomunicações pudessem diversificar seus sinais e serviços.

A mais beneficiada com isso seria a Televisa, pois a esta foi outorgada, em 2009, a exploração de 20 mil quilômetros do cabeamento de fibra ótica. Esse cabeamento, conforme o decreto, seria vital para a conversão dos sinais analógicos. O Decreto Presidencial levantou muitas dúvidas, porque o presidente se excedeu em suas funções ao intervir e com isso violentar as políticas e ações de um organismo autônomo: a Cofetel, única instância encarregada de levar a cabo o “apagão analógico” no México. Essa grande omissão permitiu que a Câmara de Deputados apresentasse perante a Suprema Corte de Justiça da Nação (SCJN) um recurso de inconstitucionalidade que deixou o decreto sem efeito⁵.

5. Em 2011, a SCJN não só debaterá o Apagão Analógico como a pertinência de abrir o mercado da televisão nacional para uma terceira ou quarta rede nacional. Ideia que a própria SCT anunciou que poderia ser factível entre 2011 e 2012.

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

Tabela 1. Produções exibidas em 2010 e respectivas emissoras

<p>Televisa: 12 títulos nacionais 1. <i>Cuando me enamoro se detiene el tiempo</i> (telenovela) 2. <i>Ellas son la alegría del hogar</i> (série) 3. <i>Gritos de muerte y libertad</i> (série histórica) 4. <i>Hermanos y detectives</i> (série) 5. <i>Llena de amor</i> (telenovela) 6. <i>Locas de amor</i> (série) 7. <i>Niña de mi corazón</i> (telenovela) 8. <i>Para volver a amar</i> (telenovela) 9. <i>Soy tu dueña</i> (telenovela) 10. <i>Teresa</i> (telenovela) 11. <i>Triunfo del amor</i> (telenovela) 12. <i>Zacatillo, un lugar en tu corazón</i> (telenovela)</p> <p>Televisión Azteca: 6 títulos nacionais 13. <i>Drenaje profundo</i> (série) 14. <i>Entre el amor y el deseo</i> (telenovela) 15. <i>La loba</i> (telenovela) 16. <i>Prófugas del destino</i> (telenovela) 17. <i>Quiéreme/Quiéreme tonto</i> (telenovela) 18. <i>Vidas robadas</i> (telenovela)</p>	<p>Once tv México: 3 títulos nacionais 19. <i>Bienes raíces</i> (série) 20. <i>Los Minondo</i> (série) 21. <i>Soy tu fan</i> (série)</p> <p>Televisa: 8 títulos estrangeiros 22. <i>Amor descarado</i> (telenovela) 23. <i>Así es la vida</i> (dramatizado unitário) 24. <i>¿Dónde está Elisa?</i> (telenovela) 25. <i>El clon</i> (telenovela) 26. <i>Gitanas</i> (telenovela) 27. <i>Isa</i> <small>TKM</small> (telenovela) 28. <i>La viuda de blanco</i> (telenovela) 29. <i>Pecados ajenos</i> (telenovela)</p> <p>Televisión Azteca: 1 título estrangeiro 30. <i>La favorita</i> (telenovela)</p>
---	--

O primeiro traço notável na tabela 2 é a presença das produções hispânicas dos Estados Unidos na televisão aberta mexicana. As seis telenovelas provêm da usina multicultural da Telemundo (algumas vezes em aliança com outras produtoras como a Film in Florida) e foram transmitidas no Canal 9 ou Galavisión. Em 2009, a Telemundo teve só duas telenovelas no México. No que diz respeito à produção nacional, não existe uma grande variação com relação ao ano passado quanto ao número de títulos; incrementa-se só um, pelo que se pode deduzir que o ritmo de produção se manteve nas

televisões privadas, mas apresentou um ligeiro incremento do lado da televisão pública, representada pela Once tv México. No entanto, há uma queda geral quanto à quantidade de horas efetivas de transmissão e os números de capítulos produzidos com relação a 2009 (33% e 12% menos, respectivamente).

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional*	21	70	1766	72	1194	75
Ibero-americana	9	30	676	28	394:30	25
Latino-americana (âmbito Obitel)	3	8	57	2	38	2
Latino-americana (âmbito não Obitel)	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	6	16	619	20	356:30	18
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Outras (coproduções ibero-americanas)	-	-	-	-	-	-
Total	30	100	2442	100	1588:30	100

Fonte: Ibope-AGB México/Obitel México

A novidade na tabela 3 é o surgimento de uma produção brasileira: *La favorita*, da rede Globo. Mas só foram transmitidos nove capítulos e foi tirada do ar devido aos baixos índices de audiência. Diante desse “fracasso”, a TV Azteca se encaminha rumo à compra de roteiros da Globo em vez de estrear suas telenovelas, o que significará que sua aliança se enfocará na adaptação das histórias com manufatura nacional. Colômbia e Venezuela completam o aporte latino-americano à tv aberta mexicana.

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Brasil	1	11	9	1	06:30	2
Argentina	-	-	-	-	-	-
Chile	-	-	-	-	-	-
Colômbia	1	11	19	3	13:30	3
Equador	-	-	-	-	-	-
Espanha	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	6	67	619	92	356:30	90
México	-	-	-	-	-	-
Portugal	-	-	-	-	-	-
Uruguai	-	-	-	-	-	-
Venezuela	1	11	29	4	18	5
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am/ibero-am)	-	-	-	-	-	-
Total	9	100	676	100	394:30	100

Fonte: Ibope-ACB México/Obitel México

Na tabela 4 se observa a mesma tendência notada em anos anteriores: o *prime time* é de produções nacionais, enquanto as produções hispânicas dos Estados Unidos e as do resto da América Latina são colocadas no horário da tarde e da noite. É justamente no horário noturno onde excepcionalmente se transmitiu a série produzida pela televisão pública, Once tv México.

A telenovela continua sendo o formato mais produzido e transmitido tanto na indústria nacional como no que concerne aos produtos importados, como mostra a tabela 5; no entanto, este ano há mais séries mexicanas na oferta programática em relação ao ano passado.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-americanos				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6h-12h)*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarde (12h-19h)	562	32	376	32	377	56	248	63	939	38	624	39
Prime time (19h-22h)	1021	58	705	59	-	-	-	-	1021	42	705	45
Noturno (22h-6h)	183	10	113	9	299	44	146:30	37	482	20	259:30	16
Total	1766	100	1194	100	676	100	394:30	100	2442	100	1588:30	100

Fonte: Ibope-acb México/Obitel México

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais				Ibero-americanos							
	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%
Telenovela	13	69	1528	87	1044	87	8	89	657	97	380	96
Série	8	31	238	13	150	13	-	-	-	-	-	-
Mimissérie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telefilme / tv movie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros (docudrama, unitário etc.)	-	-	-	-	-	-	1	11	19	3	14:30	4
Total	21	100	1766	100	1194	100	9	100	676	100	394:30	100

Fonte: Ibope-acb México/Obitel México

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela	-	-	11	92	8	73	2	29	21	70
Série	-	-	-	-	3	27	5	71	8	27
Minissérie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telefilme / TV <i>movie</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros (docudrama etc.)	-	-	1	8	-	-	-	-	1	3
Total	-	-	12	100	11	100	7	100	30	100

Fonte: Ibope-ACB México/Obitel México

**Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios
(sem intervalos comerciais)**

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	-	-
Média (30'-60')	2412	100
Longa (60'+)	-	-
Total	2442	100

Fonte: Ibope-AGB México/Obitel México

Embora este ano se tivesse esperado uma quantidade maior de produções históricas por ser o Bicentenário da Independência e o Centenário da Revolução, não foi assim. Na tabela 8 podemos ver como as telenovelas e séries que se produzem atualmente têm seu centro narrativo no presente, e só duas produções foram históricas, comemorativas: uma da televisão pública e outra da televisão privada.

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	28	93
Passado	-	-
Histórica	2	7
Outra	-	-
Total	30	100

Fonte: Obitel México

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, share

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Casa Produtora	TV privada ou pública	Formato	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Audiência %	Share %
1. <i>Soy tu dueña</i>	México	Televisa	Privada	Telenovela	Inés Rodena	25,7%	36,8%
2. <i>Triunfo del amor</i>	México	Televisa	Privada	Telenovela	Delia Fiallo	20,3%	30,9%
3. <i>Llena de amor</i>	Venezuela	Televisa	Privada	Telenovela	Carolina Espada/ Rossana Negrin	19,1%	29,6%
4. <i>Cuando me enamoro</i>	México	Televisa	Privada	Telenovela	Caridad Bravo Adams	18,1%	29,9%
5. <i>Teresa</i>	México	Televisa	Privada	Telenovela	Mimi Bechelani	17,4%	30,7%
6. <i>Zacatillo</i>	México	Televisa	Privada	Telenovela	Pedro Pablo Quintanilla	16,6%	29,6%
7. <i>Para volver a amar</i>	Colômbia	Televisa	Privada	Telenovela	Adriana Suárez/ Pedro Miguel Rozo	14,4%	26,3%
8. <i>Locas de amor</i>	Argentina	Televisa	Privada	Série	Pablo Lago/Susana Cardozo	14,6%	21,4%
9. <i>El clon</i>	Brasil	Telemundo	Privada	Telenovela	Gloria Pérez	13,1%	23,2%
10. <i>Gritos de muerte y libertad</i>	México	Televisa	Privada	Série	Caitlin María Irwin/ Carlos Pascual/Luis Mario Moncada/ Catalina Aguilar	12,9%	20,5%
Total de produções: 10		Roteiros originais nacionais: 6			Roteiros estrangeiros: 4		
100%		60%			40%		

Fonte: Ibope-AGB México/Obitel México

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano	Número de capítulos	Duração do capítulo/ episódio	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
1. <i>Soy tu dueña</i>	Telenovela	Ficção	2010	146	Média	19/4/2010	7/11/2010	<i>Prime time</i>
2. <i>Triunfo del amor</i>	Telenovela	Ficção	2010	50*	Média	25/10/2010	Em curso	<i>Prime time</i>
3. <i>Llena de amor</i>	Telenovela	Ficção	2010	206	Média	3/5/2010	13/2/2011	<i>Prime time</i>
4. <i>Cuando me enamoro</i>	Telenovela	Ficção	2010	131*	Média	5/7/2010	13/3/2011	<i>Prime time</i>
5. <i>Teresa</i>	Telenovela	Ficção	2010	110*	Média	2/8/2010	27/2/2011	Tarde
6. <i>Zacatillo</i>	Telenovela	Ficção	2010	130	Média	1/2/2010	30/7/2010	Tarde
7. <i>Para volver a amar</i>	Telenovela	Ficção	2010	146	Média	12/7/2010	30/1/2011	Tarde
8. <i>Locas de amor</i>	Série	Ficção	2010	25	Média	3/5/2010	4/6/2010	Noturno
9. <i>El clon</i>	Telenovela	Ficção	2010	225	Média	8/3/2010	14/1/2011	Noturno
10. <i>Gritos de muerte y libertad</i>	Série	Ficção	2010	22	Média	30/8/2010	2/10/2010	<i>Prime time</i>

Fonte: Ibope-acb México/Obitel México

Como se pode apreciar na tabela 11, os temas clássicos das telenovelas mexicanas continuam em voga. Em algumas produções se incluem temáticas sociais, além dos dramas pessoais ou entre casais que, em alguns casos, não obstante, são apenas aludidos. Não há tratamentos apropriados e acabam sendo solucionados pela “fé religiosa”. Por exemplo, o caso de uma mãe que sempre acreditou que seu filho não havia sido assassinado por alguma máfia e este reaparece, quando já era dado oficialmente como morto (*El triunfo del amor*).

Como consignamos nos anuários anteriores, a composição sociodemográfica das audiências mexicanas no corte metodológico que se realizou (os dez programas de ficção de estreia mais vistos na televisão aberta) tende a se caracterizar por uma predominância do setor feminino, maior de 30 anos e localizado dentro de um nível socioeconômico médio-baixo (D+). Este perfil de audiência não variou significativamente ao longo dos quatro anos que se vem analisando de maneira sistemática este aspecto. 2010 não é exceção e a tendência continua se confirmando como tal. A única variação na análise deste ano é que os homens ultrapassaram a “barreira dos 30%” para se igualar com as mulheres dentro da assistência de um programa: *Gritos de muerte y libertad* (naturalmente, é aí onde menos houve mulheres seguindo uma produção de ficção).

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos (*)

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Soy tu dueña</i>	1.- Amor 2.- Ascensão social 3.- Conflitos familiares	1.- Atenção médica em comunidades rurais 2.- Problemas de terras 3.- Inclusão de propaganda política do estado de Hidalgo
2. <i>Triunfo del amor</i>	1.- Drama do reconhecimento 2.- Amor e desamor 3.- Ascensão social 4.- Moral religiosa	1.- Adoção e orfandade 2.- Proteção civil (ajuda a bombeiros) 3.- Adultério
3. <i>Llena de amor</i>	1.- Amor/desamor 2.- Conflito familiar (herança) 3.- Autoestima pessoal	1.- Violência social 2.- A obesidade e a anorexia como problemas de saúde pública
4. <i>Cuando me enamoro</i>	1.- Amor/desamor 2.- Vingança 3.- Conflito entre famílias	1.- Cuidado com o meio ambiente 2.- Promoção turística (a Rota do Vinho no México) 3.- Suicídio
5. <i>Teresa</i>	1.- Ascensão social 2.- Amor/desamor 3.- Vingança	1.- Descriminação de classe 2.- Violência de gênero 3.- Promoção turística para o estado de Zacatecas
6. <i>Zacatillo</i>	1.- Amor/desamor 2.- Conflitos familiares	1.- Cuidado com o meio ambiente 2.- Reciclagem de detritos
7. <i>Para volver a amar</i>	1.- Equidade de gênero 2.- O papel social da mulher 3.- Vida de casal 4.- A união/desunião familiar	1.- Violência e equidade de gênero 2.- Câncer de mama 3.- VIH-Aids 4.- Adultério 5.- Delinquência juvenil 6.- Alcoolismo 7.- Homossexualidade 8.- Migração

<p>8. <i>Locas de amor</i></p>	<p>1.- Autoestima 2.- Superação pessoal 3.- Reflexão sobre a sensatez e a loucura</p>	<p>1.- Atenção aos problemas mentais 2.- Equidade de gênero</p>
<p>9. <i>El clon</i></p>	<p>1.- Clonagem humana 2.- Conflitos étnicos e religiosos 3.- Amor/desamor</p>	<p>1.- A clonagem e a bioética 2.- Conflitos étnico-religiosos 3.- Multiculturalidade 4.- Vício em drogas</p>
<p>10. <i>Gritos de muerte...</i></p>	<p>1.- A construção da nação 2.- Identidade mexicana 3.- Luta armada pela paz e independência</p>	<p>1.- O reconhecimento cultural do mexicano 2.- A luta armada como estratégia política 3.- O discurso oficial ante o conflito armado</p>

Fonte: Obitel México.

(*) Número de capítulos transmitidos até 31 de dezembro de 2010

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais assistidos: gênero, idade, nível socioeconômico

Programa	Canal/rede	Gênero %		Faixas de idade %					Nível socioeconômico %			
		Mulheres	Homens	4-12	13-18	19-29	30-44	45+	ABC+	C	D+	DE
1. <i>Soy tu dueña</i>	Canal 2/Televisa	63,8	36,1	15,4	9,7	17,6	26,9	30,1	15,1	15,8	36,9	32,0
2. <i>Triunfo del amor</i>	Canal 2/Televisa	65,4	35,4	14,6	11,1	18,5	26,1	29,5	14,2	15,5	40,1	30,1
3. <i>Llena de amor</i>	Canal 2/Televisa	66,0	33,9	16,4	11,0	19,0	24,8	28,5	14,8	15,2	36,7	33,1
4. <i>Cuando me enamoro...</i>	Canal 2/Televisa	68,9	31,03	14,9	11,3	19,5	25,0	29,	16,4	16,6	36,4	30,8
5. <i>Teresa</i>	Canal 2/Televisa	69,9	30,0	15,7	12,7	20,4	25,3	25,7	16,7	17,3	35,9	29,8
6. <i>Zacatillo...</i>	Canal 2/Televisa	69,5	30,5	17,9	13,2	19,2	22,9	26,8	13,7	16,8	37,1	32,3
7. <i>Para volver a amar</i>	Canal 2/Televisa	69,4	30,5	16,5	12,9	19,1	25,6	25,7	18,7	19,0	33,6	28,5
8. <i>Locas de amor</i>	Canal 2/Televisa	66,7	33,3	15,6	9,6	18,7	26,7	29,2	16,5	16,6	36,7	30,0
9. <i>El clon</i>	Canal 9/Televisa	64,4	35,5	14,5	11,8	23,4	27,2	22,9	12,0	12,5	39,0	36,3
10. <i>Gritos de muerte...</i>	Canal 2/Televisa	59,9	41,0	15,8	10,0	17,8	27,2	29,0	17,6	16,7	36,2	29,3

Fonte: Ibope-acn México/Obitel México

3. Recepção transmidiática

Para essa análise piloto, selecionou-se a telenovela *Soy tu dueña* (Televisa) por duas razões: 1) foi a ficção mais vista em televisão nacional durante 2010 (27,84 audiência) e 2) foi uma das que tiveram maior resposta massiva pela internet. Pelo menos em sua última semana de transmissão (de 11 a 19 de novembro de 2010) registrou uma média diária de 181.000 visitas e 125 comentários por capítulo dentro do site web da Televisa, Tvolucion⁶.

O que se destaca à primeira vista é que a porcentagem de participação dos usuários que recorrem a este site para não perder o fio narrativo da sua telenovela é muito baixo, pois a média por capítulo (125) foi menos de 0,001% do total de conteúdos. O que significa que de cada 1.810 pessoas que viram a telenovela ali, só dois comentaram alguma coisa. O que confirma que este é um “site para ver a televisão”, não para interagir com ela.

Uma dificuldade na análise da ficção na internet é que – diferentemente da televisão clássica e sua audiência – não há certeza nem da idade nem do gênero daqueles que recorrem à rede.

6. Este site web foi criado pela Televisa em 2009. Uma de suas particularidades é que o usuário pode ver nele os programas televisivos uma hora depois de estes terem ido ao ar, assim como toda a programação que essa televisão realizou desde 2008. Os programas de ficção se alojam em microsites que permitem ver cada um seus capítulos. O Tvolucion oferece, além disso, plataforma para que cada usuário possa deixar algum comentário ou então responder a um postado por outro. Em cada capítulo, além disso, é oferecido um contador do número de visitas e comentários. Com base nestas cifras, tirou-se uma média de visitas da última semana de transmissões da ficção aqui analisada. Ver: www.tvolucion.com

Outra dificuldade é identificar todos os sites desdobrados em forma de blogs, wikis ou microsites⁷ etc., que são criados em relação a uma telenovela ou outro produto televisivo.

Nesta análise se reporta a forma pela qual esta ficção se desdobrou em três sites: Tvolucion, YouTube e Facebook. Enfocando-se no primeiro, por ser até agora a opção mais popular para rever a programação da Televisa e, eventualmente, interagir com ela. Nos dois últimos sites, *Soy tu dueña* também teve uma presença constante, pois só no Facebook foram criados em torno dela 166 perfis, os mesmos que agruparam um total de 140.622 usuários, dados até 11/2/10. Estes confirmaram, de seus perfis, sua preferência ao clicar em "curti", opção que permite aos usuários desta rede social manifestar seus gostos por diversos conteúdos ou grupos⁸, embora isso não necessariamente signifique que participem ativamente neles. Já que a aplicação é usada pela maioria dos *feisbukeros* como uma forma simbólica de manifestar aos "outros" seus gostos, 140 grupos de *Soy tu dueña* no Facebook foram desse tipo. O resto, 26, são grupos ativos e seus membros participam constantemente, trocando opiniões sobre a telenovela, sua história, personagens, atores e, inclusive, sobem para o perfil fotos, notícias ou vídeos relacionados com a ficção.

7. Em uma revisão geral no buscador de blogs, wikis e microsites do Google (<http://blogsearch.google.es/>), os sites dedicados total ou parcialmente a falar/informar/comentar sobre ficção se desdobram em mais ou menos 179 mil. Sua revisão, conseqüentemente, torna-se complicada para os fins deste relatório. No entanto, destacam-se os sites: www.soytudenatotal.com e novelasoytuduena.blogspot.com/, criados por fãs para subir todo tipo de conteúdo da telenovela, em ambos existe um setor de vídeos onde é possível ver e comentar cada um dos capítulos.

8. Existem nove formas de criar grupos no Facebook; a divisão se dá de acordo com a área de interesse (negócios, interesse comum, arte e entretenimento, geografia, internet e tecnologia, só por diversão, música, organizações, esporte e ócio e grupo de estudantes). Estes, por sua vez, se subdividem para ser mais específicos. Para o caso desta análise, os grupos mais presentes foram arte e entretenimento (no subgrupo televisão) e só por diversão.

A maioria dos vídeos é linkada do YouTube, site onde *Soy tu dueña* possui (pelo menos) 600 vídeos que foram subidos tanto pela televisão como por diversos fãs que através de suas contas carregaram para o site capítulos completos ou fragmentos deles. É de se destacar que o capítulo final desta ficção contabilizou no YouTube, até 11/2/11, 615.972 visitas e 75 comentários. Aqui, assim como no Tvolucion, o nível de participação, apesar das possibilidades da plataforma, continua sendo baixo.

Através deste popular site de vídeos, pode-se ver os primeiros traços das narrativas transmidiáticas que estão sendo criadas no México, pois neles existem edições (*remix*) onde os fãs agrupam os melhores momentos da telenovela ou fazem um vídeo no qual constroem – baseados na narrativa original, não em uma nova – a história de amor dos protagonistas⁹, seja usando as próprias canções da ficção ou algumas outras que consideram que combinam melhor com a história nela narrada. Em seguida se descreve o tipo de usuários que entrou no Tvolucion para ver *Soy tu dueña*¹⁰, assim como o tipo de comentários que eles realizaram em relação a sua história, seus personagens, atores ou a situações que emolduraram a citada ficção.

A média diária de visitas e comentários, levando em conta só os seis capítulos, foi de 181.000 visitas e 125 comentários. O que este quadro demonstra é que a trama narrativa é diretamente proporcional ao interesse que surge por ver, continuar ou voltar a ver a ficção na internet. Se olharmos o crescimento desde o capítulo 141 ao capítulo 146 (final) veremos que não só triplica o número

9. Isso também acontece com o resto das telenovelas mexicanas. Não obstante, a faceta de criação de novos conteúdos derivados da narrativa original continua deserta.

10. O corpus de análise compreende do capítulo 141 ao 146, últimas seis emissões. Desde 2006, a Televisa estimula que as telenovelas acabem no domingo, para gerar maiores níveis de audiência. Os finais no domingo são mais longos, chegando inclusive a duas horas, como foi o caso de *Soy tu dueña*.

Quadro 1:
Número de visitantes e comentários por capítulo

Capítulos	141	142	143	144	145	146	Total
Visitas	147.458	150.293	165.420	194.978	251.973	352.352	1.262.474
Comentários	48	69	72	69	92	401	751

Tabela: Obitel México com dados do Tvolucion

de visitas como também os comentários crescem de maneira proporcional. A que atribuir isto, ao desfecho dos nós narrativos da história televisiva ou à oportunidade de “voltar a viver” a experiência na internet?

Talvez a resposta seja compartilhada, porque os comentários vertidos no capítulo final dão conta da extensão emotiva que a ficção deixa nas audiências, pois muitas delas se vinculam tanto com a história que em seus comentários perdem a noção e escrevem pensando que seus artistas estarão a par do que elas colocam:

Oi, adoro a novela não perco nenhum dia. Lucero, que corpão!
Jesica Estefani, 6/11/10, 01h13

Comentários que se reforçam ante a possibilidade que o Tvolucion lhes dá de repetir uma e outra vez essas sensações:

Obrigada Tvolucion por estar por dentro das nossas necessidades se não fosse por vocês não poderia ter seguido a telenovela, pois por causa do meu trabalho às vezes dormia cedo (...) mas aproveitava minhas tardes para ver os capítulos que perdia. A novela está tão boa que não me importava perder o sono. Mode, 4/11/10, 18h54

Os 751 comentários registrados no Tvolucion dão conta de uma variedade de temáticas onde as audiências reparam e

comentam, muitas delas se enfatizam em “ressaltar ou enaltecer” as características da ficção, que bem podem estar relacionadas com a história, os personagens, os atores que os personificam e suas características físicas, o vestuário ou as locações.

Uma novela com muitos valores e respeito, que hoje em dia não se veem. Não importa que seja uma readaptação, o importante é mostrar para as pessoas que o amor verdadeiro é fiel, e não cede às tentações, hoje em dia, não se vê isso, porque as pessoas tristemente já não têm valores... Mayte Lara, 8/11/10, 19h18

Mas também há indícios de questionar os conteúdos da telenovela, em que pese manter o gosto por eles:

Vi a novela com muito interesse, acho que a história é boa assim como os atores, mas mais que uma história de AMOR parece de MALDADE porque a maioria das atuações é assim (...) deveriam dar mais espaço a situações de AMOR para que para o público resulte mais de remanso nestes momentos onde os noticiários estão infestados do mesmo. JR, 4/11/10, 20h20

Embora também existam aqueles que passam dos comentários construtivos à crítica total do conteúdo televisivo ou das expressões de aprovação que outros usuários fazem dos mesmos. Isso, na maioria das ocasiões, provoca que os “fãs da telenovela” se agrupem para “atacar o usuário” ou para exigir que ele os deixe em paz com seus gostos.

Super decepcionante o final, não sei como podem gostar de uma coisa tão, mas tão decepcionante. Graças a Deus que já terminou. Vamos ver se a Televisa faz novas histórias já estamos cheios de coisa requentada. Rossy, 8/11/10, 14h03

Resposta a Rossy:

Não seja tão amargurada, se você não gosta, não assista... é muito bobo e estúpido ver alguma coisa que você não gosta. Não te amargure; vá ver coisas que você goste e evite estas chateações. Andrés Conde, 8/11/10, 14h:47

Não obstante, a maioria dos comentários dos usuários do Tvolucion se concentra em "exaltar" os conteúdos e são poucos aqueles que constroem uma crítica a respeito do visto. Parte da explicação estaria em que este é um site sobretudo para "ver", não para interagir além disso. Mas parte também se explicaria porque para a audiência receptiva custa ser audiência proativa, mesmo tendo a plataforma tecnológica adequada (Orozco, 2011). No próximo quadro, quantifica-se o tipo de comentários que os usuários deixaram.

Quadro 2. Divisão por tipos de comentários

Capítulos							
Comentários	141	142	143	144	145	146	Total
CF	38	47	43	53	57	302	540
CU	5	16	14	14	23	88	160
CP	5	5	12	1	10	5	38
CD	0	1	3	1	2	6	13
Total	48	69	72	69	92	401	751

Tabela: Obitel México com dados do Tvolucion

Notas:

Comentários dirigidos à ficção e seus conteúdos (CF), aqui se incluem as opiniões da história, da temática, dos personagens, dos atores, do vestuário, das locações e do desenlace etc.

Comentários dirigidos a outros usuários (CU), tanto respostas positivas como negativas.

Comentários dirigidos à plataforma (CP), queixas, anúncios dirigidos à plataforma.

Comentários desvinculados (CD), aqui todos aqueles conteúdos sem relação com a ficção.

Os comentários que destacam as “bondades” da telenovela encabeçam a aproximação interativa que os fãs têm tanto com a plataforma como com a recepção transmidial. Também é significativo que a interação entre os usuários represente 21% dos tipos de comentários, sendo os mais recorrentes: 1) os esclarecimentos sobre o que aconteceu em algum capítulo ou situação, o nome de algum ator ou canção e 2) as respostas a comentários que criticam o conteúdo de *Soy tu dueña*.

De 1,7% de comentários que foram dirigidos se centraram em algum incômodo por não ter visto ou escutado algum capítulo ou porque este, simplesmente, não carregava no site. O Tvolucion em nenhum dos casos respondeu os comentários dos usuários.

O próximo quadro fragmenta – de maneira geral – o tipo de comentários que predominou sobre os conteúdos da telenovela. Aceitando que o que aqui se apresenta é uma decisão metodológica *ad hoc*, a divisão é feita em função do matiz positivo/negativo dos diversos conteúdos que destacaram na revisão pontual dos comentários vertidos em cada um dos capítulos dos que se compõem esta análise.

Quadro 3. Tipos de comentários dirigidos à ficção

Capítulos							
Comentários	141	142	143	144	145	146	Total
H+	16	24	28	28	28	173	297
H-	1	5	3	8	5	80	102
P+	6	2	0	6	3	2	19
P-	4	6	3	4	8	4	29
A+	6	8	9	2	4	19	48
A-	0	2	0	3	4	10	19
T+	4	0	0	0	0	2	6
T-	1	0	0	2	5	12	20
Total	38	47	43	53	57	302	540

Tabela: Obitel México com dados do Tvolucion

Nota:

História positiva (H+) e negativa (H-), personagens (P+) e (P-), atores (A+) e (A-) e televisão (T+) y (T-)

A maioria dos comentários – como era de se esperar – se deu no capítulo 146, daí que muitos deles se focaram em manifestar opiniões a respeito do “lindo final” e sobre como iam sentir falta da história e seus personagens. É para destacar que 18% dos que deixaram uma mensagem no Tvolucion emitiram algum tipo de comentário crítico para com a telenovela ou seus atores, seja detalhando sua falta de coerência ou credibilidade, seu tom rosa ou as atuações ruins.

Outro dado importante é que a maioria da audiência/usuário não distingue entre o papel dos personagens da história e os atores que os personificam, pois os comentários positivos e negativos são emitidos por igual, o que fala do grau de penetração cultural que as telenovelas têm nas audiências, ou é um indício de uma nova maneira de se apropriar do produto midiático.

4. O mais destacado do ano

Junto com a proliferação da violência na ficção, que já vai sendo uma espécie de “*sensorium* envolvente” na televisão mexicana, algo inédito até agora, destacamos três acontecimentos importantes.

Em primeiro lugar, o que se lançou como **Iniciativa México**, em horário vespertino/noturno dominical, impulsionada pelas duas principais redes, Televisa e tv Azteca, mas realmente “capitaneada” pela primeira. Esta iniciativa convocou e mostrou na tela em seu lançamento os representantes ou donos da maioria das empresas de meios (audiovisuais e escritos) e dos reitores das principais universidades do país. Este espetacular e estranho conglomerado de atores públicos e privados deu seu aval ao que veio a ser um *reality show*, do tipo *La Academia*, onde mexicanos criativos foram propostos, expostos, concursados e, a maioria, eliminados com todas suas valiosas e meritórias iniciativas.

Iniciativa México pretendeu, além de mostrar a unidade dessas “forças vivas” do melhor do país (daí que o sistema midiático, o político, o sistema educativo e cultural lhe outorgassem seu respaldo), lançar uma mensagem positiva às audiências atribuladas pela violência e pela insegurança crescentes no contexto da guerra interna que o México padece, onde se reconhecia essa grande iniciativa característica dos mexicanos e iam ser premiados, quase como heróis, aqueles cujas propostas fossem consideradas vencedoras. No entanto, como sintética, mas muito oportunamente a qualificou a revista *Zócalo*, especializada em análise de meios, transformou-se em falácia! (n.º 125). Segundo seus colunistas Raúl Trejo (2010b) e Jenaro Villamil (2010b), Iniciativa México foi “um negócio com um discurso conservador” que foi anunciado como uma “campanha filantrópica” mas constituiu um grande negócio político e financeiro para seus verdadeiros protagonistas, não os exibidos na tela, mas os de trás e em especial a Televisa, que com esta Iniciativa procurou limpar sua imagem aproveitando uma conjuntura nacional

e conseguindo o respaldo de diversos setores da institucionalidade mexicana. Um respaldo que o próprio presidente já quisera para "sua guerra" a partir de suas próprias trincheiras.

Em segundo lugar, é muito importante histórica e culturalmente para o México o fato de que a **televisão pública**, finalmente, tenha se lançado a sério na produção de ficção, e, junto com ela, outros canais comerciais menores e produtores independentes, como Cadenatres, o que em conjunto significa uma ruptura também política e econômica no modelo tradicional midiático do país e significa uma concorrência real (por ora ainda emergente) em um sistema caracterizado justo por uma permanente "abolição da concorrência" (Hernández y Orozco, 2007).

Durante 2010 observou-se como a Once tv México decidiu continuar adiante com a produção de séries, uma arriscada decisão que começou em 9 de setembro de 2009 quando colocou no ar XY, sua primeira série para adultos. Em 2010 lançou mais duas séries: *Bienes raíces* e *Los Minondo*. A primeira abordando o tema de diversas relações entre casais do ponto de vista feminino e na segunda incursionando a partir da **perspectiva da mestiçagem** que procurava equilibrar as culturas e os olhares indígena e espanhol na guerra da Independência. Mesmo deixando incógnitas sem resolver sobre outros aspectos jurídicos e de mudança de inclusão do Ministério da Educação ao de Governança, o que é um passo atrás na condução democrática da televisão pública-estatal no México, esta televisão dá passos adiante e entra pela porta da qualidade e da inovação temáticas. A perspectiva de chegar à metade da população, 49 milhões de telespectadores, está por ser alcançada quando em 2011 cristalizar a infraestrutura televisiva em diversas regiões do país onde hoje ainda o sinal aberto da Once tv México não chega.

Finalmente destacamos outra **"batalha" entre redes televisivas** que teve como resultado o deslocamento em audiência da tv Azteca pela Telemundo. Telemundo, uma televisão latina nos

Estados Unidos, tirou do *top ten* 2010 as telenovelas da tv Azteca, fato historicamente repetido, apesar da Globo nesse ano. Isso significou que as telenovelas da Telemundo, que a Televisa transmite através do Canal 9 (Galavisión)¹¹, registraram audiências mais altas que algumas telenovelas da tv Azteca. Por exemplo, sua principal aposta, *Entre el amor y el deseo*, que realizou conjuntamente com a rede Globo, conseguiu apenas 8,4 pontos de audiência enquanto outras produções da Telemundo como *El clon* (um roteiro de origem brasileira)¹² e *¿Dónde está Elisa?* obtiveram 13,1 e 10,5 pontos, respectivamente. A tv Azteca e a rede Globo assinaram, em 2009, um convênio para que as telenovelas brasileiras comesçassem a ser transmitidas na tela mexicana e para que ambas as empresas realizassem diversas coproduções. Mas não foi até 2010 que esse convênio se materializou, primeiro com a transmissão, no México, da telenovela *La favorita*, que foi a telenovela mais vista no Brasil em 2009, e depois na coprodução da já mencionada *Entre el amor y el deseo*. Isto, somado ao que ocorreu com *La favorita*, como já destacaram Hernández e Huízar (2010), vem relvelar mais uma vez o problemático modelo de coprodução de ficção no México (particularmente no caso da Azteca) e o posicionamento da adaptação ou a franquia como tendência de modelo de sucesso de produção.

11. Desde 2008, a Televisa e a Telemundo mantêm um convênio pelo qual a primeira empresa distribui no México a programação da segunda. Com um crescimento paulatino, as ficções latino-estadunidenses ocupam no canal mexicano além de seu *prime time* uma parte importante de sua faixa programática (17-20 horas).

12. *El clon* foi uma telenovela de grande sucesso no mundo hispânico. No entanto, exibida no México em sua versão original, não foi bem. Agora, coproduzida pela Telemundo/Globo e falada em espanhol (anulando a tradicional rejeição no México a telenovelas dubladas), pôde apresentar um apelo mais natural, próprio de seu roteiro valendo-se, além disso, do *marketing* de sua trajetória. O resultado é que alcançou o 9º lugar entre os *top ten* do ano no país.

5. Tema do ano: qualidade na ficção

No México, falar de uma televisão com programação e produção de qualidade é falar da luta da televisão privada mexicana em sua tentativa por conciliar seu ânimo de lucro, próprio de toda empresa comercial, com a responsabilidade de oferecer um serviço de *interesse público*, a que está obrigada esta indústria no México pelo fato de utilizar o espaço aéreo que é propriedade da nação. O significado de *interesse público*, e por fim da televisão de qualidade, variou ao longo de mais de 60 anos de história. As diferentes interpretações de qualidade foram tanto por parte dos empresários privados como por parte do Estado. Seja este último em seu papel de vigilante do bem comum como em seu papel de produtor e exibidor de conteúdos através da televisão pública.

5.1. A qualidade nos primeiros anos da televisão mexicana (1950-1955)

O presidente Miguel Alemán Valdés (1948-1954) autorizou a televisão comercial no México. O início formal desse meio de comunicação foi em setembro de 1950, quando foi ao ar o sinal do Canal 4. Em março de 1951, Emilio Azcárraga Vidaurreta, empresário da indústria radiofônica e cinematográfica, colocou em funcionamento o Canal 2. Quatorze meses depois inicia o Canal 5.

Podemos dizer que, em sua primeira etapa, a televisão depende da cinematografia, dos esportes e dos espetáculos vigentes no entretenimento popular. A televisão *transforma* em conteúdos os filmes e encontros esportivos e, ao incorporá-los à sua programação, estabelece uma relação de dependência (parasita) com as indústrias que os produzem. Mejía Barquera (1999, p. 169-170) documentou que durante seu primeiro ano de vida (1950-1951) o Canal 4 difundia "somente das 3 da tarde às 7 da noite, tinha pouquíssima produção e as transmissões esportivas, que duravam duas horas em média,

permitted-lhe preencher o tempo de tela e inclusive prolongar seu horário até as 9 ou 10 da noite”. Kalb, jornalista estrangeiro que informou a respeito do surgimento da televisão no México, escreveu que a televisão era “tão nova e experimental, que não permitiu a sua restrita audiência criar uma *estrela* [...] o que mais se parece com isso são os touros” (Kalb, 1950, p. 37). O jornalista continuou sua matéria dizendo que no final de 1950 a televisão no México era “um só canal (Canal 4) à espera da corrida de touros dominical que se inicia às 4 da tarde” (idem). O mesmo pode ser dito do Canal 2; seu programa inaugural em março de 1951 foi uma partida de beisebol e durante meses “a única coisa que programávamos era beisebol e alguns filmes” (Herrán, entrevistado por Castellot, 1993, p. 74).

As crônicas mostram que neste período inicial da televisão no México, a Universidade Nacional organizava um programa de televisão que consistia em mesas-redondas das quais participavam destacados acadêmicos. A oferta se completava com obras de teatro televisionadas, funções de ópera e concertos de música clássica. Paradoxalmente, a qualidade dos programas não dependia da televisão, mas do espetáculo (esportes, filmes, musicais) que se transmitia ao vivo.

5.2. A programação de qualidade entre 1955 e 1968

As perdas crescentes dos três canais privados pelos baixos investimentos publicitários obrigaram os concessionários a se unir em uma só empresa e criar, em 1955, o primeiro monopólio televisivo: Telesistema Mexicano. A prioridade dos empresários sob esta nova forma de propriedade foi a recuperação dos investimentos realizados em seus negócios. E para consegui-lo tiveram que se esquecer, pouco a pouco, da promessa de exibir e produzir conteúdos de qualidade (*o interesse público*) e em troca favorecer a rentabilidade. Se em um sistema privado de televisão não existe concorrência, desaparece a motivação por criar uma programação

inovadora e prevalece a lógica mercantil. Ao contar com uma audiência cativa se impõe o critério monopólico de produzir mais com menos. A produção e exibição de ficção passam, no melhor dos casos, para um segundo plano.

Na década de 60, a indústria mexicana da televisão avançava mas ainda não alcançava níveis de qualidade e profissionalismo como os que se exigiam nos Estados Unidos ou Grã-Bretanha. Em 1961 os gostos da audiência eram assim:

“Os eventos taurinos atraem 80% ou às vezes mais do total de telespectadores [...] Depois dos touros, o que mais interessa ao público é a transmissão de boxe; normalmente, conta com mais de 60% dos espectadores, nas funções de sábado nas quais geralmente são apresentadas lutas de maior categoria e com 40% na função de quarta-feira. Outro evento que está considerado entre os prediletos é o futebol; a maioria dos aparelhos que funcionam aos domingos pela manhã está sintonizada no Canal 2 para ver este esporte. Em seguida vem a lista que nossos leitores já conheceram: programas musicais, cômicos, telenovelas etc. Assim está na atualidade o gosto dos telespectadores, que não variou no que primeiro se refere, desde que existe a TV no México” (Suplemento de imprensa: *Usted, Novedades y La TV*, 7-13 de agosto, 1961).

5.3. A intervenção do Estado e as repercussões na qualidade da programação

A dependência da televisão comercial dos conteúdos parasitas era evidente. Exibir corridas de touros, boxe e futebol foi muito barato e teve e tem uma excelente resposta das audiências. A produção de conteúdos próprios na primeira década da televisão mexicana era pobre e de confecção ruim. Ainda que tivesse incursionado na produção de telenovelas (*Senda prohibida*, 1957) ainda não se contava com uma linguagem própria. Havia incômodo entre a

audiência e o Estado interveio. Primeiro ao outorgar uma permissão em 1958 para que o Instituto Politécnico Nacional criasse o Canal 11 (Once tv México). Este canal educativo foi concebido como um sistema de televisão que servisse como complemento da educação politécnica e que além disso prestasse um serviço à comunidade através de um canal cultural que não existia nem no México nem na América Latina.

Em 1966, o Ministério da Educação Pública colocou em funcionamento um plano de Alfabetização. Este ambicioso projeto compreendia o estabelecimento de uma rede de emissoras televisivas, ligadas por micro-ondas ao Canal 11 que teria a missão de transmitir programas de caráter educativo e cultural destinados às crianças. Em 1968, o Estado deu mais um passo e anunciou o início da Telesecundaria, que consistia em cursar os três anos de educação secundária através da televisão.

Este breve relato de ações serve para documentar que para o Estado mexicano, **uma programação de qualidade equivale a uma programação educativa**. O que se pensou como uma linha programática que se contrapusesse ao entretenimento que dominava na televisão comercial. Sob este paradigma, a televisão pública “renuncia” de fato, e por uma ilustrada mas rígida e antiquada concepção de educação e cultura, à produção de ficção, deixando-a nas mãos da televisão privada.

Em 1968, o governo mexicano outorgou duas novas concessões e com esta medida terminou o monopólio da televisão, estabelecido em 1955. O poderoso grupo Monterrey investiu mais de 20 milhões de dólares na empresa Televisión Independiente, que operaria o Canal 8. (Por isso o “**Chavo** era do 8”.) A partir de suas emissões de teste em setembro de 1968, a Televisión Independiente mostrou propostas inovadoras, produziu “programas-ferrovia”; um conceito que procura “aumentar com sucesso a audiência de fim de semana ligando uma série de programas, como vagões atrás de uma locomotiva, e designando um animador para conduzir o ‘trem’.

Cada programa incluiria temas leves de entretenimento: variedades para crianças, musicais, brincadeiras e concursos, e o que viesse” (Fernández e Paxman, 2000, p. 150). Sob esta fórmula concebeu-se o que seria *Siempre en domingo*, um dos programas de maior sucesso da televisão mexicana, não obstante suas cinco horas de duração aos domingos à tarde/noite. Corresponde à Televisión Independiente ter produzido os programas *El Chavo del 8* e *El Chapolín Colorado*, dois dos programas mais populares na América Latina.

A ruptura do monopólio e a consequente concorrência entre empresas privadas mostrou seus benefícios. Em 1968, a Telesistema Mexicano estreou *La tormenta*, primeira telenovela de corte histórico que relatou a Guerra de Reforma (1857-1872) e a Revolução Mexicana (1910-1920). Nesse mesmo ano foi exibida a telenovela *Los caudillos*, que cobria o período que vai desde a Independência do México até pouco antes de 1860. A terceira telenovela foi *La Constitución*, e a quarta, *El carruaje*, que narra a luta encabeçada pelo presidente Benito Juárez em meados do século XIX. Como mostra Gutiérrez Espíndola (1988, p. 97), em que pese o fato de que estas telenovelas fossem transmitidas muito tarde, “praticamente todas constituíram grandes sucessos de auditório e inclusive se transformaram em material de exportação”.

A empresa Televisa abandonou a produção de telenovelas de corte histórico e decidiu explorar a elaboração de telenovelas de conteúdo social ou também chamadas telenovelas pró-desenvolvimento. A primeira foi *Ven conmigo*, telenovela que mostrava os benefícios da educação para adultos e procurava motivar o grande auditório a continuar estudando. A telenovela ficou no ar entre dezembro de 1975 e dezembro de 1976, pelo Canal 2. A segunda telenovela com uma mensagem social estruturada foi *Acompáñame*, transmitida entre agosto de 1977 e abril de 1978. O valor central desta produção foi mostrar a importância que tem o planejamento familiar no sucesso da harmonia familiar. A terceira

telenovela deste corte foi *Vamos juntos*, transmitida entre julho de 1979 e abril de 1980, e que abordou o tema do desenvolvimento integral da criança através da paternidade responsável. Houve mais duas séries, *El Combate*, orientadas a impulsionar a educação para adultos. E a quinta telenovela, *Caminemos*, que foi direcionada a promover os valores da educação sexual para adolescentes e o planejamento familiar. Por esta série, foi concedida à Televisa, na cidade de Nova York, o Prêmio Anual da Excelência na categoria de “Melhor Programa Internacional”. (Gutiérrez Espíndola, 1988, p. 102-103).

As inovações no que se referem à programação e produção de conteúdos foram propostas nos períodos de “livre” concorrência. Períodos que foram muito curtos, por exemplo de 1968 a 1972 e de 1993 a 1997, mas que não obstante mostram que a inovação e a criatividade têm lugar quando não há controle monopólico sobre elas.

A intervenção do Estado na televisão também foi um fator-chave que fez variar o que se entende por qualidade. Na “história das televisões” no México (no plural) as novas empresas que em seu momento chegaram a competir contra os monopólios, por exemplo os canais 8 e 13, *versus* Telesistema Mexicano, fizeram-no com propostas programáticas diferentes. A diferença programática era a única forma de participar no negócio da televisão.

É até muito recentemente (2009) que se rompe essa crença histórica de que a qualidade tem a ver com programação educativa não de entretenimento. A Once tv começa com muito sucesso a produzir ficção comercial, com uma ótima qualidade em sua confecção (Ortega, 2010). Neste contexto é que se deve entender, e por isso o destacamos anteriormente, a novidade de que a televisão pública mexicana produza e transmita ficção na sua tela.

Referências bibliográficas

- BARQUERA, MEJÍA (1999). Televisión y deportes. In: Sánchez, M. e Ramírez, M. (Coords.). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*, *Revista Mexicana de la Comunicación*, p. 169-170.
- CASTELLOT, L. (1993). *Historia de la televisión en México*. México: Alpe.
- CELIS, D. (2011). Controla Slim a Dish vía Teninver que fondea y mantiene a MVS y EchoStar no jornal *El Excelsior* (9 de fevereiro). Disponível em: <http://www.excelsior.com.mx/Templates/Default/imprimir.php?id_notas=712524>
- CIU (2010). *Mercado de Videojuegos en México: Convergencia y Hábitos*. Disponível em: <<http://www.the-ciu.net/>>
- COFETEL (2010). *Usuarios de teléfonos celulares en México*. Disponível em <www.cft.gob.mx>
- CORRAL, J. (2010). Subasta a modo, no jornal *El Universal* (27 de julho). Disponível em: <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/49199.html>
- ESPÍNDOLA, GUTIÉRREZ (1988). La industrialización del melodrama (historia y estructura de la televisión mexicana. In: Trejo, Raúl (Coord.) (1988). *Las redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas.
- FRANCO, D. (2010). Triple C para Televisa *Homo Zappings* na revista *Buzos*, n.º 394.
- _____. (2010b). Gritos de rating y libertad na revista *Zócalo*, ano X, n.º 129, México, p. 56-59.
- HERNÁNDEZ, F. e OROZCO, G. (2007). *Televisión en México. Un recuento histórico*. México: Universidad de Guadalajara.

- HERNÁNDEZ, F. e HUIZAR, A. (2010). Modelos de producción de ficción de tv Azteca. El caso de las telenovelas. In: Rodríguez, Z. (Coord.). *Entretejidos comunicacionales. Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación*. México: Universidad de Guadalajara, p. 43-64.
- INEGI (2010). *Encuesta en Hogares sobre Disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información*. Disponible em: <<http://www.inegi.org.mx>>
- IMCINE (2010). *Informe Anual de Actividades*. Disponible em: <<http://www.imcine.gob.mx/informes-y-estadisticas.html>>
- KALB, B. (1950). Toros on televisión. In: *New York Times*, 19 de novembro; p. SM 39.
- OROZCO, G. (2011). La condición comunicacional contemporánea. Desafíos Latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. In: Jacks, J. (Coord.) (2011). *Análisis de Recepción en América Latina. Un recuento histórico para el futuro*. Quito: CIESPAL (En prensa).
- ORTEGA, P. (2010). Comunicación y calidad. Una relación mediada por el mercado. In: Andión, M., McPhail, F. e Ortega, P. (Coords.). *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternatividad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana y Miguel Ángel Porrúa.
- SOSA, G. (2011). La guerra Sky-Dish coluna *Telecomunicaciones y Medios* do periódico *El Universal* (14 de janeiro). Disponible em <<http://www.eluniversal.com.mx/columnas/87970.html>>
- TREJO, R. (2010). Ruptura Nextel-Televisa confirma irregularidad de Licitación 21, Boletín Informativo de la Asociación Mexicana de Acceso a la Información (Amedi). Disponible em: <<http://www.amedi.org.mx/index>>
- _____. (2010b). Iniciativa México: negocio y discurso conservador na revista *Zócalo*, ano X, n.º 125, México, p. 8-12.
- USTED, NOVEDADES Y LA TV (1961). *Suplemento de prensa* agosto 7-13.

VILLAMIL, J. (2010). Dos mil millones de pesos más para favorecer a Televisa-Nextel en Medios, política y diversidad sexual, Blog personal de Jenaro Villamil. Disponível em: <<http://jenarovillamil.wordpress.com/2010/09/26/dos-mil-millones-de-pesos-mas-para-favorecer-a-televisa-nextel>>

_____. (2010b). La verdadera agenda de Azcárraga, revista *Zócalo*, ano X, n° 125, México,

PORTUGAL: NOVOS DESAFIOS¹

Isabel Ferin Cunha, Catarina Duff Burnay, Fernanda Castilho

1. O contexto audiovisual do país

Tabela 1. Canais nacionais de sinal aberto em Portugal

Canais privados (2)	Canais públicos (2)
SIC	RTP 1
TVI	RTP 2
Total canais = 4	

1. A equipe Obitel Portugal gostaria de agradecer à MediaMonitor/Marktest Audimetria, na pessoa do dr. Pedro Lourenço, pela colaboração na partilha de dados desde 2006.

Gráfico 1. Gêneros de programas oferecidos pela tv

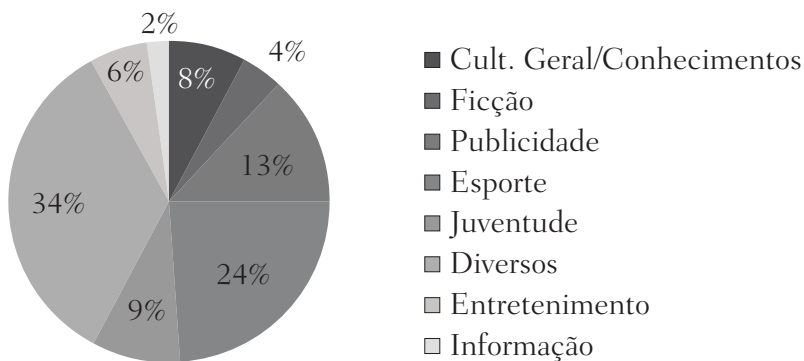


Gráfico 2. Audiência por canais

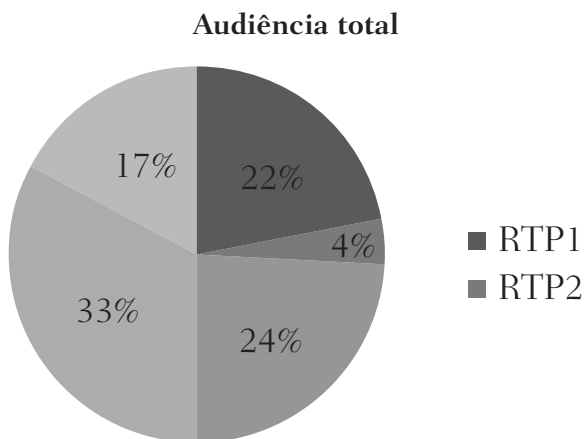
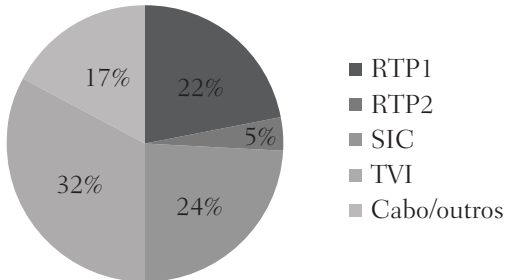


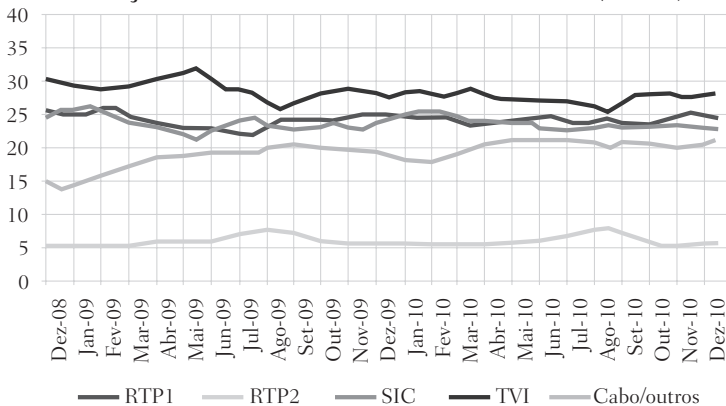
Gráfico 3. *Share* por canais

Share de audiência 2010



EM PORTUGAL AS QUATRO emissoras de televisão aberta terminam a primeira década do milênio mantendo as mesmas estratégias de programação dos últimos anos, isto é, dando ênfase aos gêneros ficção, informação e desporto (futebol). Entre os canais privados, a TVI (Televisão Independente) continua em primeiro lugar, liderando as audiências, enquanto a SIC (Sociedade Independente de Comunicação) e a emissora pública, RTP1 (Rádio e Televisão Portuguesa), disputam mês após mês o segundo lugar. A RTP2 encontra-se em

Evolução do Share de audiência mensal (em %)



último lugar nas audiências dada a natureza da sua programação vocacionada para nichos selecionados de audiência.

De acordo com os estudos da Marktest Audimetria, em média cada português viu, por dia, 3 horas e 29 minutos de televisão em casa. O perfil dos maiores consumidores deste meio permaneceu semelhante ao de 2009, ou seja, residem na região sul, pertencem à classe baixa, mulheres, donas de casa, com mais de 64 anos. Dados recolhidos por outros organismos, como o Observatório da Comunicação (Obercom), confirmam que os cidadãos com idade entre 15 e 34 anos, das classes sociais mais altas, são os que menos assistem televisão.

1.1. Propriedade dos meios de comunicação

Em função da legislação aprovada pela Entidade Reguladora da Comunicação (ERC), em 2010 os grupos e órgãos de comunicação social tiveram de prestar informações sobre a estrutura acionista e os meios de comunicação que compõem o grupo, com o objetivo de assegurar a transparência da propriedade da mídia no país. Esta informação ficou disponível quando da reformulação do site da ERC, no item “Transparência”, permitindo esclarecer as sucessivas alterações de propriedade dos meios de comunicação em Portugal. O site contém os organogramas de cada grupo, identificando as estruturas de propriedade, os nomes dos administradores e funções das administrações, como das gerências dos grupos de comunicação social. Os principais grupos de comunicação atualmente em Portugal são: Adriano Lucas, Lda., Cofina, SGPS, S.A., Controlinveste, SGPS, S.A., Grupo Media Capital, SGPS, S.A., Impresa – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A., Lena Comunicação, SGPS, S.A., Medioeste – Edições Multimédia, Lda., Portugal Telecom, SGPS, S.A., Rádio Renascença, Lda., Sonaecom, SGPS, S.A., ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A.

Em relação aos quatro canais generalistas de acesso livre, a SIC, com capital social de 30 milhões de euros, continua a ser proprieda-

de da Impresa. Na televisão detém os canais SIC, SIC Internacional, SIC K, SIC Mulher, SIC Notícias, SIC Radical e SIC Online (<http://sic.sapo.pt/online/>), assim como a Lisboa TV, sob a presidência de Francisco Pinto de Balsemão. A TVI pertence ao grupo Media Capital, com capital social de 65,8 milhões de euros. Na televisão a Media Capital detém a TVI, a TVI 24h e TVI Online (www.tvi.iol.pt/), com Manuel Polanco Moreno como presidente.

A RTP1 e a RTP2 pertencem ao grupo Rádio Televisão de Portugal (RTP). Resultado do acordo de reestruturação financeira firmado com o Estado em 2003, a RTP obteve um resultado líquido positivo em 2010, de acordo com o presidente da empresa, Guilherme Costa.

Em outubro de 2010, Costa anunciou que a empresa atingiria um lucro operacional de 18 milhões de euros, o que ocorreria pela primeira vez em 20 anos. E que, em função do desinvestimento da BBC nos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), os grupos de comunicação SIC, TVI e RTP, através dos canais codificados internacionais, intensificaram as suas transmissões para esses países, especialmente Angola, Cabo Verde e Moçambique.

A implementação da TDT (televisão digital terrestre) continuou a ser um dos temas mais discutidos, tendo em conta as datas propostas para o *switch-off* das emissões de televisão analógica. O ano começou com o anúncio do pedido de revogação de título de distribuição por parte da PT Comunicações, o que significa a desistência da TDT paga, mesmo após a concessão do título de operador de distribuição que lhe foi atribuído no âmbito do concurso público aberto pela Portaria n.º 207-A/2008, de 25 de fevereiro. No entanto, em março, o Conselho Regulador da Entidade Reguladora da Comunicação (ERC) considerou improcedente a pretensão da empresa no sentido de revogar o título de operador de distribuição que lhe foi atribuído.

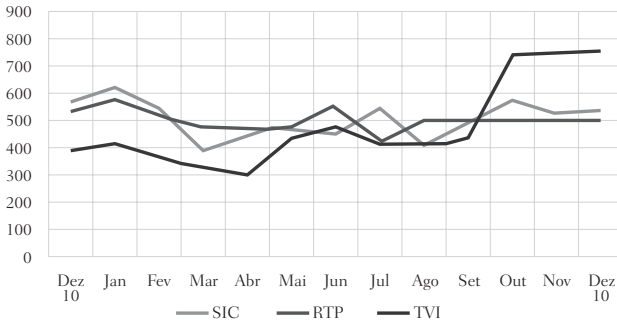
O projeto de regulamentação relativo ao concurso público para atribuição de direitos de utilização de frequências de âmbito nacional e parcial para o serviço de radiodifusão televisiva digital

terrestre e de licenciamento de operador de distribuição foi lançado em 2007 e só em 2010 a PT Comunicações decidiu pedir a anulação do título atribuído. A decisão da ERC em negar o pedido de revogação, segundo o seu comunicado público, teve por objetivo resguardar a independência da implementação da televisão digital terrestre em Portugal, projeto considerado de importância estratégica para o interesse nacional. A migração da televisão analógica para a digital pretende começar em Portugal a partir do início de 2011, com a sucessiva desativação dos retransmissores analógicos, conforme recomendação da Comissão Europeia. Esse processo deverá culminar, já no início de 2012, com o encerramento total das transmissões analógicas. A substituição do antigo sistema submete os portugueses não assinantes de televisão paga, que recebem o sinal de televisão tradicional através de antena analógica, à compra de um descodificador e uma antena adaptada para que possam usufruir do sistema de emissão digital.

De acordo com o relatório “A transição para a televisão digital terrestre na Europa”, resultado do projeto “adopt-dtv: Barreiras à adoção da televisão digital no contexto da transição da televisão analógica para o digital em Portugal”, produzido pela Universidade Lusófona, Obercom e Anacom, Portugal é um dos últimos países da Europa Ocidental a lançar de forma efetiva a TDT e iniciar o processo de transição para o digital. O estudo aponta que 92% dos portugueses com mais de 18 anos desconhecem quando vai ser desligado o sinal analógico de televisão, 45,3% dos inquiridos afirmam não ter televisão paga em casa e, destes, 96,7% responderam ter televisão analógica. O estudo evidenciou ainda que 60,6% dos entrevistados estão preocupados com os futuros custos referentes à mudança².

2. De acordo com o plano para o *switch-off*, a Anacom decidiu que os retransmissores de Alenquer, Cacém e Nazaré farão parte da fase piloto do encerramento das emissões analógicas terrestres (12 de maio, 16 de junho e 13 de outubro de 2011).

Gupos de canais TV portugueses utilizadores únicos (em 000)



Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

A programação noticiosa referente ao país continua a ter grande destaque nas televisões generalistas portuguesas, seguida do futebol. Um dos principais destaques de 2010 foi o retorno do formato *reality show*, com a estreia de *Secret story: casa dos segredos* (TVI). Os dez programas especiais de domingo desse *reality show*, as galas, tiveram média de 14,5% de audiência e 45,7% de *share* e foram vistos por 7,6 milhões de portugueses, ou seja, 84% do universo da amostra assistiram a pelo menos uma gala. O programa obteve grande repercussão na imprensa cor-de-rosa, tomando espaço das notícias relacionadas às celebridades das telenovelas. *A casa dos segredos* também tornou-se o principal concorrente da ficção televisiva ao disputar os primeiros lugares na lista dos programas mais vistos com o título *Espírito indomável* (TVI) durante os três últimos meses do ano.

Em relação à internet, os portugueses passaram mais tempo nos sites dos canais de televisão em 2010. Segundo o estudo Netpanel da Marktest, durante o mês de dezembro 1.601 pessoas residentes em Portugal continental acima dos 4 anos acessaram sites de televisão a partir de casa, 2,9% acima do registrado no mês anterior e 14,3% acima do verificado no mesmo mês em 2009. Os acessos aos sites da SIC, TVI e RTP oscilaram no decorrer do ano. O

comportamento dos internautas variou em relação às audiências televisivas. Os sites da SIC e da RTP tiveram mais acessos de janeiro a setembro. No entanto, o site da TVI registrou maior número de entradas de outubro a dezembro.

Nesse item menciona-se ainda a movimentação de empresas públicas e de operadores privados de televisão, bem como das empresas de telecomunicações, em torno dos conteúdos para *tablets*, *ipads* e *smartphones* e as experimentações com videogames ficcionados.

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

Lista das produções exibidas em 2010 e respectivas emissoras

<p>RTP1: 12 títulos nacionais <i>Conta-me como foi</i> (série) <i>Liberdade 21</i> (série) <i>O que se passou foi isto</i> (série) <i>Pai à força</i> (série) <i>Cidade despida</i> (série) <i>A minha família</i> (sitcom) <i>A noite do fim do mundo</i> (minissérie) <i>Noite sangrenta</i> (minissérie) <i>O segredo de Miguel Zuzarte</i> (minissérie) <i>República</i> (minissérie) <i>Voo directo</i> (série)* <i>Regresso a Sزالinda</i> (série)**</p>
<p>RTP1: 5 títulos importados (Brasil) <i>Chamas da vida</i> (telenovela) <i>Sangue do meu sangue</i> (telenovela) <i>Ribeirão do tempo</i> (série) <i>Poder paralelo</i> (telenovela) <i>Carga pesada</i> (série)</p>
<p>SIC: 5 títulos nacionais <i>Lua vermelha</i> (série) <i>Perfeito coração</i> (telenovela) <i>Camilo, o presidente</i> (sitcom) <i>Cenas de um casamento</i> (sitcom) <i>Laços de sangue</i> (telenovela)***</p>

SIC: 11 títulos importados – Brasil/Argentina*Ciranda de pedra* (telenovela)*Paraíso* (telenovela)*Armadilha* (telenovela)*Viver a vida* (telenovela)*Passione* (telenovela)*Caras & Bocas* (telenovela)*Toma lá* (série)*Negócio da China* (telenovela)*Escrito nas estrelas* (telenovela)*Ti-ti-ti* (telenovela)*O mundo de Patty* (série)**TVI: 14 títulos nacionais***Deixa que te leve* (telenovela)*Destino imortal* (minissérie)*Ele é ela* (sitcom)*Meu amor* (telenovela)*Morangos com açúcar: VII* (série)*Sentimentos* (telenovela)

37 (minissérie)

Mar da paixão (telenovela)*Dias felizes* (minissérie)*Espírito indomável* (telenovela)*Morangos com açúcar: Vive o teu verão* (série)*Campeões e detetives* (série)*Morangos com açúcar VIII: Agarra o teu futuro* (série)*Sedução* (telenovela)

*coprodução com a Produtora Angolana Semba (transmissão nos dois países).

** coprodução com a TPA – Televisão Pública de Angola.

*** coprodução com a TV Globo (Brasil).

Em 2010 verifica-se o aumento de oferta de produção ficcional em sete títulos (três nacionais e quatro latino-americanos). O aumento do volume de produção é mais expressivo no canal de serviço público, com um incremento em 50% (de oito para 12 títulos). Relativamente aos canais comerciais, verifica-se uma tendência díspar, com a SIC oferecendo menos dois títulos do que em 2009 (de sete para cinco) e a TVI a oferecer mais um título (de 13 para 14). Congruentemente com as ofertas gerais de anos anteriores, a TVI continua a ser o canal a incluir mais programas de ficção nas suas grades, seguida pela RTP1 e depois pela SIC. No que concerne aos conteú-

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional	31	65,9	1741	56,8	1351	56,7
Ibero-americana	-	-	-	-	-	-
Latino-americana (âmbito Obitel)	16	34,1	1322	43,2	1032:56	43,3
Latino-americana (âmbito Obitel)	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	-	-	-	-	-	-
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Outras (coproduções ibero-americanas)	-	-	-	-	-	-
Total	47	100	3063	100	2383:56	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Markttest Audimetria

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Brasil	15	31,9	1204	39,3	941:18	39,5
Argentina	1	2,2	118	3,9	91:38	3,8
Chile	-	-	-	-	-	-
Colômbia	-	-	-	-	-	-
Equador	-	-	-	-	-	-
Espanha	-	-	-	-	-	-
EUA (produção hispânica)	-	-	-	-	-	-
México	-	-	-	-	-	-
Portugal	31	65,9	1741	56,8	1351:00	56,7
Uruguai	-	-	-	-	-	-
Venezuela	-	-	-	-	-	-
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am/ibero-am)	-	-	-	-	-	-
Total	47	100	3063	100	2383:56	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Markttest Audimetria

dos latino-americanos, observa-se a permanência de um padrão de oferta, com a RTP1 transmitindo telenovelas da Record, a SIC apresentando telenovelas da TV Globo e a TVI não incluindo quaisquer produções desta origem nas grades. Nesse sentido, o Brasil mantém a liderança enquanto país de origem de ficção latino-americana, verificando-se, apenas, a apresentação de uma produção argentina – *O mundo de Patty* (SIC) – dublada em português.

Apesar desse aumento de produções, observa-se uma diminuição do número de capítulos/episódios e do número de horas dos títulos nacionais (7% e 4%, respectivamente). Em relação aos conteúdos latino-americanos, o aumento do número de títulos manifestou-se numa maior quantidade de capítulos/episódios (13%), bem como num maior número de horas (7%). Essa contradição deve-se, muitas vezes, a estratégias de programação que levam a cortar ou a estender a duração prevista de um capítulo/episódio.

O horário nobre continua a ser o período de maior concentração de conteúdos ficcionais produzidos em Portugal, seguido pelo período tarde com a transmissão de três títulos ancorados na série juvenil *Morangos com açúcar* estreada em 2003 (*Morangos com açúcar VII: Vive o teu talento*; *Morangos com açúcar VII: Vive o teu verão* e *Morangos com açúcar VIII: Agarra o teu futuro*) e a minissérie juvenil sobre vampiros *Destino imortal*, transmitida pela TVI. No período da manhã encontra-se, apenas, um programa de aventuras destinado ao público infanto-juvenil – *Campeões & detectives* (TVI).

Os programas de origem latino-americana apresentam um esquema de transmissão diferente, dado que o período tarde é onde se situa o maior número de capítulos/episódios. Essa situação deve-se à integração de telenovelas nas grades da RTP1 (cinco títulos) e da SIC (oito títulos) de forma continuada e sistemática ao longo dos anos. Com 494 capítulos, o horário nobre do canal privado SIC é ocupado, durante 2010, por duas telenovelas das 20h da TV Globo: *Viver a vida* de Manoel Carlos e *Passione* de Sílvio de Abreu. O ho-

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixa de horário	Nacionais			Ibero-americanos			Total		
	C/E	H	%	C/E	H	%	C/E	H	%
Manhã (06h-12h)*	0	0	0	150	141:41	5,4	150	141:41	5,5
Tarde (12h-19h)	0	0	0	1465	1398:14	53,2	1465	1398:14	53,6
Horário nobre (19h-22h)	13	30,2	27,4	478	419:10	15,9	491	432:11	18,0
Noturno (22h-6h)	30	69,8	72,6	598	670:24	25,5	628	704:49	23,0
Total	43	100	100	2691	2629:29	100	2734	2676:55	100

Fonte: Obitel Uruguai a partir de dados do Ibope

Tabela 5. Formatos de ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais				Ibero-americanos							
	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%	Títulos	%	Cap/ep	%	Horas	%
Telenovela	8	25,8	1182	67,9	883:17	65,5	13	81,2	1176	89,0	923:55	89,5
Série	12	38,7	501	28,8	410:42	30,4	3	18,8	146	11,0	109:01	10,5
Minissérie	7	22,6	19	1,1	22:52	1,6	-	-	-	-	-	-
Telefilme/TV movie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros (sitcom)	4	12,9	39	2,2	34:09	2,5	-	-	-	-	-	-
Total	31	100	1741	100	1351	100	16	100	1322	100	1032:56	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimétrica

rário da manhã destina-se à apresentação da série infantojuvenil *O mundo de Patty*, de origem argentina.

Tal como em 2009, regista-se uma diversificação de formatos, embora com oscilações em termos de números totais da oferta. Observa-se, então, a diminuição da oferta da telenovela em um título, o aumento da série em quatro títulos e a diminuição da oferta da *sitcom* em três títulos.

A alteração mais significativa centra-se no aumento da oferta da minissérie em quatro títulos. Entre os dois e os seis episódios, esses programas foram oferecidos pela RTP1 e pela TVI, apresentando temáticas distintas de canal para canal. A RTP1, por ocasião das comemorações do Centenário da República (1910-2010), explorou quatro momentos específicos desse período histórico: *A noite do fim do mundo*, *Noite sangrenta*, *O segredo de Miguel Zuzarte e República*. Por sua vez, a TVI, que transmitiu três títulos, abordou gêneros diferentes da RTP1 e diversificados: na esteira das séries norte-americanas, a emissora apresentou um *thriller* policial com 37; a história do amor entre uma vampira e um humano em *Destino imortal* e, com *Dias felizes*, a TVI, tendo como cenário a ilha da Madeira, ficcionou uma história de vidas duplas e traição.

De forma geral, pode dizer-se que continua a verificar-se a tendência, iniciada em 2009, de exploração do formato série e derivados e um ligeiro abrandamento na produção dos formatos telenovela e *sitcom*, normalmente identificados como os mais expressivos.

Relativamente aos conteúdos latino-americanos continua a verificar-se a presença do formato telenovela, observando-se, apenas, a presença de três séries.

Constata-se que a oferta de ficção, embora espalhada pelos três primeiros períodos horários, ganha especial relevo no horário nobre, com um total de 80% do total de títulos. A telenovela volta a ser o formato mais destacado, seguido respectivamente pela série e pela minissérie, terminando com a *sitcom*, numa diferença de apenas um título.

Tabela 6. Formatos de ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noite	%	Total	%
Telenovela	-	-	-		8	32,0	-	-	8	25,8
Serie	1	100	4	80,0	7		-	-	12	
Minissérie	-	-	1	20,0	6	24,0	-	-	7	22,6
Telefilme/ TV movie	-		-		-	-	-	-	-	-
Outros (<i>sitcom</i>)	-	-	-		4			-	4	
Total	1	100	5	100	25	100	-	-	31	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Markttest Audimetria

Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios (sem intervalos comerciais)

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	45	2,6
Média (30'-60')	1667	96,3
Longa (60'+)	19	1,1
Total	1731	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Markttest Audimetria

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	25	80,7
Passado	2	6,4
Histórica	4	12,9
Outra	-	-
Total	31	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Markttest Audimetria

Embora a duração média continue a ser a mais oferecida (24 títulos/1.664 capítulos/episódios), em 2010 encontramos uma oferta de quatro títulos de curta duração (*sitcom*) que se expressa em 45 capítulos/episódios nos três canais de sinal aberto e três títulos de longa duração (minisséries), no canal de serviço público, RTP1 e no canal comercial, SIC, apresentados em 19 capítulos/episódios.

Na linha dos anos anteriores, os produtos domésticos de ficção centram a sua ação no presente. Em 2010 destaca-se a produção de quatro títulos de ficção história por parte da RTP1, na sequência das celebrações da implantação da República.

A televisão portuguesa explorou, ainda, temáticas de época na série *Regresso a Sicalinda* (a ação decorre entre Portugal e Angola dos anos 60 do século XX à atualidade) e *Conta-me como foi* (a ação decorre em Portugal desde 1968 à atualidade).

Em 2010 o número de produções nacionais que figura na lista dos dez títulos mais vistos aumentou face a 2009. Portugal produziu 95% dos roteiros originais, 5% a mais em relação ao ano anterior. A única exceção na tabela foi a telenovela *Laços de sangue*, produzida em parceria com a tv Globo (Brasil). Em relação à casa produtora, 70% do total de produções pertence à Plural Entertainment (criada em 2009, resultado da união da NPB e da Plural, responsável pela maioria dos programas de ficção da TVI) e 20% correspondem à SP Televisão (produtora de alguns programas de ficção para a SIC e para a RTP, criada em 2007). Os 10% restantes pertencem à produtora Ukbar Filmes, responsável pela minissérie *República* (RTP1).

Noventa por cento dos títulos foram emitidos em canais privados, 70% pela TVI e 20% pela SIC. O canal público RTP1 apareceu na lista apenas uma vez com a minissérie *República*. O formato com maior sucesso continua a ser a telenovela – sete dos dez títulos da tabela – porém, tal como se observou em 2009, relativamente às séries, nota-se o aparecimento das minisséries ocupando três lugares na listagem.

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, *share*

Título	País de origem da ideia ou roteiro original	Casa Produtora	TV privada ou pública	Formato	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Audiência %	Share %
1. <i>Deixa que te leve</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	Privada	Telenovela	Patrícia Müller	15,1	43,6
2. <i>Espírito indomável</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	Privada	Telenovela	Sandra Santos	13,1	36,9
3. <i>Meu amor</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	Privada	Telenovela	António Barreira	12,4	39,6
4. <i>Destino imortal</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	Privada	Minissérie	Artur Ribeiro/ Cristina Silva	11,5	33,0
5. <i>Sedução</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	Privada	Telenovela	Rui Vilhena	10,4	32,1
6. <i>Mar de paixão</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	Privada	Telenovela	Patrícia Müller	9,7	36,5
7. <i>Perfeito coração</i>	Portugal	SIC/ sp Televisão	Privada	Telenovela	Pedro Lopes	9,1	25,1
8. <i>Dias felizes</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	Privada	Minissérie	Maria João Mira	8,6	31,0
9. <i>Laços de sangue</i>	Portugal/Brasil	SIC/sp Televisão/ TV Globo	Privada	Telenovela	Pedro Lopes/ Aguinaldo Silva	8,4	23,9
10. <i>República</i>	Portugal	RTP/Ulkar Filmes	Pública	Minissérie	Jorge Paixão da Costa	8,4	21,2
Total de produções: 10		Roteiros originais nacionais: 9,5		Roteiros estrangeiros: 0,5			
100%		95%		5%			

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número de capítulos	Duração do capítulo/ episódio	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
1. <i>Deixa que te leve</i>	Telenovela	Romance, comédia	2009/2010	279	45 min	11.5.2009	21.3.2010	Horário nobre
2. <i>Espírito indomável</i>	Telenovela	Drama	2010	-	50 min	31.5.2010	-	Horário nobre
3. <i>Meu amor</i>	Telenovela	Drama, romance	2009/2010	319	55 min	19.10.2009	23.10.2010	Horário nobre
4. <i>Destino imortal</i>	Minissérie	Drama, juvenil, fantasia	2010	6	110 min	24.1.2010	7.2.2010	Vespertino
5. <i>Sedução</i>	Telenovela	Drama, romance	2010	-	45 min	25.10.2010	-	Horário nobre
6. <i>Mar de paixão</i>	Telenovela	Drama, romance	2010	-	40 min	15.3.2010	-	Horário nobre
7. <i>Perfeito coração</i>	Telenovela	Drama, tragédia	2009/2010	167	55 min	17.10.2009	11.6.2010	Horário nobre
8. <i>Dias felizes</i>	Minissérie	Drama, tragédia	2010	6	55 min	18.4.2010	16.5.2010	Horário nobre
9. <i>Laços de sangue</i>	Telenovela	Romance, comédia, suspense	2010	-	50 min	13.9.2010	-	Horário nobre
10. <i>Repubblica</i>	Minissérie Telefilme	Histórico	2010	2	60 min	4.10.2010	5.10.2010	Horário nobre

*Os dados correspondentes ao número de capítulos e à data da última exibição não estão disponíveis, tendo em conta que as telenovelas em Portugal são obras abertas e, portanto, não há previsão para o término das transmissões.

Tabela 11. Temáticas dos dez mais vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>Deixa que te leve</i>	Triângulo amoroso, heranças, relações familiares.	Proteção ambiental do lobo ibérico, preservação de costumes.
2. <i>Espírito indomável</i>	Vingança, crimes, revelação de identidade, famílias rivais.	Crise econômica, adoção, busca pela liberdade feminina.
3. <i>Meu amor</i>	Amor proibido, conflitos familiares, bastardia, revelações de segredos, ambição.	Valores morais, enfermidades, realidade de famílias camponesas no Alentejo.
4. <i>Destino imortal</i>	Adolescência, vampiros, crimes.	Conflitos juvenis.
5. <i>Sedução</i>	Relações familiares, adultério, bigamia, vingança, crimes.	Valores morais, busca pela independência financeira da mulher.
6. <i>Mar de paixão</i>	Vila de pescadores.	Doação e transplante de órgãos.
7. <i>Perfeito coração</i>	Amor proibido, traições.	Crise econômica, acidentes/coma.
8. <i>Dias felizes</i>	Traição, revelações de identidade, amor clandestino, adultério.	Romance entre casais de meia-idade, turismo da ilha da Madeira.
9. <i>Laços de sangue</i>	Disputas entre irmãs, triângulo amoroso, vingança, inveja, crimes.	Vícios de jogo, separações familiares por motivos trágicos, valores morais.
10. <i>República</i>	Amor proibido, história nacional, política.	Revolução e mudanças político-históricas.

É importante ressaltar que, comparativamente, as audiências médias por minuto – *rating* – desceram em relação ao ano anterior. Se reunirmos os títulos do *top ten* e calcularmos a média de *rating* entre eles, teremos 10,67% em 2010. O mesmo cálculo com os dados de 2009 aponta para um resultado de 12,17%, ou seja, nota-se a descida de quase 2% das audiências médias por minuto dos títulos de ficção nacional mais vistos.

A telenovela *Deixa que te leve* (TVI) alcançou o primeiro lugar como título mais visto em 2010 com 15,1% de audiência e 43,6%

de *share*. A trama deste título é alinhavada por uma personagem feminina que regressa da Itália para reviver as suas origens no interior de Portugal e modificar o cotidiano das pessoas de uma vila da região minhota, no norte do país. A temática principal é sentimental, resultante de um triângulo amoroso. A protagonista é rica e herdeira do maior hotel rural da região. Os cenários são geralmente ambientados no exterior, com paisagens bucólicas. A narrativa adotada é linear, mas com recurso às cenas da infância do casal protagonista, com a utilização de *flashbacks*. No decorrer da telenovela, a personagem principal vai mudar-se para Lisboa, quando os cenários modificam-se para a cidade e focalizam menos o interior.

O título *Espírito indomável* (TVI) ocupa o segundo lugar na tabela com 13,1% de *rating* e 36,9% de *share*. A trama também é protagonizada por uma mulher e ambientada numa vila do interior. No entanto, a temática principal é a rivalidade entre duas famílias do Alentejo. A natureza e o meio rural são utilizados como cenários principais. Os núcleos dividem-se entre essas duas famílias que foram imigrantes no Uruguai, retornaram para o país e continuam a ser inimigas. Para além das questões amorosas da trama, como o envolvimento entre os filhos das famílias adversárias, alguns temas sociais são abordados como a crise financeira que atinge alguns donos de terras no Alentejo.

A produção *Meu amor* (TVI) ficou em terceiro lugar no *ranking* dos mais vistos com 12,4% de *audiência* e 39,6% de *share*. Os cenários são predominantemente internos. A trama conta com múltiplos núcleos de personagens, divididos entre homens e mulheres. Um empresário rico é o protagonista da história, juntamente com as suas filhas e nora. Os enredos são sentimentais, mas o campo profissional é valorizado à medida que as histórias envolvem as profissões das personagens.

A resposta da TVI à tendência para a produção de títulos do gênero fantasia – com histórias de vampiros – foi o lançamento da minissérie de seis capítulos *Destino imortal*. O quarto lugar da

tabela, com 11,5% de *rating* e 33% de *share*, explora a temática com cenários internos e externos sombrios. A trama é maniqueísta, com dois núcleos principais, o clã do bem e o do mal. Os dois protagonistas são jovens e formam um casal de estudantes universitários.

A trama de *Sedução* (TVI) faz parte da lista de telenovelas cuja personagem central é uma mulher: uma mãe de família que é traída pelo marido e sonha em abrir o seu próprio negócio. A história é dividida em múltiplos enredos, os cenários são predominantemente internos e a história é desenvolvida na capital. Durante o ano de 2010, *Sedução* conquistou 10,4% de audiência e 32,1% de *share*.

Mar de paixão (TVI) ocupa o sexto lugar na tabela, com 9,7% de *rating* e 36,5% de *share*. O litoral é o seu principal cenário que divide os núcleos entre Portugal continental e as ilhas dos Açores. A temática social da doação e transplante de órgãos é o fio condutor da trama. Os núcleos são múltiplos e os personagens principais são a jovem que recebe um novo coração e a família do doador.

O enredo de *Perfeito coração* (SIC) é protagonizado por um casal jovem, separado por um trágico acidente. Os núcleos dividem-se entre os familiares do casal. A novela é dividida em duas fases, antes e depois do atropelamento do protagonista, que fica cinco anos em coma, mas é dado como morto. Os cenários são normalmente internos, exceto na curta primeira fase da trama, quando são abordados temas como a crise econômica do país. Em termos de audiências, em 2010 *Perfeito coração* atingiu uma média de 9,1% de audiência e 25,1% de *share*.

Dias felizes (TVI) é mais um exemplo do sucesso das minisséries na televisão aberta portuguesa. A produção de seis capítulos alcançou 8,6% de *rating* e 31% de *share*. *Dias felizes* prioriza a utilização de cenários externos, localizados na ilha da Madeira, com paisagens marítimas. O enredo da trama é múltiplo, com casais de diferentes faixas etárias protagonizando a história.

A coprodução entre a SIC e a TV Globo, *Laços de sangue*, trata de um triângulo amoroso formado por duas irmãs e um rapaz. O

enredo é sentimental e envolve temas como romance, inveja e vingança. Os cenários são mistos, externos (núcleo pobre) e internos (núcleo rico, exceto em viagens de turismo), predominantemente. A história ambienta-se em Lisboa. As audiências registraram 8,4% de *rating* e 23,9% de *share*.

República (RTP) faz parte de um ciclo de minisséries/telefilmes produzidas pela Ukbar Filmes para a RTP, em comemoração ao centenário da implantação da república portuguesa. Com apenas dois episódios, essa minissérie conseguiu atingir uma média de 8,4% de *rating* e 21,2% de *share*.

Em relação ao perfil das audiências em 2010, podemos notar que sofreu uma ligeira alteração quanto aos anos anteriores. Os dados da tabela 12 apontam para uma mudança em nível socioeconômico das audiências de alguns títulos. A maior parte das pessoas que assistiram, por exemplo, *Laços de sangue* (sic) pertence ao grupo C1 (29,2%), ao contrário de outros títulos como *Espírito indomável* (TVI), cuja classe social dominante é a D (41,6%). *Perfeito coração* (sic) também registou índices mais equilibrados entre as classes sociais, sendo o nível C2 (29,6%) o que mais acompanhou essa telenovela. Esses números indicam que houve ligeira elevação do nível social de quem assiste às telenovelas da sic em Portugal, relativamente às produções da TVI.

As mulheres continuam a ser o público preferencial das telenovelas. De acordo com os indicadores, o maior equilíbrio, em termos de gênero, apenas notou-se em relação ao título *República* (RTP1), com 54,6% de mulheres e 45,4% de homens.

A faixa etária que mais assiste telenovelas continua a ser o público de mais de 64 anos. Entretanto, *Laços de sangue* (sic) registrou também uma ligeira mudança neste perfil, pois nota-se um equilíbrio entre todas as faixas etárias. É importante destacar também que o público juvenil (22,7%) foi o que mais assistiu à telenovela com temática vampírica *Destino imortal* (TVI).

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais vistos: gênero, idade, nível socioeconômico

Programa	Canal	Gênero %		Faixa etária %							Nível socioeconômico %			
		Mulheres	Homens	4-14	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	64+	A/B	C1	C2	D
1. <i>Deixa que te leve</i>	TVI	64,0	36,0	9,4	11,1	7,6	13,0	14,9	17,3	26,7	9,8	17,9	34,5	37,8
2. <i>Espírito indomável</i>	TVI	63,8	36,2	9,0	10,5	8,8	11,9	14,3	15,9	29,7	8,8	18,5	31,2	41,6
3. <i>Meu amor</i>	TVI	65,6	34,4	9,0	10,3	8,3	11,7	15,1	16,5	29,1	9,2	19,5	32,2	39,1
4. <i>Destino imortal</i>	TVI	60,2	39,9	18,0	22,7	8,5	18,4	11,9	9,5	11,2	8,0	26,0	38,9	27,1
5. <i>Sedução</i>	TVI	61,3	38,7	8,8	11,9	9,4	11,9	14,9	15,7	27,4	9,0	20,8	31,1	39,1
6. <i>Mar de paixão</i>	TVI	64,2	35,8	8,4	10,4	8,4	11,1	15,5	16,0	30,2	8,7	19,1	31,5	40,6
7. <i>Perfeito coração</i>	SIC	63,5	36,5	9,1	11,3	12,3	15,2	15,2	15,7	21,1	15,5	22,9	29,6	32,0
8. <i>Dias felizes</i>	TVI	65,7	34,3	5,9	11,6	6,3	11,8	15,9	18,3	30,3	9,9	22,2	31,2	36,0
9. <i>Laços de sangue</i>	SIC	63,9	36,1	13,9	14,9	11,9	16,5	15,3	9,9	17,5	15,7	29,2	28,3	26,8
10. <i>República</i>	RTPI	54,6	45,4	6,2	8,1	7,4	14,1	12,1	17,6	34,5	21,5	22,1	24,3	32,1

3. Recepção transmidiática

Em Portugal a ficção nacional ainda está vivendo um lento período de adaptação à transmídia. Se por um lado a maioria dos produtores avança no sentido de investir no lançamento de conteúdos de ficção para plataformas digitais, por outro, as audiências nem sempre respondem à altura desses estímulos. No entanto, algumas propostas de associação dos endereços eletrônicos dos sites às redes sociais, como o Facebook (rede social com maior sucesso em Portugal) e o Twitter, incentivam o público a percorrer o mundo virtual da ficção com maior facilidade.

Em Portugal, devido às estratégias adotadas pelos canais para captivar as audiências, torna-se muito difícil perceber quando um título de ficção está prestes a terminar. A impossibilidade de observar a última semana de exibição dos títulos conduziu à decisão de, portanto, *a priori*, observar as páginas de *Espírito indomável* (TVI)³ na internet durante o último mês do ano, entre os dias 20 e 26 de dezembro de 2010. Por meio da observação da atividade do público no site oficial, nas páginas do Facebook, no Twitter e nos blogs de *Espírito indomável*, observou-se que os fãs têm demonstrado um tímido interesse pelos assuntos da ficção em plataforma digital. Curiosamente, apesar do número de páginas encontradas, e ao contrário do que apontam as audiências médias desse título, o número de pessoas que interagem de alguma forma nos endereços eletrônicos é reduzido.

A análise de *Espírito indomável* na internet apontou a existência de um site oficial (institucional), quatro páginas de grupo e um perfil – todos no Facebook, um perfil no Twitter e três blogs de fãs.

3. Na tabela do *top ten*, a telenovela *Espírito indomável* é o segundo título de ficção com maior audiência e o primeiro lugar como título “inédito” de 2010. O primeiro lugar repetiu-se face à 2009, em virtude dos lançamentos de produtos de ficção em Portugal ocorrerem geralmente no segundo semestre, ou seja, os títulos permanecem em exibição dos últimos meses de um ano até a metade do ano seguinte.

O site institucional coloca à disposição do visitante um menu com as opções: semana (resumo textual dos acontecimentos), história (sinopse), quem é quem (personagens), galeria (fotos e vídeos dos episódios), *wallpapers* (disponíveis para *download*), e banda sonora (lista de músicas do CD da novela). Porém, devido à inexistência de um fórum ou espaço para comentários, o visitante não tem possibilidades de interação ativa. Também não há ligação direta entre o site e as redes sociais, o que interfere no processo da ampliação da experiência transmidiática.

Em termos numéricos, no Facebook, 1.245 pessoas “curtiram” a primeira página desta telenovela, 877 pessoas “curtiram” a segunda página, 57 pessoas “curtiram” a terceira página, 293 pessoas eram membros do grupo e 2.078 pessoas eram amigas do perfil de *Espírito indomável*⁴ em 26 de dezembro de 2010. Todas as páginas, grupo e perfil tinham o nome da telenovela. No Twitter o perfil tinha 23 seguidores na mesma data.

A título comparativo, decidiu-se também examinar a movimentação nas páginas de outro título do *top ten*, *Laços de sangue* (sic), de 21 a 27 de fevereiro de 2011. De todos os títulos do *top ten*, notou-se que as páginas desta telenovela são as que conseguem maior movimento de internautas. Conforme as tabelas a seguir, notamos que o site institucional de *Laços de sangue* possui um menu com as opções: episódios, personagens, bastidores, vídeos, fotos, não perca (novidades), passatempos, fórum, na rede (links), sobre (sinopse). Ao contrário dos sites das produções da TVI, inclusive de *Espírito indomável*, o site da telenovela da SIC possui ferramentas para a promoção de interatividade ativa como espaço para comentários e fórum de discussões.

4. No Facebook coexistem três modalidades de divulgação: o perfil (deve representar um indivíduo, mas nem sempre isso é utilizado só para esse fim), a página (criada para apresentar uma organização) e o grupo (criado para ser um espaço de partilha de opinião e interesse por um assunto).

Laços de sangue possui um site institucional e dois blogs. No entanto, o Facebook é o instrumento mais utilizado pelos fãs para colocar em prática a experiência participativa (14 páginas, oito grupos e três perfis, apenas um deles criado pelos produtores da novela). Os demais são exemplos da criatividade dos consumidores e da necessidade de comunicar, buscar e produzir conteúdos na web. Na página do Facebook ligada ao site oficial é possível observar que, apenas durante o fim de semana (dias 26 e 27), o número de pessoas que “curtiram” deu um salto de 33.822 para 34.289 pessoas. Isso significa que, em menos de 48 horas, quase 500 pessoas acessaram a página pelo menos uma vez e aderiram ao clicar na opção “curtir”.

A análise comparativa apontou ainda que os públicos que frequentam as páginas do Facebook de *Espírito indomável* e *Laços de sangue* são diferentes. Em termos de faixa etária, percebe-se que os internautas fãs de *Espírito indomável* são muito mais jovens (4-14 e 15-24 anos), tanto pelos dados indicativos no perfil quanto pelo linguajar utilizado nos comentários – geralmente recheados de gírias e códigos virtuais. Os fãs de *Laços de sangue* são, geralmente, adultos. Esse público articula melhor as ideias, para além de optar por escrever as mensagens de maneira mais formal e correta do ponto de vista gramatical.

De maneira geral, o perfil das audiências televisivas em Portugal corresponde aos maiores de 64 anos, residentes no interior e pertencentes à classe média baixa ou baixa. Os jovens que assistem às telenovelas – e têm algum acesso à internet – são, normalmente, crianças e adolescentes menores de 14 anos que acompanham os seus avós durante a assistência televisiva no interior, onde não existem tantas opções de lazer como nos grandes centros. Assim, podemos concluir que o perfil dos fãs de *Espírito indomável* é mais jovem e pertencente às classes média baixa e baixa. Em contrapartida, podemos aferir que os apreciadores de *Laços de sangue* que participam ativamente na internet são adultos e pertencem à classe média e média alta.

1. Descrição geral do portal do programa na internet ou da página de rede social (Facebook, Twitter)

Nome da página, website ou rede social: http://sic.sapo.pt/lacosdesangue Período de observação: 21.02.2011 a 27.02.2011		Finalidade
<p>Geral</p> <p>Portal Sapo (http://www.sapo.pt/)</p>	<p>Descrição</p> <p>Criador do portal: Sapo.pt - PTC (Portugal Telecom SA), Abílio Martins (direção).</p>	<p>Portal oficial da telenovela <i>Lacos de sangue</i>, institucional, com o objetivo de divulgar a produção e disponibilizar ferramentas de interação com as audiências.</p>
<p>2. Ferramentas do site que possibilitam a interação entre as audiências.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permite ver o capítulo da telenovela (resumos). 2. Permite deixar comentários sobre os vídeos, fotos, personagens 3. A contagem do número de visitantes e comentários não está visível. 4. Permite que os usuários coloquem links para outros sites no fórum. 5. Não permite baixar conteúdos do site (vídeos, áudio, fotos etc.). 6. Conta com fórum de discussão. 7. Oferece <i>link</i> para a página da novela na rede social Facebook. 	<p>A interatividade das audiências no site é possível ser observada no fórum e nos comentários visíveis a todos, disponíveis nas opções do menu inicial (episódios, personagens, bastidores, vídeos, fotos, não perca, passatempos, fórum, links, sobre).</p>
<p>3. Número médio de visitantes durante o período de observação.</p>	<p>O número de visitantes não está disponível no site.</p>	<p>O número de visitantes não está disponível no site.</p>
<p>4. Número médio de comentários publicados durante o período de observação.</p>	<p>Durante o período de observação 154 comentários foram publicados nas diferentes opções do menu inicial do site.</p>	<p>Nos comentários do site encontramos diversas formas de interatividade, principalmente ativa e criativa. A interação é relacional e crítica. Também há interação propositiva.</p>
<p>5. Porcentagem de homens e mulheres participantes</p>	<p>A página não permite o acesso aos dados sobre a quantidade de homens e mulheres que visitam o site.</p>	<p>No entanto, pelo perfil dos comentários, é possível observar a presença feminina em maior quantidade.</p>

2. Tipos de comentários publicados (postados)

Nome da página, website ou rede social: http://sic.sapo.pt/lacosdesangue	
Período de observação: 21.2.2011 a 27.2.2011	
Número total de comentários	Descrição
Número de comentários sobre a ficção e seus conteúdos: 154	<ul style="list-style-type: none"> - No total, 154 internautas comentaram as opções: sobre (6), fórum (36), não perca (35), fotos (16), vídeos (10), personagens, (18), episódios (33). - Dos 154 comentários, 114 falam sobre os personagens, 38 são falam sobre a história e 2 falam sobre a temática. - Do total, 25 comentários eram sobre a emissora. Nenhum comentário mencionou horários, nem os intervalos publicitários. - 112 comentários tiveram um tom positivo e 42 tiveram um tom negativo.
Número de comentários dirigidos a outros usuários: 22	- 22 internautas comentaram dirigindo-se a outros usuários.
Número de links deixados na página: 0	
Níveis de interatividade mediante o uso da plataforma:	<ul style="list-style-type: none"> - Todos os 154 comentários foram ativos, ou seja, os usuários responderam ao estímulo dado dentro das condições oferecidas pelo site. Nenhum comentário foi criativo, pois não produziu conteúdos. A interatividade passiva, neste caso, não pôde ser contabilizada, tendo em vista que o site não possui dispositivo de contagem de usuários visível; - Sobre interação, 56 foram em tom relacional, 40 em tom propositivo e 58 fizeram alguma crítica.

Localização do comentário

Menu	Nº de comentários	%
Sobre	6	3,9
Fórum	36	23,4
Não perca	35	22,7
Fotos	16	10,4
Vídeos	10	6,5
Personagens	18	11,7
Episódios	33	21,4
Total	154	100

Natureza do conteúdo do comentário

Classificação	Nº de comentários	%
História	38	24,7
Temática	2	1,3
Personagens	114	74,0
Total	154	100

Direcionamento do comentário

Comentários	Nº de comentários	%
Comentaram sobre a emissora	25	16,2
Não comentaram sobre a emissora	129	83,8
Total	154	100

Posicionamento das audiências

Tom	Nº de comentários	%
Positivo	112	72,7
Negativo	42	27,3
Total	154	100

Indicador de níveis de interatividade

Interatividade	Nº de comentários	%
Ativa	154	100
Criativa	0	0,0
Passiva	0	0,0
Total	154	100

Tipo de interação

Interação	Nº de comentários	%
Relacional	56	36,4
Propositiva	40	26,0
Crítica	58	37,7
Total	154	100

4. O mais destacado do ano

2010 foi um ano de solidificação da presença de conteúdos ficcionais nas grades de programação. O interesse e posterior investimento no segmento estendeu-se aos três canais de sinal aberto e se, nos anos de observação anteriores, a TVI liderava em número de títulos e em audiências, acima de tudo, por falta de concorrência, agora observa-se o aparecimento empenhado, quer da SIC quer da RTP1. Os objetivos comuns refletem, contudo, linhas de orientação particulares, o que contribuiu para um *top ten* tripartido, o que não aconteceu em 2009.

O canal de serviço público (RTP1), motivado pelos princípios previstos no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, desenhou uma proposta, onde a ficção histórica e de época, sob os formatos minissérie e série, ganha especial destaque. Tendo como propósito valorizar a cultura e a identidade portuguesas, e aproveitando a celebração dos 100 anos da implantação da República, quatro dos 12 títulos transmitidos foram produções da própria RTP em parceria com produtoras externas à emissora (Ukbar Filmes, Hop, David e Golias). Acontecimentos marcantes do início do século XX até 1910 foram contados sob o formato minissérie de dois episódios, em conformidade com os padrões europeus para a produção histórica e foram transmitidos nos vários canais da RTP (RTP1, RTP1 HD, RTP Internacional e RTP África). *A noite do fim do mundo*, *Noite sangrenta*, *O segredo de Miguel Zuzarte* e *República* foram reconhecidos pela emissora como “eventos culturais”, dado o carácter de *happening*, tendo contribuído para o efeito a escolha de equipas de produção empenhadas, bem como o apoio financeiro de instituições públicas.

De destacar que *República*, a história ficcionada de uma mulher casada com um monarca que se apaixona por um republicano e que vive, tal como Portugal, no limbo entre o conforto e a incerteza, integra o *top ten* de 2010, com 8,4% de *rating* e 21,2% de *share*.

Embora já produzida em 2007, a série *Regresso a Sizalinda*, baseada na obra *Fala-me de África*, de Carlos Vaz Ferraz, foi uma parceria com a TPA – Televisão Pública de Angola. Passada nos dois canais de serviço público, relata a história de um passado desconhecido de uma das personagens, numa inspiração das vivências coloniais portuguesas e numa linha temporal entre os anos 60 do século passado e a atualidade.

A parceria com Angola voltou a repetir-se em 2010, com a apresentação da série *Voo directo*. Não sendo um conteúdo histórico ou de época, explora a relação (histórica) dos dois países através da vida de quatro amigas hospedeiras de bordo. Numa produção conjunta da produtora portuguesa SP Televisão com a produtora angolana Semba, as filmagens foram feitas nos dois países e, pela primeira vez, assistiu-se a uma transmissão simultânea.

Para além desses momentos de destaque, a RTP1 integrou nas suas grades outros seis programas de ficção. *Cidade despida*, uma série policial protagonizada por uma atriz/apresentadora portuguesa de sucesso, Catarina Furtado, ressalta pelas quatro nomeações para a 50ª edição do Festival de Cinema de Monte Carlo (Produtor Internacional, Produtor Europeu, Melhor Atriz e Melhor Ator), numa disputa com séries norte-americanas como *Lost* e *Dexter*.

Numa linha de atuação contínua, a RTP não explora, nacionalmente, o formato telenovela, optando pela série e minissérie. As principais temáticas assentam, principalmente, em momentos históricos nacionais e as equipas de produção procuram novos e diversificados autores, produtoras alternativas, privilegiando a produção conjunta.

A SIC, após sucessivas tentativas (falhadas) de fazer frente à TVI dentro do segmento ficção nacional, surge, em 2010, com novos projetos e arrecada dois lugares no *top ten*. *Perfeito coração* (9,1% de *rating* e 25,1% de *share*) e *Laços de sangue* (8,4% de *rating* e 23,9% de *share*) são duas telenovelas nacionais produzidas pela SP Televisão, uma produtora independente nascida em 2007 e que já

detém uma carteira de projetos considerável (SIC e RTP1). Situadas em sétimo e nono lugar, respectivamente, destacam-se pela capacidade de agitar o mercado. Mediante uma análise enfocada dos dois títulos, encontram-se quatro valências que nos parecem distintivas: a) coprodução; b) estratégias de *marketing*; c) transmediação e d) processos avaliativos.

a) *Coprodução*

Laços de sangue (SIC, SP Televisão e TV Globo) apresenta-se como um produto cuidado e alternativo. Os atores tiveram um período de *coaching*, com uma profissional brasileira, antes do início das gravações para compor as personagens, para além da supervisão em outras áreas da produção. Paralelamente, a emissora tem oferecido as condições necessárias para um desenvolvimento coerente da narrativa, ao transmitir os episódios a dias e horas fixos, com uma duração muito pouco oscilante, o que permite a criação de ganchos e a sua efetivação junto do público.

b) *Estratégias de marketing*

No processo de escrita da telenovela *Laços de sangue*, a pedido da emissora, procurou-se uma janela de oportunidade para o patrocínio encoberto. Com base na história, o diretor de argumento selecionou a produção do azeite, atividade portuguesa com impacto no estrangeiro. Dessa maneira, foi desenvolvida uma parceria com a marca *Oliveira da Serra*, tendo sido criado o azeite “Oliveira da Serra-Lagar do Marmelo”, o nome da quinta da família ficcional Caldas Ribeiro, situada nas planícies alentejanas, e amplamente focada na trama. O processo de criação do novo azeite é explorado na própria telenovela, através dos diálogos e de imagens. Para além disso, a marca anuncia o produto entre o genérico e o início do programa e, no seu site, induz o telespectador a ser o primeiro a ter em casa “o melhor ingrediente da sua novela”.

c) *Transmediação*

A exploração multiplataformas tem sido prática recorrente por parte da mídia. Em Portugal, os conteúdos ficcionais, apesar das

altas taxas de audiência, não têm tradição de percorrer diferentes aparatos, nem de oferecer práticas interativas com o seu público. Para além de uma página alocada aos sites das estações emissoras com conteúdos meramente informativos, encontram blogs dispersos com informação inconsistente e páginas abertas na rede social Facebook, com poucos “amigos” e quase sem comentários. *Perfeito coração* e *Laços de sangue* marcam a diferença: ambos possuem um site interativo, páginas no Facebook com seguidores e comentários e blogs oficiais. Relativamente a esse último ponto, e no primeiro título, o filho de Leonor, personagem feminina principal, é raptado na maternidade, pelo que a mãe constrói um blog para não só partilhar a angústia como para tentar encontrar a criança. Através do site, o público tinha a possibilidade de entrar nesse mesmo blog e fazer comentários. Devido a uma certa irregularidade na transmissão dos títulos, nem sempre o blog foi atualizado, fato que não voltou a se repetir em *Laços de sangue*.

Nesta última telenovela (que ainda está em transmissão), o blog do Restaurante M também oferece a possibilidade de interatividade. Em constante atualização, são descritos eventos que acontecem na própria trama e o público é convidado a enviar receitas que são lidas, posteriormente, pelas personagens no decorrer da história.

d) *Processos avaliativos*

A SIC, de modo a complementar o conhecimento qualitativo sobre o público das suas telenovelas, desenvolve processos de avaliação. Mediante a aplicação do método do *focus group*, tem a possibilidade de, em quatro momentos distintos, perceber se o rumo das histórias e das personagens se encaixa nas expectativas dos espectadores. Essas análises levam à criação de momentos de mudança ou continuidade, contribuindo para o aumento da empatia com os consumidores.

Do leque de oferta em 2010, destaque, ainda, para *Lua vermelha*, uma série juvenil sobre vampiros. Tendência internacional, a SIC seguiu a experiência iniciada pelo canal concorrente TVI, com

uma minissérie de temática e público-alvo semelhantes. A sua transmissão tem sido irregular, quer a nível de número de episódios por semana, quer a nível de horários, configurando-se como uma experiência não tão exitosa.

Contudo, a emissora, com quase 20 anos de existência e pouca experiência na produção de ficção doméstica, está se tornando catalisadora da mudança do paradigma de produção e transmissão de conteúdos ficcionais vigente há 11 anos. Fruto da exploração de histórias diferentes, de elencos menos conhecidos e mais acompanhados, de técnicas apuradas ao nível da estética audiovisual e compromisso entre todos os elementos implicados, diferentes possibilidades futuras ficam em aberto.

Nessa linha de pensamento, e enquanto não se empreende uma mudança efetiva do padrão atual, a TVI conta com sete títulos no *top ten*, seis deles os primeiros da tabela. Esse fato espelha a oferta elevada da emissora (14 títulos), que se destaca por diversificar os formatos de apresentação – telenovela (seis), série (quatro), minissérie (três) e *sitcom* (um) – bem como por introduzir temas pouco ou nada tratados em ficção televisiva portuguesa, como o amor entre vampiros e humanos (*Destino imortal*) e *thrillers* policiais (37), com o slogan “descubra o assassino ou morra de curiosidade”.

Embora não tenha sido contabilizado para efeitos de análise Obitel, o teatro foi uma oferta recorrente por parte da TVI. Peças em cena em teatros portugueses, com o patrocínio da emissora, foram filmadas e transmitidas, o que revela a estratégia da diversificação.

Mas 2010 reveste-se de especial importância para o canal comercial devido à conquista de um Emmy na categoria “Melhor Telenovela Internacional”. Na madrugada de 22 de novembro, Portugal e a ficção portuguesa derrotaram a Argentina e as Filipinas com *Meu amor*, de autoria de António Barreira, já considerado “o mais recente” autor de telenovelas. Com um elenco recheado de estrelas, a história de um amor proibido entre uma jovem camponesa e o filho abastado da herdade encontra-se em terceiro lugar no *top ten*,

sendo que, de acordo com os dados da MediaMonitor/Marktest Audimetria, o último episódio (transmitido no dia 23 de outubro) foi visto por 1,7 milhão de pessoas, obtendo 18,8% de *rating* e 55,1% de *share*.

Depois da consolidação (2008) e da ausência de crise (2009), 2010 revela-se como o ano das continuidades, mas também das rupturas, das conquistas, no fundo, de novos desafios que continuam a colocar a ficção televisiva como o pilar da programação dos canais generalistas de sinal aberto.

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva: tendências ibero-americanas

Quando se fala em qualidade televisiva, há uma tendência em explorar os princípios de serviço público. Normalmente identificado com a BBC (British Broadcasting Corporation) e com o Reino Unido, essa forma de fazer televisão nasceu com o objetivo de disponibilizar o mesmo serviço a todos os cidadãos, através da oferta de uma programação generalista baseada na clássica trilogia: informar, formar e entreter. Desde os anos 80/90 do século XX que a definição e efetivação de um serviço público televisivo debate-se com a inexistência de linhas orientativas definidas, em especial sobre a sua viabilidade econômica e sobre a melhor forma de gestão, tendo sempre por base o fator identitário (Raboy, 1995).

Um pouco em todo o mundo, esse período é marcado pela abertura do mercado à iniciativa privada. Em Portugal, o período mais conturbado data entre 1987 e 1995, quando a necessidade de mudança e de reforma era real, dentro do espectro europeu e nacional, com as demandas para a descentralização da rádio e da televisão. 1989, com a Revisão Constitucional e com o Decreto-lei n.º 58/90 de 7 de setembro, foi o ano da mudança, ao alterar-se o decreto onde era negada qualquer iniciativa particular de mídia audiovisual.

Mercado pequeno, Portugal e o serviço público de televisão assistiram ao abalo das suas estruturas, confrontando-se com a partilha do bolo publicitário (exíguo), com a necessidade de pagamento da transmissão de sinal (dado que a RTP vendera a rede de transmissores) e com a abolição da taxa televisiva paga por posse de aparelho. Paralelamente, os 35 anos de monopólio não permitiram a criação de hábitos e métodos de agilização das operações, levando ao confronto com a falta de estratégias relativas aos limites da concorrência e às regras de programação, pondo em risco a “qualidade” dos programas oferecidos.

Nesse sentido, o novo mercado passou a reger-se segundo as leis da oferta e da procura, com a disputa de estrelas; com a procura dos exclusivos e dos diretos; com a abertura de espaço ao cidadão anônimo; com o fomento de uma programação orientada por *talk-shows*, *reality shows*, concursos, futebol e por uma fraca percentagem de produção nacional nas grades.

Ao longo dos anos, e de uma forma generalizada pela Europa, são tomadas iniciativas, criadas comissões de reflexão sobre o assunto, numa clara tentativa de saneamento das estações de serviço público, bem como numa tentativa de (re)definição dos seus princípios base. Em virtude da falta de consenso, tanto em nível macro como em nível interno, a ideia de prestação de um serviço público, logo diferenciado, vai assumindo novas acepções, tendo em conta que a satisfação de quem está do outro lado da tela é missão comum aos canais televisivos de sinal aberto (públicos e privados). Assim, todos procuram assumir um compromisso com o público, passando a funcionar como uma referência para os integrantes, tendo em conta a imparcialidade e pluralismo necessários, através de uma oferta variada para um público variado.

Em 2002, com a chegada de um novo governo ao poder, constatou-se a perda de influência da emissora no mercado, assim como a falência técnica e financeira. Essa realidade estava envolta numa progressiva perda de identidade e numa incoerência de decisões,

fruto da instabilidade dos corpos de gestão, levando a uma atuação concreta no terreno. Assim, foi adotada uma nova linha de programação baseada na matriz clássica de serviço público, as antenas internacionais (RTP Internacional e RTP África) foram incentivadas a ter produção própria e o segundo canal aberto foi reestruturado mediante uma parceria com a sociedade civil.

A médio prazo, essas iniciativas promoveram a criação de uma RTP diferenciada dos canais comerciais e destacada pelo nível qualitativo dos programas de informação e por não incluir, nas suas grades, o formato telenovela. Tradicionalmente menos rica, a telenovela ganha corpo em Portugal, primeiro em 1977 com a transmissão de *Gabriela* (TV Globo) e em 1982 com a primeira experiência portuguesa, *Vila Faia*. Tal como no espaço ibero-americano, os níveis audiométricos desse formato são muito expressivos tendo levado o canal comercial TVI – que estava em posição desfavorável desde o seu nascimento – a liderar, numa primeira instância, o horário nobre (2000) e, pouco depois, o mercado televisivo, lugar onde ainda se mantém.

A SIC – canal conhecido pela transmissão em exclusivo dos conteúdos da TV Globo, de programas de entretenimento familiar e de uma informação forte – viu-se confrontada, por um lado, com as estratégias da RTP1 e, por outro, com uma TVI ancorada numa dialética “*reality shows*-ficção nacional”.

Como podemos observar, data deste momento conturbado o fomento da produção ficcional própria, enquanto pilar diferenciador da oferta *mainstream*. Observando, agora, apenas esse segmento de conteúdos, verifica-se uma tendência generalizada para uma abertura a novos temas, novos formatos, novos autores, novos elencos e novas produtoras. 2010 é um ano paradigmático nesse sentido:

a) A diversidade de oferta tem em conta os elementos que compõem a audiência, levando ao ajustamento de *targets* e de horários.

b) A entrega da produção a novas produtoras, cujo objetivo é a conquista de um lugar no mercado, permite o desenvolvimento de um trabalho mais cuidadoso ao nível do argumento, composição de personagens, aparato técnico e estético.

c) Os conteúdos, outrora baseados em propostas transnacionais, são construídos a pensar nos destinatários finais, levando à pulverização das locações e à abordagem de temas de interesse público. Esse critério é revelador da intenção de informar e formar o público português sobre as idiossincrasias locais.

d) A exploração de outros formatos revelou-se uma tentativa de contar histórias de uma forma diferente, levando, por um lado, à angariação de novos públicos e, por outro lado, à aproximação de padrões de qualidade.

e) Destaca-se, assim, o aumento do número de minisséries, formato considerado como o mais acabado. Como em Portugal, a minissérie nem sempre está sujeita às audiências, pelo que, normalmente, é transmitida em horário nobre e destina-se a um público com um maior leque de opções de lazer. Em muitos casos é um formato utilizado em ocasiões festivas, funcionando como uma criação de raiz ou adaptação de uma obra emblemática nacional. A sua dimensão serial é mais reduzida (entre os dois e os seis episódios) do que a série ou do que a telenovela, funcionando como momento especial e recuperando a ritualidade da saída ao teatro ou cinema.

f) A regulação e a autorregulação, através da ação das entidades competentes, permitem uma avaliação regular do (in)cumprimento dos primados exigidos para o bom funcionamento do mercado televisivo.

Nesta sequência, a qualidade dos produtos ficcionais portugueses ganha consistência nos níveis de audiência auferidos e no reconhecimento entre pares, com a nomeação para prêmios nacionais e internacionais, de onde se salienta a conquista do Emmy para “Melhor Telenovela Internacional” pela TVI (*Meu amor*).

No momento presente, assiste-se a mais uma reviravolta no mercado, com a RTP1 se distinguindo pela programação oferecida, em especial no domínio da informação e da ficção alternativa às telenovelas. Essa revelação do cumprimento dos princípios inerentes ao serviço público está desencadeando uma agitação no mercado, o que já conduziu a TVI, emissora comercial conhecida por agradar a um público mais popular, a anunciar o lançamento de propostas de informação mais próximas dos padrões de qualidade da RTP1. Nesta linha, 2010 apresenta-se como um ano de redefinições estratégicas, como um ano de (mais) e **novos desafios**.

Referências bibliográficas

- JENKINS, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph.
- RABOY, MARC (1995). The world situation of public service broadcasting: overview and analysis, International Roundtable on Cultural and Educational Functions of Public Service Broadcasting, Paris, Unesco (policopiado).
- VASSALLO DE LOPES, M. I. et al. (2009). Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In: Vassallo de Lopes, M.I. (Coord.). *Ficção Televisiva no Brasil: Temas e Perspectivas*. São Paulo: Ed. Globo.
- VASSALLO DE LOPES, M. I. E OROZCO, G. (2010). Transmedia storytelling across Iberoamerican Countries. Apresentado no Congresso da IAMCR, Braga, Portugal, 2010.

URUGUAI: CONTINUIDADES E MUDANÇAS NA FICÇÃO¹

*Rosario Sánchez Vilela,
Paula Santos Vizcaíno, Agustina Fazzio
e Ángela Reyes*

1. O contexto audiovisual do país

1.1. As redes nacionais de televisão aberta e sua audiência

EM RELAÇÃO AOS ANOS anteriores, a composição do sistema de televisão aberta não sofreu mudanças em 2010². Três emissoras privadas e uma pública constituem o sistema de televisão aberta.

O indicador da audiência e do *share* confirma percentuais maiores para as redes privadas em comparação com a televisão pública. Da mesma forma que em 2009, a Teledoce fica à frente nas medições.

Com relação à televisão por assinatura, são nove as empresas que operam no país. O total de assinantes do serviço é de 473 mil, em todo o território nacional, 44% deles são da capital, Montevi-

1. Os dados básicos necessários para a confecção das tabelas deste estudo foram fornecidos pelo Ibope Uruguai, a quem agradecemos o apoio. O processamento dos dados para a elaboração das tabelas e gráficos ficou sob responsabilidade de Paula Santos Vizcaíno, sem sua dedicação este trabalho não teria sido possível.

2. Ver Anuários Obitel 2009 e 2010.

Nome	Tipo de canal	Aud %	Share %
Canal 12 Teledoce	Privado	3,7	23,5
Canal 4 Montecarlo	Privado	3,2	20,5
Canal 10 Saeta	Privado	2,9	18,0
Canal 5, Televisión Nacional del Uruguay TNU	Público	0,5	5,1

Fonte: Ibope Uruguai

déu. A penetração da televisão por assinatura em todo o país é de 34,99% e de 35,07%, em Montevideu³.

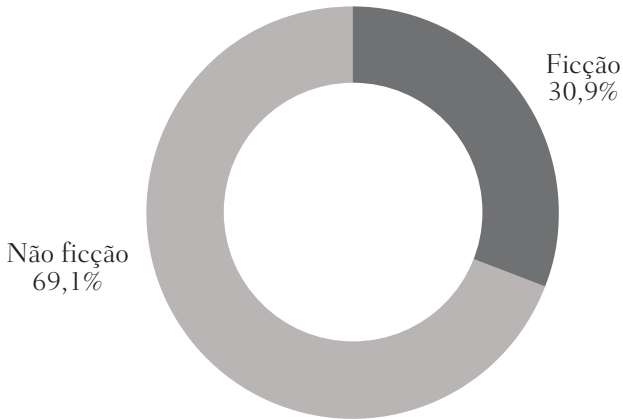
1.2. A ficção na programação oferecida

Em 2010, 542 programas, no total, constituíram a programação da televisão aberta. Nesse contexto, a ficção total veiculada pela televisão aberta (cinema, desenhos animados e ficção televisiva) representou, com 168 programas, 30,9% do total da oferta. A ficção televisiva, incluindo todas as origens, reprises e estreias, representou 61,3% do total da ficção.

Quanto ao número de títulos, ao analisar a composição da programação por gêneros é possível observar que ficção ocupa o primeiro lugar na oferta, enquanto entretenimento e esportes ficam em segundo e terceiro lugares, respectivamente (gráfico 2). Entretanto, a significância de cada gênero na tela é diferente quando se leva em consideração a quantidade de horas de transmissão de cada um deles (gráfico 3). Esta perspectiva confirma o primeiro lugar para a ficção, que concentra 29,7% do tempo de transmissão, mas revela a informação como o segundo gênero mais relevante na

3. Fonte: Relatório da Unidad Reguladora de Servicio de Comunicaciones (URSEC). Disponível em: <www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada.asp?nota=Contenidos/Info%20Mercados/Telecomunicaciones/*&COLUMNAS=1&ORDEN=>>. Acessado em: 17 fev. 2011.

Gráfico 1

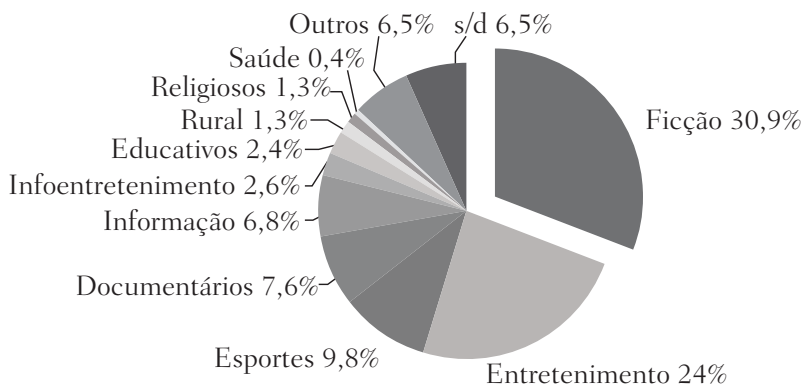


Ficção		
168		
Desenhos animados	Espaços de filmes	Ficção televisiva
31	34	103
18,5	20,2	61,3

Total de programas	
542	
Ficção	Não ficção
168	374
30,9	69,1

oferta televisiva, ocupando 19,9%. A hierarquização de gêneros em termos de visibilidade na tela se manifesta na quantidade de horas destinadas a cada um deles. Configurado desse modo, o *ranking* relega entretenimento (19,1%) ao terceiro lugar, e infoentretenimento e esportes para muito mais além. A comparação da quantidade de títulos com o tempo de tela (gráfico 4) permite dimensionar melhor o peso de cada gênero na programação: a ficção confirma seu domínio na oferta, tanto na quantidade de títulos quanto nas horas de transmissão, enquanto os programas de informação sustentam

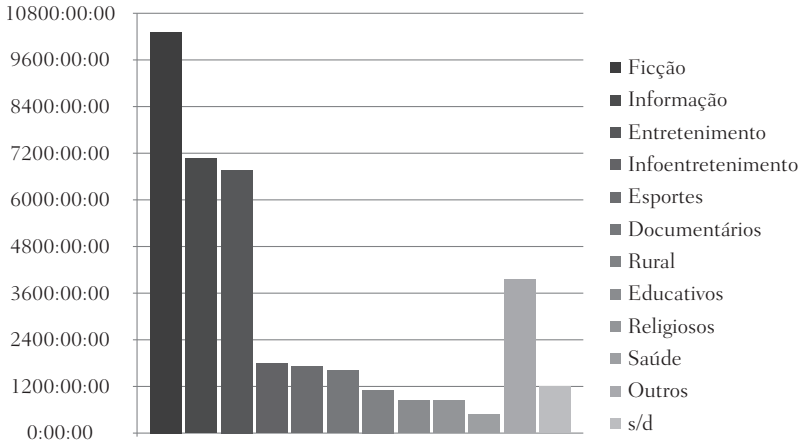
Gráfico 2. Composição da programação por gênero e quantidade de títulos



Gênero	Títulos	%
Ficção	168	30,9
Entretenimento	130	24,00
Esportes	53	9,80
Documentários	41	7,60
Informação	37	6,80
Infoentretenimento	14	2,60
Educativos	13	2,40
Rural	7	1,30
Religiosos	7	1,30
Saúde	2	0,40
Outros	35	6,50
s/d	35	6,50
Total	542	100%

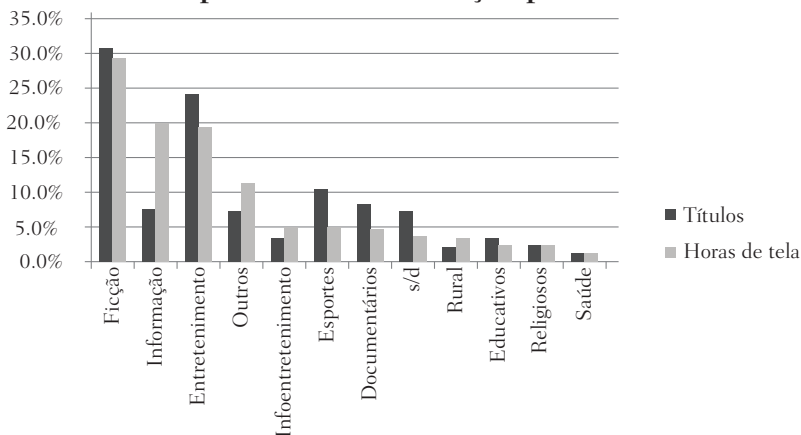
a sua relevância em tempo de tela e a categoria documentários cai para o sexto lugar.

**Gráfico 3. Programação da televisão aberta 2010.
Distribuição por horas de transmissão**



Gênero	Horas	%
Ficção	9962:17	29,70
Informação	6671:59	19,90
Entretenimento	6402:09	19,10
Infoentretenimento	1440:40	4,30
Esportes	1397:02	4,20
Documentários	1231:13	3,70
Rural	808:54	2,40
Educativos	482:55	1,40
Religiosos	478:20	1,40
Saúde	111:31	0,30
Outros	3621:47	10,80
s/d	917:14:37	2,70
Total	33526:01:37	100

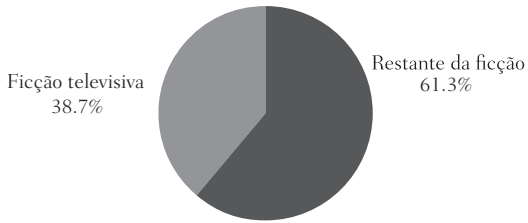
**Gráfico 4. Programação da televisão aberta 2010.
Comparativo de distribuição percentual**



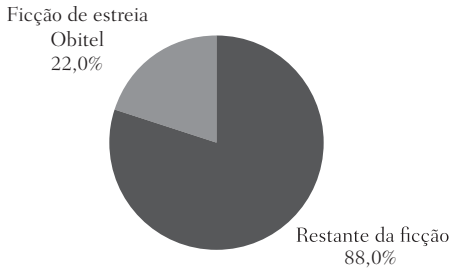
Gênero	Títulos	Horas
Ficção	31,0	29,7
Entretenimento	24,0	19,1
Esportes	9,8	4,2
Documentários	7,6	3,7
Informação	6,8	19,9
Outros	6,5	10,8
s/d	6,5	2,7
Infoentretenimento	2,6	4,3
Educativos	2,4	1,4
Religiosos	1,3	1,4
Rural	1,3	2,4
Saúde	0,4	0,3

A significância da ficção ibero-americana de estreia na ficção total oferecida e na ficção televisiva pode ser observada no gráfico 5. Os 37 títulos de ficção de estreia Obitel representaram 22% do total de ficção veiculada na televisão aberta e constituíram 35,9% do total da ficção televisiva veiculada no ano.

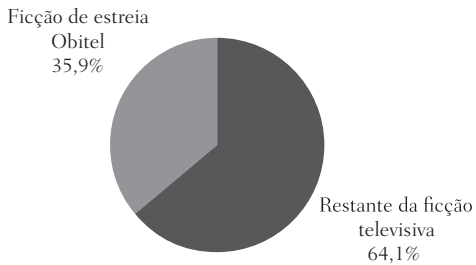
Gráfico 5. Percentuais de ficção Obitel de estreia no conjunto da ficção (títulos)



Ficção televisiva	Total ficção
103	168



Ficção de estreia Obitel	Total ficção
37	168



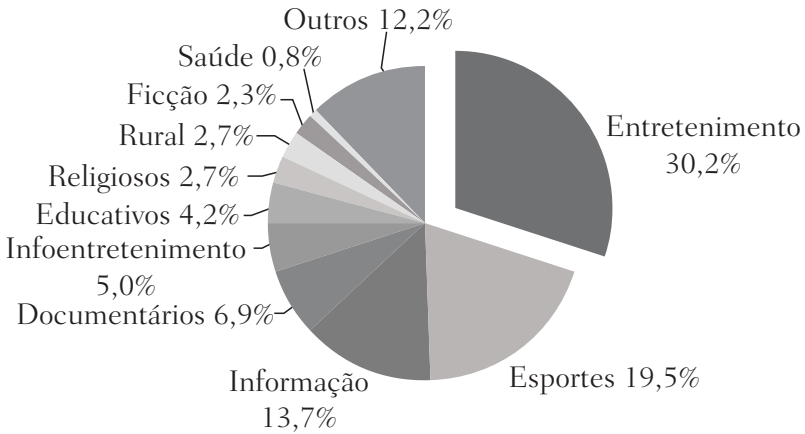
Ficção de estreia Obitel	Ficção televisiva total
37	103

1.3. Tendências da programação nacional

A produção nacional em televisão aberta foi conformada por 262 programas, que representaram 48,33% do total da programação. A composição por gêneros (gráfico 6) evidencia as tendências da produção nacional: os programas de entretenimento, esportes e informação concentram os maiores percentuais de produção, enquanto a ficção nacional chega a 2,3% dos títulos oferecidos. A posição do entretenimento na produção nacional (30,2%) melhora se a ele forem acrescentados os programas limítrofes registrados na categoria infoentretenimento (5%). A observação da produção nacional em termos de visibilidade em horas de tela revela que a informação ocupou mais horas de transmissão: 6625:32, 35,1% do total de horas destinadas a produtos nacionais, quase 50% a mais que as horas ocupadas por entretenimento (gráfico 7). Documentários passam para o oitavo lugar, com 440:31 horas, e ficção para o nono, com 243:25 horas, o que revela a posição incipiente que ocupa nas tendências de produção.

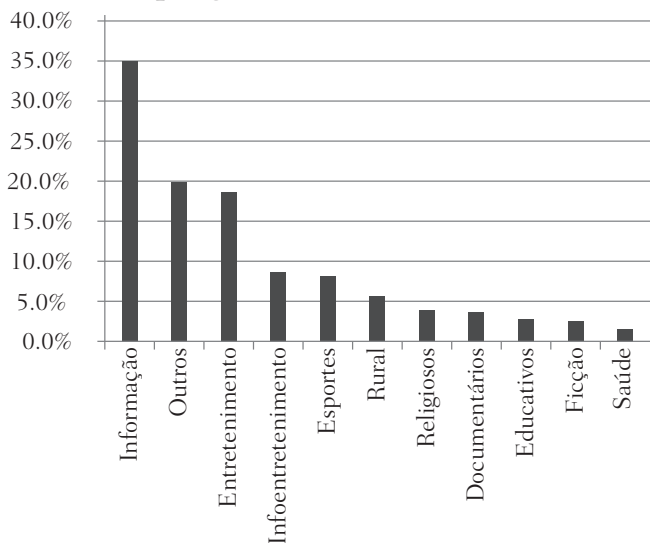
Por último, para completar o contexto televisivo que abrangeu a ficção ibero-americana de estreia, apresentamos uma aproximação do comportamento da audiência em relação ao total da programação da televisão aberta durante 2010. No *ranking* dos dez programas mais assistidos chama atenção o fato de a ficção televisiva continuar ocupando lugar de destaque, com quatro títulos, independentemente do primeiro lugar no *ranking* ser ocupado por *Showmatch*. Quanto à sua origem, quatro dos programas são argentinos e três deles, nacionais. Por outro lado, os títulos são distribuídos apenas entre dois canais de televisão aberta.

Gráfico 6. Composição do total da produção nacional por gênero (títulos)



Gênero	Títulos	%
Entretenimento	79	30,2
Esportes	51	19,5
Informação	36	13,7
Documentários	18	6,9
Infoentretenimento	13	5,0
Educativos	11	4,2
Religiosos	7	2,7
Rural	7	2,7
Ficção	6	2,3
Saúde	2	0,8
Outros	32	12,2
Total	262	100

Gráfico 7. Composição do total da programação nacional por gênero e horas de tela



Gênero	Horas	%
Informação	6625:32	35,1
Outros	3611:36	19,1
Entretenimento	3458:03	18,3
Infoentretenimento	1439:36	7,6
Esportes	1373:02	7,3
Rural	808:54	4,3
Religiosos	478:20	2,5
Documentários	440:31	2,3
Educativos	299:51	1,6
Ficção	243:25	1,3
Saúde	111:31	0,6
Total	18890:21	100

Os dez programas com mais de dez horas de transmissão e mais de dez capítulos com maior audiência (indivíduos) de 2010

Programa	Origem	Gênero	Duração	Episódios	Rede	Aud. %	Share %
<i>Show Match</i>	Argentina	Entretimento	304:11	126	Teledoce	11,2	46,8
<i>¿Dónde está Elisa?</i>	Chile	Ficção Obitel estreia	79:26	75	Saeta canal 10	9,9	29,9
<i>Valientes</i>	Argentina	Ficção Obitel não estreia	41:58	34	Teledoce	9,6	32,5
<i>Porque te quiero así</i>	Uruguai	Ficção Obitel estreia	21:34	17	Saeta canal 10	9,0	25,2
<i>Planeta Disney</i>	Genérico	Desenhos animados	29:45	15	Teledoce	8,0	27,8
<i>Telemundo 12</i>	Uruguai	Informação	423:54	261	Teledoce	8,0	29,0
<i>Bendita TV</i>	Uruguai	Entretimento	69:20	40	Saeta canal 10	8,0	26,7
<i>Minuto para ganar</i>	Argentina	Entretimento	24:30	17	Teledoce	7,9	28,9
<i>Malparida</i>	Argentina	Ficção Obitel estreia	179:07	152	Teledoce	7,9	27,6
<i>Sábados de cine 2a. Función</i>	Genérico	Cinema	106:17	51	Teledoce	7,7	28,4

1.4. Internet

Segundo o último relatório do Latinobarómetro, o Uruguai triplicou a sua conectividade em sete anos. Com 47% das pessoas declarando ter se conectado alguma vez, ocupa o quarto lugar no uso da internet entre os países da América Latina. Por outro lado, quanto ao uso diário da internet, o país ocupa o terceiro lugar, após o Chile e a Argentina: 21% das pessoas declararam que se conectam diariamente⁴.

Para este relatório, tentamos atualizar a informação sobre conectividade, mas a maior parte da informação obtida, entretanto, compreende apenas um semestre e pouco além da que incluímos no relatório para o *Anuário Obitel* 2010. Quanto ao total de conexões, a banda larga chegava, em dezembro de 2009, à quantidade de 330.327 pontos⁵, e 30% dos lares tinham conexão. Em agosto de 2010, as conexões de banda larga fixa eram 365 mil e as de banda larga móvel, 184 mil⁶, o que mostra que a conectividade continua crescendo. Por outra parte, segundo outras fontes, em 2010 a quantidade de usuários chegaria a 1,855 milhão, com 52% de penetração⁷.

4. Fonte: Latinobarómetro Informe 2010, p. 100-101.

5. Fonte: dados retirados de J. P. Estévez, *Barómetro Cisco de Banda Ancha Uruguay 2008-2010*, publicados pela Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual (Dinatel) <www.miem.gub.uy>. Não foram encontrados dados oficiais publicados sobre 2010. A informação incluída no nosso relatório anterior chegava até meados de 2009.

6. Dados extraídos da apresentação de Gustavo Gómez: *Universalización del acceso a Banda Ancha en Uruguay*, disponível em <www.miem.gub.uy>.

7. <www.internetworldstats.com/stats10.htm>. Acesado em: 17 fev. 2011.

Já os usuários dos serviços de telefonia móvel eram 4.262 em junho de 2010⁸ e a teledensidade móvel (serviços móveis por cada 100 habitantes), de 126,97⁹.

1.5. Investimentos publicitários

No período de janeiro a dezembro de 2010, o investimento publicitário em televisão aberta ocupou 13.093.966 segundos, distribuídos nas seguintes categorias, em ordem decrescente: normal, evento, trailer, político, apresentação de programa. A maior concentração foi registrada na publicidade correspondente à categoria normal, com mais de 12.000.000 segundos¹⁰.

Os segundos comerciais distribuíram-se por emissora do seguinte modo: 30,4% para Teledoce; 29,8%, Saeta; 25,4%, Montecarlo; e 14,4%, Televisión Nacional. Embora a quantidade de segundos comerciais tenha aumentado em comparação a 2009, a distribuição entre os canais não sofreu variações substanciais.

1.6. Debate de políticas de comunicação

Televisão digital e legislação afeta aos meios de comunicação foram dois assuntos presentes durante 2010. No que tange à tv digital se produziram algumas novidades, embora não tenha se tra-

8. Os dados se referem ao relatório *Evolución del sector de telecomunicaciones en el Uruguay*. Dados estatísticos em junho de 2010, publicados pela URSEC – Unidad Reguladora de los Servicios en Comunicaciones, p. 14. Disponível em: <[http://www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada.asp?nota=Contenidos/Info%20Mercados/Telecomunicaciones/050%20Evoluci%F3n%20de%20los%20mercados%20de%20las%20telecomunicaciones%20en%20Uruguay%20\(junio%202010\)&Despliegue=DATOS_big.asp](http://www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada.asp?nota=Contenidos/Info%20Mercados/Telecomunicaciones/050%20Evoluci%F3n%20de%20los%20mercados%20de%20las%20telecomunicaciones%20en%20Uruguay%20(junio%202010)&Despliegue=DATOS_big.asp)>.

9. *Id.*, p. 16.

10. Esta abordagem do investimento publicitário foi possível graças aos dados fornecidos pelo Ibope Uruguai.

tado propriamente de um debate, mas de uma mudança de decisão sobre qual norma adotar. O novo governo, que assumiu em 2010, resolveu adotar a norma japonesa ISDB-T ao invés da norma europeia escolhida pelo governo anterior. Deste modo, o Uruguai terá a mesma norma que o restante dos países do Mercosul. Foi anunciado que os primeiros testes serão realizados em setembro de 2011, a troca de aparelhos de televisão analógicos será em 2012 e o blecaute analógico, em 2014 e 2015¹¹.

A legislação dos meios de comunicação foi um dos debates do ano. No nosso relatório anterior tínhamos resenhado as ideias centrais de um projeto de lei incipiente¹². Durante 2010, primeiro ano do novo governo da Frente Amplio, o debate em torno deste projeto não ocorreu e a discussão adotou outras formas. A Dirección Nacional de Telecomunicaciones (Dinatel), órgão ministerial, manifestou a necessidade de iniciar um processo de consulta pública sobre uma futura lei para depois proceder à elaboração de um anteprojeto. Foi constituído então um Comité Técnico Consultivo (CTC), com integrantes dos meios empresariais e universitários e de organizações profissionais, entre outros. Os membros do CTC participaram de forma pessoal e não representando as organizações a que pertenciam. O Comité trabalhou durante vários meses, em sessões públicas, e concluiu apresentando um relatório final que dá conta de alguns consensos alcançados e também das diferenças. A partir dali, a Dinatel anunciou que redigirá o anteprojeto de lei.

Neste espaço, não é possível abordar a totalidade dos temas a que o relatório final do CTC se refere, mas vale a pena assinalar alguns aspectos. O primeiro item notório relaciona-se à mudança de nome: já não se fala em Ley de Medios (provavelmente para afastar os conflitos gerados em torno deste tipo de leis na região),

11. Fonte: **Dirección Nacional de Telecomunicaciones e Servicios de Comunicación Audiovisual (Dinatel)**, <www.miem.gub.uy>.

12. Ver *Anuário 2010*, p. 389-392.

mas se propõe uma designação que abrange a área, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. No tocante a alguns dos temas especialmente interessantes para este Observatório, destaca-se o fato de estabelecer-se a necessidade de um marco regulador que contemple os direitos da audiência por meio de diversos mecanismos, a prevenção de conteúdos discriminatórios e a diversificação da oferta. O incentivo à produção nacional, especialmente à produção independente, é proposto como tema relevante para a próxima legislação, mas se discute sobre a conveniência de adotar um sistema de cotas ou um sistema de incentivos¹³. Por outro lado, é enfatizado o interesse público dos conteúdos audiovisuais e se dedica um trecho extenso do documento à relação entre educação e meios de comunicação. Neste sentido, adota-se uma posição favorável a implementar a “educação para os meios” na planificação do ensino.

Além do trabalho do comitê e do anúncio da redação da lei, são relevantes as declarações do presidente da república José Mujica, realizadas quando ia ser apresentado o documento final do CTC e que demonstraram ambiguidade e desacordo em meios oficiais¹⁴.

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

A oferta de estreias de ficção televisiva na televisão aberta foi maior durante 2010, superando os níveis de anos anteriores. A aná-

13. Fonte: <<http://www.miem.gub.uy/portal/hgxpp001?5,11,549,O,S,0,PAG;CO NC;485;3;D;6209;1;PAG;MNU;E;30;9;MNU>>, Informe Final, Comité Técnico Consultivo. No mesmo site podem ser consultadas as atas das sessões.

14. Portal 180, publicado em 10 de dezembro, disponível em <http://www.180.com.uy/articulo/15668_Mujica-paro-el-proceso-para-una-ley-de-medios>. La Nación, 27 de setembro de 2010, disponível em: <<http://www.lanacion.com.ar/1308894-mujica-la-mejor-ley-de-prensa-es-la-que-no-existe>>. Independentemente do anedótico e das retificações feitas posteriormente por pessoas próximas à presidência, o fato tem relevância, pois provocou incerteza sobre o rumo de um debate cuja iniciativa tinha sido governamental.

lise dos 37 títulos evidencia algumas continuidades e transformações. O predomínio de títulos de origem latino-americana continua: são em número de 30, o que representa 81,1% das estreias ibero-americanas e 82,2% das horas de transmissão (2199:52).

Tabela 1. Produções exibidas em 2010 e respectivas emissoras

Canal 4, Montecarlo Televisión (1 título)

1. *Charly en el aire 2*
2. *Correr el riesgo*

Saeta Canal 10 (1 título)

3. *Porque te quiero así*

Títulos importados e coproduções Obitel e respectivas emissoras em 2010

Canal 4, Montecarlo Televisión (14 títulos)

4. *Bella Calamidades*
5. *Botineras*
6. *Catalina*
7. *Corazón salvaje*
8. *El señor de la querencia*
9. *Llena de amor*
10. *Más sabe el diablo*
11. *Mujeres asesinas*
12. *Niní*
13. *Nuevo rico nuevo pobre*
14. *S.O.S. Sexo y otros secretos*
15. *Soy tu dueña*
16. *Teresa*
17. *Toda una dama*

Saeta Canal 10 (11 títulos)

18. *Águila roja*
19. *Aida*
20. *¿Dónde está Elisa?*
21. *Guardián de tu amor*
22. *Juan Querendón*

- 23. *Juro que te amo*
- 24. *La niñera*
- 25. *La traición*
- 26. *Mujeres de lujo*
- 27. *Pecadora*
- 28. *Salvador de mujeres*

Canal 12, Teledoce (9 títulos)

- 29. *Acuarela de amor*
- 30. *Alguien que me quiera*
- 31. *Ciudad paraíso*
- 32. *El clon*
- 33. *El profeta*
- 34. *En nombre del amor*
- 35. *India, una historia de amor*
- 36. *Malparida*
- 37. *Mar de amor*

Quanto à produção nacional, é preciso constatar a presença de três títulos: *Porque te quiero así*, *Charly en el aire 2* e *Correr el riesgo*. Ainda que o número de produções seja inferior à expectativa que se tinha para o ano, a persistência da mesma quantidade de títulos que em 2009 faz pensar na consolidação de uma tendência e na constituição de um público para a ficção nacional. Entretanto, a visibilidade da ficção nacional ainda é incipiente em termos comparativos: ocupou 47:26 de um total de 2676:55, ou seja, 1,8% do total do tempo de transmissão destinado à ficção ibero-americana de estreia, e representou 8,1% dos títulos oferecidos ou, em termos de capítulos, 1,6% dos capítulos/episódios.

O restante da oferta é caracterizado por uma grande variedade de origens com crescimento dos títulos mexicanos. Embora a presença da telenovela mexicana seja algo tradicional na tela nacional, durante 2010 o seu crescimento foi notório (dez títulos), superando a ficção oriunda da Argentina (cinco títulos). Em termos de horas de transmissão, a Argentina perdeu a tradicional liderança; ficções mexicanas ocuparam maior quantidade de horas de tela.

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional*	3	8,1	43	1,6	47:26	1,8
Ibero-americana	34	91,9	2691	98,4	2629:29	98,2
Latino-americana (âmbito Obitel)	30	81,1	2217	81,1	2199:52	82,2
Latino-americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	2	5,4	271	9,9	244:13	9,1
Ibérica	2	5,4	12	0,4	11:29	0,4
Outras (coprodu- ções ibero-ameri- canas)	3	8,1	234	8,6	221:21	8,3
Total	37	100	2734	100	2676:55	100

Fonte: Obitel Uruguai a partir de dados proporcionados pelo Ibope

Num olhar retrospectivo, usando como ponto de referência 2008, ano em que o Uruguai se integrou ao Obitel, constata-se uma tendência à diminuição da oferta de ficção argentina, principal fornecedor da televisão uruguaia desde os primórdios, e também da brasileira¹⁵, instalada solidamente há três décadas. Em contrapartida, há uma forte diversificação da oferta: quase todos os países integrantes do Obitel têm presença na oferta de ficção. Destacamos, em particular, o crescimento da presença do Chile, que não tem tradição como fornecedor de ficção para o Uruguai. Por outro lado, no caso de Telemundo percebe-se o seu assentamento no repertório ficcional: seja através de produções próprias ou em coproduções com a RTI, a estética Telemundo adquire visibilidade no fluxo te-

15. **A veiculação do quarto título**, *India, una historia de amor*, foi iniciada apenas em meados de dezembro. Por outro lado, nos últimos anos eram mantidos no ar dois títulos ao mesmo tempo durante o ano todo, enquanto durante alguns meses de 2010 permaneceu apenas um.

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Brasil	4	10,8	368	13,5	344:38	12,9
Argentina	5	13,5	425	15,5	462:21	17,3
Chile	3	8,1	176	6,4	166:39	6,2
Colômbia	3	8,1	219	8,0	214:19	8,0
Equador	0	0	0	0	0	0
Espanha	2	5,4	12	0,4	11:29	0,4
EUA (produção hispânica)	2	5,4	271	9,9	244:13	9,1
México	10	27,0	762	27,9	728:15	27,2
Portugal	0	0	0	0	0	0
Uruguai	3	8,1	43	1,6	47:26	1,8
Venezuela	2	5,4	224	8,2	236:14	8,8
Outras (produções e coproduções de outros países latino ou ibero-amerericanos)	3	8,1	234	8,6	221:21	8,3
Total	37	100	2734	100	2676:55	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

levisivo. Isto é constatado nos cinco títulos que o selo Telemundo apresenta, ocupando 465:34 horas de transmissão. O quadro seguinte permite ver a variação na composição da oferta ao longo dos três últimos anos.

A maior parte dos capítulos das ficções nacionais foi veiculada em horário noturno: 72,6% das horas destinadas à ficção nacional. Vale a pena destacar que mesmo quando a transmissão começou no *prime time*, sinalizando uma intenção de programá-la nesse horário privilegiado, a maior quantidade de minutos de cada capítulo transcorreu no horário noturno. Tal foi o caso de *Porque te quiero así*, mas isso também se aplica a ficções de outras origens. Isso pode ser explicado porque os canais de tv aberta atribuem ao noticiário uma posição central no *prime time*. Isto, mais a extensão cada vez

País	2008	2009	2010
Brasil	7	5	4
Argentina	15	5	5
Chile	0	1	3
Colômbia	???	2	3
Equador	???	0	0
Espanha	3	1	2
EUA	2	1	2
México	4	6	10
Portugal	0	0	0
Uruguai	0	3	3
Venezuela	0	1	2
Outras (produção/coprodução outros países ibero-americanos)	4	4	3
Total	35	29	37

maior do espaço dedicado às notícias¹⁶, tem como consequência o deslocamento da ficção televisiva para a tarde e para a noite.

A tarde concentra a maior quantidade de horas, 1398:14, 52,2% do total do tempo de transmissão da ficção televisiva ibero-americana de estreia e 1.465 capítulos, 53,6% dos capítulos veiculados. Costuma ser este o espaço da telenovela mexicana. O segundo horário preferido para a programação de ficção televisiva é o noturno, que representa 25,5% do tempo destinado à ficção ibero-americana de estreia. O reaparecimento da oferta de ficção durante as manhãs constitui uma novidade. Em 2008 e 2009, esta faixa de horário tinha sido deixada de lado no tocante à programação de ficção, embora em anos anteriores tenha sido usada esporadicamente.

No que se refere a formatos, a ficção nacional tende a privilegiar a série e na ficção ibero-americana quem domina é a telenovela, com 29 títulos. Como consequência, nas horas de transmissão

16. Ver gráficos 6 e 7.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixa horária	Nacionais			Ibero-americanos			Total		
	C/E	H	%	C/E	H	%	C/E	H	%
Manhã (06h-12h)*	0	0	0	150	141:41	5,4	150	141:41	5,3
Tarde (12h-19h)	0	0	0	1465	1398:14	53,2	1465	1398:14	52,2
Horário nobre (19h-22h)	13	13:01	27,4	478	419:10	15,9	491	432:11	16,1
Noturno (22h-6h)	30	34:25	72,6	598	670:24	25,5	628	704:49	26,3
Total	43	47:26	100	2691	2629:29	100	2734	2676:55	100

Fonte: Obitel Uruguai a partir de dados do Ibope

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais						Ibero-americanos					
	Tít.	%	Cap/ep	%	Horas	%	Tít.	%	Cap/ep	%	Horas	%
Telenovela	0	0	0	0	0	0	29	85,3	2582	95,9	2543:11	96,7
Série	2	66,7	31	72,1	35:55	75,7	5	14,7	109	4,1	86:18	3,3
Minissérie	1	33,3	12	27,9	11:31	24,3	0	0	0	0	0	0
Telefilme/ <i>TV movie</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (docu- drama, unitário etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	3	100	43	100	47:26	100	34	100	2691	100	2629:29	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Série	0	0	0	0	1	100	1	50,0	0	0
Minissérie	0	0	0	0	0	0	1	50,0	0	0
Telefilme/ TV movie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (docu- drama etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	0	0	1	100	2	100	0	0

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

**Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios
(com intervalos comerciais)**

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	56	2,0
Média (30'-60')	1.974	72,2
Longa (60'+)	704	25,7
Total	2.734	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	33	89,2
Passado	4	10,8
Histórica	0	0,0
Outra	0	0,0
Total	37	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

de ficção ibero-americana se constata o predomínio da telenovela, dando continuidade à tendência dos anos anteriores. Quanto à relação entre formatos e horários, o *prime time* e o noturno estão sendo os escolhidos pelos programadores dos canais de televisão aberta para a ficção nacional, seja série ou minissérie.

Nas transmissões de 2010, a maior parte dos capítulos e episódios teve duração média. É preciso assinalar que consideramos a duração dos capítulos incluindo o intervalo comercial pela impossibilidade de obter a duração líquida de cada transmissão. Por outra parte, não há regularidade na duração de cada emissão, especialmente na telenovela: os primeiros capítulos são extensos, para conquistar a audiência, e os últimos costumam ser mais breves, esticando a chegada do capítulo final.

No que tange ao momento em que as histórias se desenvolvem, o presente continua predominando, mas com um aumento das ficções com ambientação de época: *El profeta*, *El señor de la querencia*, *Corazón salvaje* e *La traición*.

2.1. Os dez títulos mais assistidos

O *ranking* do *top ten* revela algumas mudanças em relação a anos anteriores na relação entre a oferta de títulos e a resposta da audiência em termos de pontos. A novidade, substancial para a televisão uruguaia, é uma ficção nacional ocupar o segundo lugar no *ranking* dos mais assistidos. Em 2009, a ficção nacional chegou à tabela do *top ten* com *Las novias de Travolta*, mas no décimo lugar. A presença da ficção nacional continua, então, ao mesmo tempo em que sobe na preferência.

A composição dos dez títulos mais assistidos apresenta também, como novidade, a posição da ficção chilena no topo as medições: *¿Dónde está Elisa?* As características da história focada num enredo de revelação, com a expectativa na busca de Elisa primeiro e na de seu assassino, depois, a proximidade com algum caso local

com presença nas notícias e uma forte campanha de expectativa na instalação do produto devem ser, provavelmente, algumas das explicações para a captação de público atingida por esta ficção. A novidade é reforçada com a inclusão de mais um título chileno no *top ten*: *Mujeres de lujo*, no nono lugar. Como foi dito, o Chile é um fornecedor de ficção recente e esporádico para o Uruguai, e nas ocasiões anteriores os seus títulos nunca atingiram essas posições. Tradicionalmente, os dez títulos de ficção televisiva mais assistidos eram integrados por produções argentinas e brasileiras, mas em 2010 elas não ultrapassaram 50% e a preferência da audiência direcionou-se para uma variedade mais ampla. Por outro lado, a presença da Telemundo no *top ten* se manteve, ainda que com apenas um título, enquanto que em 2009 tinha três títulos entre os dez primeiros.

No que se refere às redes de transmissão, Teledoce, Canal 12, perdeu a liderança na audiência de ficção: os dois títulos no topo da tabela foram veiculados por Saeta, Canal 10, mas além disso este canal detém cinco títulos dentre os dez mais assistidos. Montecarlo, Canal 4, que é quem tem mais ficção televisiva de estreia na sua programação (14 títulos) conseguiu emplacar apenas uma na tabela do *top ten*.

Algumas constantes persistem: o predomínio da telenovela em termos de formato, embora tenha aumentado a presença das séries; os selos produtores constantes ao longo destes três anos foram Polka e rede Globo.

Quanto ao perfil da audiência, constata-se que é composta na maior parte por mulheres, uma constante dos anos anteriores. O público feminino varia entre 62% e 76% da audiência destes dez títulos, enquanto o público masculino não ultrapassa 38% e os seus maiores índices são registrados em duas ficções caracterizadas pelo humor, *Porque te quiero así* e *La Niñera*¹⁷, junto com uma terceira

17. Ambas protagonizadas pela mesma atriz, Florencia Peña.

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, share

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	TV privada ou pública	Formato	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Audiência %	Share %
1. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Chile	pública	telenovela	Pablo Llanes, Nona Fernández, Hugo Morales, Josefina Fernández	9,9	29,7
2. <i>Porque te quiero así</i>	Uruguai	privada	série	Adriana Lorenzón	9,0	27,0
3. <i>Malparida</i>	Argentina	privada	telenovela	Lily Ann Martin, Pablo Junovich, Cecilia Guerty	7,9	25,1
4. <i>Acuarela de amor</i>	Brasil	privada	telenovela	Walcyr Carrasco	7,5	29,3
5. <i>La niñera</i>	EUA	privada	série	ideia original: Fran Drescher e Peter Marc Jacobson; Adaptação: Diego Alarcón-Axel Kuschevatzky	6,8	32,4
6. <i>Ciudad paraiso</i>	Brasil	privada	telenovela	Benedito Ruy Barbosa	6,8	32,4
7. <i>Águila roja</i>	Espanha	privada	série	Carmen O. Carbonero	6,5	20,1
8. <i>Alguien que me quiera</i>	Argentina	privada	telenovela	Alejandro Ocón, Solange Keolegían, Sebastián Parrotta	6,3	20,2
9. <i>Mujeres de luto</i>	Chile	privada	telenovela	Coca Gómez, Josefina Fernández, Malú Urrutia, Pablo Riquelme	6,3	20,0
10. <i>Más sabe el diablo</i>	Colômbia	privada	telenovela	Jimena Romero e Lina Uribe	6,2	19,1
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 9		
100%				90%		

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Tabela 10. Os dez títulos mais assistidos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número de capítulos	Duração do capítulo/ episódio	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
1. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	telenovela	drama	2008	112	25'	3/3/2010	30/7/2010	noturno
2. <i>Porque te quiero así</i>	série	comédia de costumes	2010	16	30'	20/7/2010	9/11/2010	noturno
3. <i>Malparida</i>	telenovela	melodrama	2010	175	60'	3/5/2010	30/12/2010	noturno
4. <i>Acuarela de amor</i>	telenovela	romântica	2009	145	60'	31/5/2010	22/12/2010	<i>prime time</i>
5. <i>La niñera</i>	série	sitcom	2004-2005	175	30'	3/11/2010	30/12/2011	noturno
6. <i>Ciudad paraíso</i>	telenovela	romântica	2009	100	45'	22/7/2010	10/12/2010	tarde
7. <i>Águila roja</i>	série	drama	2009	33	80'	28/5/2010	13/6/2010	noturno
8. <i>Alguien que me quiere</i>	telenovela	comédia de costumes	2010	185	40'	8/2/2010	7/4/2010	noturno
9. <i>Mujeres de lujo</i>	telenovela	drama	2010	78	30'	14/7/2010	26/11/2010	noturno
10. <i>Más sabe el diablo</i>	telenovela	melodrama	2009	182	40'	22/3/2010	5/11/2010	<i>prime time</i>

Fonte: Obitel Uruguai

Tabela 11. Temáticas dos dez títulos mais vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Solução de crimes, relações familiares, infidelidades, segredos.	Abuso sexual, homossexualidade , isolamento e família.
2. <i>Porque te quiero así</i>	Relações amorosas: rompimentos , triângulo amoroso.	Corrupção, emigração e jovens.
3. <i>Malparida</i>	Vingança, amor, identidade oculta, traição.	
4. <i>Acuarela de amor</i>	Amor, identidade, diferenças sociais.	Deficiência, proteção dos animais.
5. <i>La niñera</i>	Confusões familiares, triângulo amoroso, diferenças sociais.	
6. <i>Ciudad paraíso</i>	Amor, confronto com a vida religiosa, tradições e vida rural.	Corrupção política e meios de comunicação.
7. <i>Águila roja</i>	Aventuras e heroísmo, amor, identidade.	Dominação, corrupção política.
8. <i>Alguien que me quiera</i>	Relações amorosas, mudança de identidade.	Deficiência, corrupção.
9. <i>Mujeres de lujo</i>	Relações amorosas, dominação, mudança de identidade.	Prostituição, dependência .
10. <i>Más sabe el diablo</i>	Bastardia, vingança, amor.	Vida na rua, imigração, redes criminosas.

Fonte: Obitel Uruguai

que possui um enredo com componentes eróticos e intriga criminosa, *Mujeres de lujo*.

Do ponto de vista da composição etária, observa-se que o público infantil entre 4 e 11 anos é o menos atraído pela ficção e não ultrapassa 8% em nenhum dos títulos. Com o público de adolescentes e jovens acontece algo semelhante. Os maiores percentuais da audiência continuam concentrados na faixa etária de 60 ou mais anos. Para os dez títulos, essa faixa de idade constitui 26% a 50% da audiência. A segunda posição na concentração da audiência é ocupada pelos espectadores entre 35 e 49 anos. Dependendo do título, o percentual de audiência correspondente a esta faixa vai de 14% a 28%.

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais assistidos: gênero, idade, nível socioeconômico

Programa	Canal/ rede	Gênero %		Faixa etária %										Nível socioeconômico %				
		Mulheres	Homens	4 a	12 a	18 a	25 a	35 a	50 a	60+	AA	AM	MA	MM	MB	BM BB		
1. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Saeta Canal 10	68,1	31,9	6,9	5,9	7,7	11,5	28,6	13,3	26,2	6,0	6,1	29,8	17,9	40,2			
2. <i>Porque te quiero así</i>	Saeta Canal 10	62,7	37,4	6,5	6,5	4,9	11,6	27,0	15,8	27,8	7,6	8,0	24,7	24,1	35,6			
3. <i>Malparida</i>	Teledoce Canal 12	69,8	30,2	7,1	10,3	7,6	14,1	18,3	12,0	30,7	7,7	8,1	21,8	19,4	43,0			
4. <i>Acuarela de amor</i>	Teledoce Canal 12	75,6	24,4	6,5	6,4	5,6	6,5	16,9	9,3	48,8	2,8	6,3	19,2	19,6	52,2			
5. <i>La niñera</i>	Saeta Canal 10	62,0	38,0	8,3	8,1	6,4	13,0	20,6	16,2	27,4	6,3	8,2	16,1	26,6	42,9			
6. <i>Ciudad paraiso</i>	Teledoce Canal 12	76,5	23,5	6,9	6,4	5,6	6,7	14,6	9,5	50,4	1,4	4,6	16,1	19,2	58,8			
7. <i>Águila roja</i>	Saeta Canal 10	65,5	34,5	7,5	7,4	8,6	15,0	20,5	12,4	28,6	1,7	5,2	14,9	25,9	52,2			
8. <i>Alguien que me quiera</i>	Teledoce Canal 12	65,0	35,0	8,3	8,0	5,9	13,2	18,1	17,4	29,1	7,6	6,4	22,2	18,1	45,7			
9. <i>Mujeres de lujo</i>	Saeta Canal 10	63,5	36,5	4,3	5,3	7,7	11,0	24,0	17,3	30,4	5,5	5,2	24,4	22,2	42,7			
10. <i>Más sabe el diablo</i>	Montecarlo Canal 4	71,0	29,0	5,3	6,4	6,3	12,0	21,7	18,0	30,4	2,6	7,2	13,7	28,4	48,2			

Fonte: Obitel Uruguai a partir de dados proporcionados pelo Ibope

3. Recepção transmidiática

Os processos de recepção televisiva protagonizados pelas audiências se transformaram a partir do aspecto transmidiático dos programas. O momento da recepção não mais está preso aos mesmos parâmetros temporais nem espaciais, além do que a própria ficção pode sofrer transformações: às vezes os sites oferecem capítulos completos, mas outras vezes fragmentam as narrativas de modo diferente do concebido na sua produção, relacionando-os com outras informações disponíveis na mesma página, entrevistas de atores, informação sobre eles, cenas de bastidores, capítulos exibidos, prévias do enredo, comentários dos consumidores. Uma espécie de multidirecionamento do olhar é estimulada a partir da rede, e o receptor pode construir um novo texto com a trajetória que escolher. As teorias da recepção explicam diferentes dimensões da produtividade do receptor na sua relação com os textos midiáticos, desde a interpretação e os diversos planos da leitura até o uso. Na recepção transmidiática a interatividade é uma das expressões dessa produtividade, mas a sua intensidade varia, indo de um comentário até a produção de uma nova narrativa pela qual o consumidor se constitui em *prosumidor*, como acontece nas *fanfiction*. Nas ficções nacionais, como se verá no caso selecionado, a interatividade, ainda que presente, teve um desenvolvimento limitado.

Nesta experiência piloto de pesquisa da recepção transmidiática que o Obitel se propôs, a ficção que decidimos estudar é *Porque te quiero así*. A escolha se fundamenta no fato de ter sido a mais assistida das três ficções nacionais do ano e de ter ocupado o segundo lugar no *top ten*.

Neste caso, o canal produtor criou um website, <<http://www.canal10.com.uy/porque-te-quiero-asi>>, onde foram oferecidos vídeos dos atores apresentando o seu personagem, capítulos da série e cenas de bastidores. Este site oferece uma interatividade limitada: o usuário pode assistir on-line ou descarregar os vídeos, mas não pode escrever comentários ou interagir com outros usuários.

Do canal também partiu a iniciativa de criar o Facebook *Porque te quiero así*, mas este não está linkado ao site oficial da série.

O período de observação definido para este estudo piloto foi o do último mês de transmissão da série. Optamos por este critério em vez da observação da última semana, como indicado pela metodologia geral Obitel, porque as ficções nacionais são de frequência semanal. Entendeu-se que considerando apenas a última semana de transmissão não se teria uma aproximação substancial da recepção transmidiática da série.

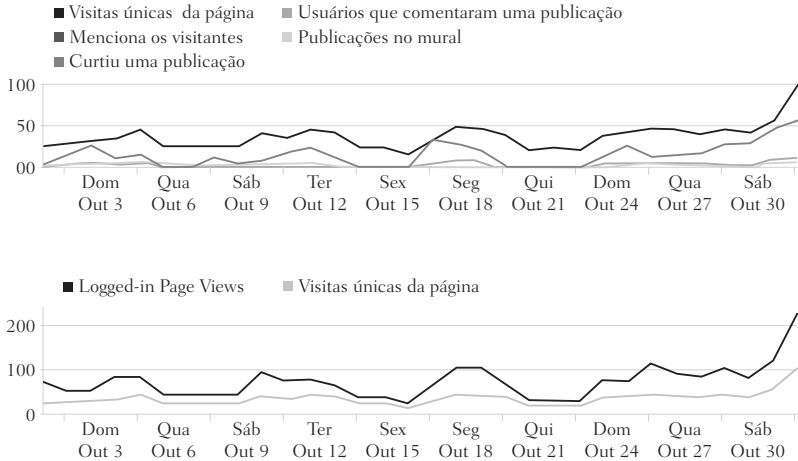
Nesse período, os usuários do Facebook *Porque te quiero así* foram 4.524 e, destes, 614 se uniram neste último mês de transmissão. O total de usuários no Facebook foi de 5.020 desde a sua criação até fevereiro de 2011, quando ainda se registrou atividade.

A análise da atividade dos usuários no Facebook durante o último mês de transmissão revela que próximo do último capítulo houve um aumento, como os gráficos seguintes mostram.

Observando com atenção a composição da audiência interativa no Facebook, vale a pena perceber algumas constantes e diferenças na composição da audiência televisiva. Quanto à variável gênero, repete-se o predomínio feminino dos usuários: 72% daqueles que se relacionaram com este Facebook são mulheres e 27% são homens, o que manifesta uma distância maior entre os gêneros (45 pontos) do que a registrada pelos dados por título que podem ser apreciados na tabela 12. Já quanto à variável etária, observa-se maior concentração dos usuários nas faixas mais jovens, particularmente entre os 18 e os 24 anos, que foram os setores menos fortes na medição de audiência televisiva (ver tabela 12). Esta característica da composição dos usuários poderia ser explicada pela combinação de dois fatores: a maior penetração e uso das redes sociais entre adolescentes e jovens e a expansão da prática de consumir produtos televisivos pela internet em vez de usar o aparelho de tv.

Na maior parte, os comentários registrados durante o período são manifestações de aprovação, ânimo para continuar fazendo a

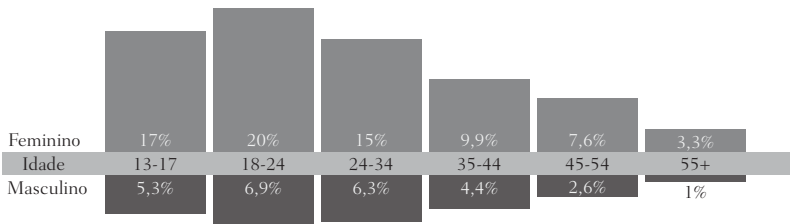
Último mês de transmissão, 2/10/2010 até 2/11/2010



Visualizações por aba		Referências externas	
2.296	Mural	96	google.com.uy
221	Fotos	48	google.com.ar
111	Vídeo	35	search.conduit.com
110	Informação	24	google.es
64	Enquete	14	google.com
35	Notas	6	google.com.mx
3	Eventos	3	google.it
		2	bing.com
		2	google.com.br

ficção e avaliação de algum dos atores. O humor na história é apreciado, mas não aconteceram comentários concretos sobre outros aspectos. As características dos comentários e a escassa interatividade que o site oficial da série oferece não permitiram avançar na análise da recepção transmidiática para além do exposto.

Características demográficas



Fonte: Saeta, Canal 10

4. O mais destacado do ano

Os aspectos mais destacáveis do ano relacionam-se com a produção nacional. O fato mais relevante foi que uma ficção nacional conseguiu chegar até o segundo lugar entre os dez títulos de estreia mais assistidos de 2010. Uma comédia, *Porque te quiero así*, conquistou bons níveis de audiência desde o primeiro dia de transmissão, quando obteve 14,8 pontos de audiência e foi o programa mais assistido no dia da sua estreia. A fidelidade do público durante os 16 capítulos mais a promessa de uma segunda temporada constituem uma novidade na história das ficções nacionais. A participação de profissionais argentinos em papéis centrais (a atriz principal, a autora do roteiro e o diretor) foi uma característica desta produção. Entretanto, a ficção contou com personagens vividos por atores uruguaios que podiam gerar um forte reconhecimento do produto como sendo nacional.

O segundo fato notável é que pela primeira vez na televisão uruguaia uma ficção nacional tem uma segunda temporada: *Charly en el aire* 2¹⁸, que obteve uma média de 2,7 pontos de audiência. Segundo declarações dos seus realizadores, a criação desta segunda temporada foi ensinada pela interatividade dos seus seguidores nas redes sociais

18. Produzida por 2:22 Films, escrita por Oscar Estévez e Federico Rocca, veiculada por Montecarlo.

da internet. A narrativa desta segunda temporada se apoia no *flash-back*, através do qual se percorre um ano da vida de Charly durante 13 capítulos, cinco a mais que na temporada anterior.

Por último, a terceira novidade foi a presença de um título que transitou por um gênero não percorrido na curta trajetória da produção de ficção televisiva nacional. *Correr el riesgo*¹⁹ foi uma minissérie que poderia ser classificada como *thriller* em 13 capítulos. A narrativa é iniciada com o assassinato da esposa do ministro do Interior, e a partir daí a trama é desenvolvida, pretendendo abordar tanto a corrupção política, judicial e policial quanto relações amorosas cruzadas e clandestinas. Sequestros, explosões, assassinatos atravessam a história e o fio narrativo se perde numa trama descentralizada, em que a tensão própria do gênero fica diluída. A qualidade técnica das imagens e a presença de um par de bons atores não conseguem amortecer as fraquezas do roteiro. A audiência média foi de 2,6.

Diferentemente do ocorrido em outras oportunidades, este ano a expectativa do público, que foi hierarquizada na definição do horário, foi considerada nos três casos para a instalação do produto. É possível perceber um maior cuidado nestes aspectos também na escolha do dia de transmissão: *Porque te quiero así* foi ao ar às terças, após o jornal central, *Correr el riesgo* às quintas, no horário noturno, e *Charly en el aire 2* talvez tenha sido o menos favorecido porque, embora tenha ido ao ar no *prime time*, foi veiculado aos sábados. As três ficções nacionais adotaram a frequência semanal em vez da diária, e isto faz aparecer duas particularidades da produção de ficção nacional persistentes até o momento: por uma parte, a limitação no número de capítulos produzidos e, por outra, o fato de a ficção de frequência semanal enfrentar um desafio maior para a fidelização do público do que a novela diária. *Porque te quiero*

19. Produzida por 4K Visual Company, roteiro e direção de Mario Banchero, veiculada por Montecarlo, Canal 4.

así conseguiu conquistar uma audiência estável ao longo de todo o tempo de transmissão.

2010 começou com a expectativa de que seria um bom ano para a ficção televisiva nacional: era anunciada a presença de cinco títulos na tela, nos três canais de televisão privada. No final, os títulos no ar foram três, mas as duas ficções previstas por Teledoce, *Adicciones* e *Maltratadas*²⁰, estão em processo de comercialização no exterior e provavelmente estrearão no próximo ano.

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva

A qualidade da televisão constitui um tema de discussão, espaço de visões contrárias e pontos de vista divergentes. Perto do final dos anos 80, Kim Schroder manifestava, numa conferência que mais tarde foi publicada com o significativo título de “Calidad cultural: ¿persecución de un fantasma?”²¹, a inquietação que o assunto lhe causava. Conscientes de quão controvertido o assunto é, nos propusemos a indagar a respeito dos significados que o termo qualidade ganha no contexto uruguaio, quando aplicado à televisão e à ficção televisiva. Em outras palavras: a que estamos nos referindo no Uruguai quando discutimos acerca da qualidade de um programa de televisão nacional e, especificamente no caso da ficção, que critérios usamos para avaliá-lo? No atual estado da indústria audiovisual nacional na área da ficção televisiva, consideramos este um questionamento necessário para a discussão referente a políticas de estímulo e culturais em geral.

20. Tinham sido anunciadas duas ficções que seriam transmitidas pelo Teledoce, Canal 12: *Adicciones*, produzida pela tv Contenidos, e outra ficção, *Maltratadas*, produzida pelo próprio canal e o Flor Latina Entertainment Group.

21. Schroder, Kim, publicado em: Dayan, D. *En busca del público*. Barcelona: Gedisa, 1997.

Com este propósito, analisaram-se, nos principais meios da imprensa nacional, os artigos referentes às ficções televisivas uruguaias estreadas neste ano e foram realizadas entrevistas com informantes qualificados pertencentes a diversas áreas ligadas à indústria audiovisual: responsáveis por entidades governamentais, produtoras independentes, roteiristas e profissionais ligados aos canais de televisão. O objetivo foi confeccionar um mapa provisório das noções de qualidade com que a ficção nacional é pensada, para ser um instrumento no diálogo entre os atores envolvidos num possível desenvolvimento da indústria audiovisual.

Na imprensa uruguaia não é habitual encontrar colunas críticas sobre ficção televisiva como podem ser encontradas sobre cinema. Os espaços dedicados à ficção televisiva adotam a forma de resenhas e costumam estar focados em informar os índices de audiência. Bons índices parecem ser considerados indicativos da qualidade da ficção, de acordo com a relativa presença na mídia, e, na situação contrária, a sua avaliação cairia até o ponto de ser relegada a um segundo plano pelo jornalismo da área.

As resenhas sobre ficção que foram levantadas para este relatório geralmente não veiculam observações explícitas sobre a qualidade dos produtos.

No entanto, existe uma identificação e hierarquização dos itens considerados necessários para um bom produto.

O primeiro deles é o *capital humano*. A trajetória profissional, tanto dos atores quanto da equipe de produção, é o ponto de partida para considerar a qualidade das ficções. Nesse sentido, aquelas que contam com atores consagrados têm uma primeira avaliação positiva, especialmente quando eles têm uma trajetória na televisão ou, mesmo oriundos do teatro, demonstraram versatilidade passando de um meio para o outro. Em segundo lugar está o *argumento*; as resenhas enfatizam a história narrada pela ficção. Os *aspectos técnicos*, entretanto, ficam para trás. Habitualmente, o único aspecto mencionado é a alta definição (HD), quando as ficções são filmadas

desse modo, e fazem-se breves referências ao cuidado com os detalhes técnicos e estéticos. As ficções também não são consideradas em função do orçamento investido: os dados numéricos em geral não são mencionados.

Por último, as *inovações* propostas pelas ficções, do tipo que forem, são avaliadas de forma positiva. Assim, o discurso jornalístico costuma assinalar como inovação a presença de traços uruguaios explorados “como nunca foi feito antes”, e isto é avaliado de forma positiva; contudo, se acontece exatamente o oposto e a novela é universalizada através da história, os personagens ou mesmo a linguagem como “as anteriores nunca fizeram”, o fato também é avaliado como bom. Os indicadores de qualidade ligados à inovação cobrem uma diversidade de aspectos: do uso de tomadas aéreas numa ficção²² à exploração de espaços urbanos com apelo turístico e à modalidade de relacionamento com o público. No caso concreto de *Charly en el aire*, é sublinhado o uso das redes sociais e o fato de a segunda temporada, segundo os produtores, ter sido impulsionada por esse meio.

A análise das entrevistas realizadas com informantes qualificados permite diferenciar o repertório conceitual associado à qualidade ficcional de duas perspectivas bem definidas: por um lado, a daqueles que estão ligados diretamente à produção e, por outro, a daqueles que têm responsabilidades políticas em órgãos estatais ligados à área, Ministerio de Educación y Cultura (MEC), Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU).

Os entrevistados relacionados com o fazer apontam duas dimensões centrais: a qualidade técnica da realização e a qualidade artística. A ficção de qualidade é aquela que atinge padrões técnicos de qualidade no tocante à qualidade visual e sonora, tanto quanto um tratamento estético coerente com as exigências internacionais.

22. Aspecto que se destaca, por exemplo, no caso de *Correr el riesgo*, mas não é o único caso.

De modo geral, esta dimensão da qualidade não é percebida como um objetivo dificultoso para as ficções nacionais, embora se considere ligada à necessidade de investimento econômico relevante. Por outro lado, se constata uma convergência para assinalar a solidez do roteiro como item central da qualidade da ficção, e este aspecto é apontado como “o ponto fraco” da ficção nacional. Na mesma linha, a qualidade é associada à ideia do produto atingir dois objetivos centrais: proporcionar entretenimento ao espectador e possibilitar a identificação com valores humanos. A solidez da história e dos personagens, mais do que os componentes e referência ao local ou nacional, seria a base do relacionamento com a audiência. O conceito de qualidade no discurso dos entrevistados se relaciona também com a ideia de uma ficção de qualidade ter que ter uma identidade própria e respeitar o espectador.

A partir do ponto de vista dos entrevistados ligados a órgãos governamentais alguns outros aspectos diferenciais foram incorporados à discussão. O respeito pelo espectador enquanto cidadão é enfatizado como critério central de qualidade. A necessidade de seguir um código de ética e de diversidade nas empresas de comunicação é aspecto apontado como relevante perante os questionamentos acerca da qualidade da ficção. Do ponto de vista da perspectiva oficial, a qualidade se relaciona, por um lado, com a garantia de acessibilidade aos bens culturais e, por outro, com a geração de condições para a profissionalização dos diferentes planos na realização do produto.

5.1. A qualidade como fruto do aprendizado do ofício

A discussão dos critérios de qualidade pôs em evidência o relacionamento deles com dois aspectos centrais: o aprendizado e o negócio. No primeiro aspecto se assinala a necessidade da produção continuar para se conquistar o aprendizado em todas as áreas da ficção: “É o que vai treinar todos nós, vai nos dar a vivência, a

prática necessária para fazer este tipo de produto (...) para atores, produtores e roteiristas”²³.

Atingir a ficção televisiva de qualidade exige prática, um processo contínuo. Ao mesmo tempo, essa necessidade deve ser conciliada com a viabilidade do negócio. Neste sentido, “dividir o risco”, uma atitude empresarial disposta a aceitar retorno a médio prazo, e a busca de parcerias internacionais (aprender com os outros) com projeção exportadora são assinaladas como dimensões que trazem ganhos para a qualidade.

Para o tratamento do tema do ano trabalhamos em duas direções: por um lado, tentando tipificar as noções de qualidade presentes no nosso contexto e, por outro, aplicando alguns parâmetros de qualidade a uma das ficções nacionais veiculadas neste ano, para o que adotamos como critério de escolha o maior índice de audiência obtido. Não estamos propondo aqui que o índice de audiência seja um indicador exclusivo da avaliação do produto televisivo feita pelo público. As pessoas escolhem um programa através de diversas leituras e usos nem sempre originados por uma atribuição de qualidade. Contudo, a escolha feita pelo público, dentro do espectro oferecido, efetivamente é um indicador relevante que, neste caso, levou a produção até a segunda posição no *top ten*.

A ficção escolhida, *Porque te quiero así*, foi realizada em HD e, do ponto de vista técnico – qualidade da imagem, som, locações onde a ação se desenvolveu, trilha sonora –, se ajustou aos padrões de qualidade das produções com circulação internacional. Trata-se de uma ficção nacional que recorre à experiência consagrada de uma roteirista argentina e de um diretor da mesma nacionalidade. Do ponto de vista narrativo, é estruturada pelo desenvolvimento de duas linhas de ação articuladas: a evolução dos relacionamentos no triângulo amoroso principal (Susana-Lito-Washington) e a sorte esportiva de um clube pequeno de futebol, o Club Olímpico, em

23. Luis Castro, gerente de produção do Saeta, Canal 10.

função da eleição do seu presidente. Esta dupla linha argumental possibilita à ficção se desenvolver por diversos espaços e propor um amplo leque de personagens, desenvolvidos com eficácia variável, mas que no conjunto conseguem gerar a ilusão de totalidade, ou “mundo completo”, própria da novela.

Para além do uso de uma série de referências locais (o nome de alguns dos personagens, do clube, da *murga* incorporada à vida social), a efetividade da ficção se mantém graças à comicidade das situações e às atuações que, mesmo sem apresentar um desempenho uniforme, contam com a performance de alguns atores. Utiliza o chamariz de uma figura reconhecida pelo público uruguaio, uma atriz de comédia como Florencia Peña, ao mesmo tempo que o elenco de atores nacionais conciliou o reconhecimento de diversas gerações: de Cristina Morán e Adhemar Rubbo a Jorge Esmoris e Gustaf. A ficção também lançou mão de experiências diversas da audiência: a tradição da *murga*, que é possível associar à figura de Esmoris e é incorporada ao enredo com o personagem interpretado por Cardozo, a música de Ruben Rada ou ser torcedor de um time pequeno, com raízes no bairro. Em definitivo, busca ter apelo para uma audiência ampla. Nas duas dimensões argumentais satisfaz as expectativas do gênero comédia e atinge o objetivo de oferecer entretenimento para um público familiar.

O desempenho da ficção nacional nos últimos dois anos torna visíveis alguns fatos: dois produtos nacionais conseguiram integrar o *ranking* dos títulos mais assistidos em 2009 (*Las novias de Travolta* e, décimos atrás, ainda que fora do *top ten*, também *Hogar dulce hogar*), e *Porque te quiero así*, em 2010. A persistência na quantidade de títulos lançados, a realização de uma segunda temporada de *Charly en el aire* e a projeção da segunda temporada de *Porque te quiero así* são outros sintomas do estado atual da produção nacional de ficção televisiva. Evidências do surgimento de uma indústria audiovisual da ficção televisiva? É esta mais uma tentativa na sequência de esporádicos ressurgimentos, como o acontecido entre 1999 e

2004? Os sintomas demandam interpretação e nesse quesito ainda não são suficientes para se fazer diagnósticos. E muito menos para prognósticos. São mais questionamentos que certezas. Talvez estejam acontecendo algumas confluências (tecnológicas, empresariais, de definição de políticas culturais) que geram condições de continuidade para a produção.

VENEZUELA:
NOVAS NORMAS, VELHAS PROIBIÇÕES

Morella Alvarado Miquilena e Luisa Elena Torrealba Mesa¹

1. Morella Alvarado e Luisa Torrealba, pesquisadoras do Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela (UCV). Este trabalho contou com o inestimável apoio de Ysrael Serrano (Universidad Central de Venezuela UCV-, Facultad de Humanidades y Educación, Maestría en Gestión y Políticas Culturales) e Massimo Dotta Botto (diretor e produtor de cinema e tv) como pesquisadores colaboradores. Agradecemos especialmente à nossa assistente de pesquisa Leidy Diana Rivas (estudante da Escuela de Sociología, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales-UCV) e à empresa AGB Nielsen Media Research pela sua colaboração desinteressada.

1. O contexto audiovisual do país

Gráfico 1. Redes venezuelanas de televisão aberta com alcance nacional²

Redes privadas (8)	Redes públicas (6)
Canal I	Fundación Televisora de la Asamblea Nacional de Venezuela ANTV
Globovisión	La Nueva Televisión del Sur C.A. Tele Sur
La Tele	Fundación Televisora Venezolana Social. TVES
Meridiano Televisión	Compañía Anónima Venezolana de Televisión. VTV
Telegen	COVETEL – Vive TV
TV Familia	Colombeia – La televisora educativa de Venezuela
Vale TV	Ávila TV
Venevisión	
Total de redes = 15	

1.1. A censura subjogou a TV venezuelana

O ANO DE 2010 foi um período de crise para a produção de ficção, a qual foi marcada pela entrada em vigor de um pacote de normativas, que incluíram restrições para as empresas televisivas, e por medidas que impediram que fossem veiculadas no país algumas produções dramáticas internacionais de grande popularidade perante a audiência. Isso aconteceu por meio de chamadas realizadas pela estatal Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), órgão subordinado à Vice-presidência da República.

2. Consideramos importante esclarecer que, mesmo resenhando a existência de 15 redes de televisão que transmitem por sinal aberto, no caso venezuelano a quantidade de espaços de emissão televisiva é muito mais ampla, particularmente se levarmos em consideração os canais locais e regionais, bem como as chamadas emissoras comunitárias, as emissoras universitárias, os canais nacionais por assinatura e os canais internacionais, um panorama que foi mencionado no *Anuário Obitel 2010*.

Gráfico 2. Gêneros de programas oferecidos pela TV

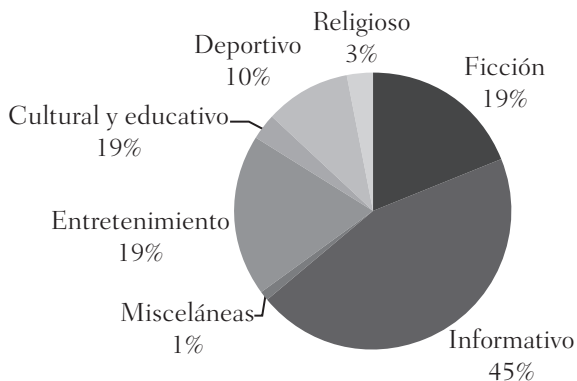
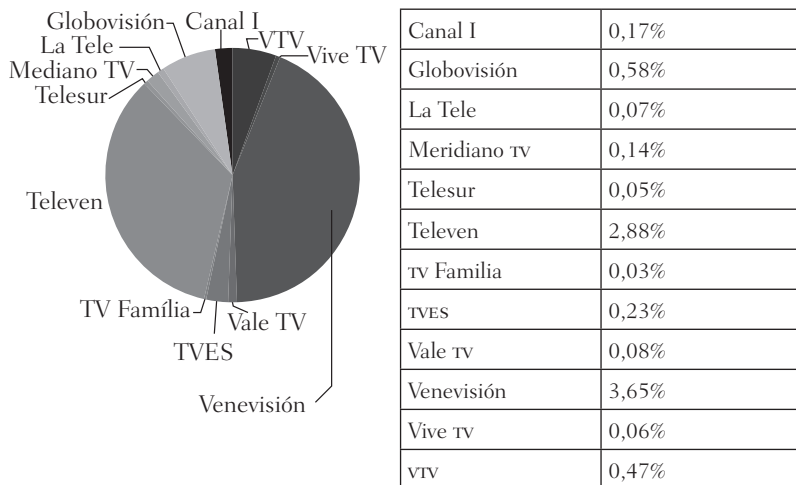


Gráfico 3. Audiência de TV por canais



A medida de censura – que se transformou em autocensura – deixou fora do ar duas telenovelas colombianas³. Em 28 de outubro de 2010, a Conatel enviou um comunicado às emissoras Venevisión e Televen, no qual lhes solicitava que tirassem do ar as telenovelas colombianas *Rosario Tijeras* (Venevisión) e *El capo* (Televen), por considerar que ambas transmitiam conteúdos violentos, relacionados com a atividade do narcotráfico e que, ao mesmo tempo, violavam a Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión⁴. Ambas produções foram tiradas do ar pelas próprias emissoras, após terem permanecido menos de um mês no ar. **Segundo as fontes consultadas**, essa medida foi motivada pela publicação de um comunicado assinado pelo Centro de Estudios sobre Crecimiento y Desarrollo de la Población Venezolana (Fundacredesa), fundação adjunta ao Ministerio del Poder Popular para las Comunas y Protección Social, denominado “Narconovelas, Drogas y Sexo” (publicado na quarta-feira 27/10/2010), assim como pela queixa apresentada pelo Comité de Usuarios de Radio y Televisión del Estado Miranda à Asamblea Nacional, na quinta-feira 28/10/2010. **Um dos principais argumentos** tem a ver com a transmissão de conteúdos inadequados para a

3. Em janeiro de 2011 aconteceu outro episódio semelhante. Foi com a telenovela *Chepe Fortuna* (2010), uma história ambientada nas costas colombianas e que usa o humor como um elemento importante na trama. A Conatel, através de um comunicado que dirigiu à emissora Televen (13/1/2011), a exortou a suspender de forma imediata a transmissão da telenovela por considerar os seus conteúdos aviltantes e ofensivos para o país, promoverem a intolerância política e racial e fazerem apologia ao crime. Na telenovela, a personagem Venezuela é caracterizada por uma atriz obesa e morena, cuja representação é “associada a atividades delituosas, mexerique e chulice”, o que, segundo a Conatel, implica uma “manipulação do roteiro para desmoralizar a população venezuelana” (Conatel, 2011a).

4. Desde 20 de dezembro de 2010 mudou de denominação, quando a Asamblea Nacional (Poder Legislativo) aprovou uma reforma que a converteu na Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos (Resorteme), publicada na *Gaceta Oficial* n.º 39.579 de 22-12-10. **Como parte da reforma** incorporou restrições à publicação de conteúdos de emissoras de rádio e tv e internet.

audiência infantojuvenil, os que eram apresentados através das chamadas e trailers durante o horário destinado a esse público. Baseados em tais denúncias, bem como nas disposições da Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, a ordem que determinou a sua saída do ar foi dada a partir da Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel). No blog da chamada Fundación Movimiento para el Periodismo Necesario (FMPN), Heida Salcedo, chefe do Canal Informativo do Sistema Radio Nacional de Venezuela, publicou o texto “Narconovelas: aceptación de capos presidentes y la cultura del narcotráfico por vía mediática” ([s.d]), através do qual oferece informação que pretende ser uma análise semiótica e de conteúdos das duas produções. O relatório, cheio de imprecisões, serviu como base para solicitar a suspensão imposta pela Conatel às emissoras. Essa ação teve como consequência o surgimento de um acirrado debate em torno da liberdade de expressão e sobre o que implica a representação televisiva de temas e problemáticas sociais como a violência e o narcotráfico, assim como as poucas respostas efetivas que foram dadas pelo governo para atender a estas problemáticas na vida real⁵. Queremos destacar que, durante o último dia de transmissão, *Rosario Tijeras* e *El capo* alcançaram, respectivamente, os índices de 5,87% e 6,12% da audiência. Segundo o jornal venezuelano *El Universal* a saída do ar das duas telenovelas significou para cada emissora perdas de cerca de um milhão de dólares em licenças de transmissão das produções e investimento publicitário.

5. Segundo a pesquisa Encuesta Nacional de Victimización y Percepción de Seguridad Ciudadana 2009 (ENVPSC-2009), realizada pelo Instituto Nacional de Estadística e publicada em maio de 2010, p. 19., 113 pessoas foram assassinadas na Venezuela durante 2009, o que equivale a uma morte a cada 27 minutos. Com relação aos números da insegurança no país, se destaca o debate veiculado pela CNN entre o dr. Rafael Briceño León (UCV) e o diretor da Telesur e ex-ministro de Informação e Comunicação Andrés Izarra, que para fugir da discussão decidiu caçar às gargalhadas dos números apresentados pelo cientista social como dados obtidos pelo Observatorio de la Violencia.

Além desses dois casos, em 23 de dezembro de 2010 a Conatel exortou as emissoras Televen e Venevisión a suspender de forma imediata a transmissão dos programas *Caso cerrado* e *¿Quién tiene la razón?*. Ambos no formato de *talk show*, apresentavam casos relacionados com conflitos familiares, amorosos ou trabalhistas em que havia partes em confronto e nos quais as moderadoras tentavam achar uma solução. O organismo considerou que os programas veiculavam conteúdos inadequados para crianças e adolescentes porque continham “assuntos de alto conteúdo sexual, intolerância de gênero, infidelidade, violência doméstica e até casos de zoofilia, conteúdos sem dúvida alguma inaptos para serem veiculados no horário para todo o público, durante o qual crianças e adolescentes se encontram sem supervisão dos pais ou representantes” (Conatel, 2010a). Tanto nesse caso quanto nos resenhados acima observou-se, como elemento comum, que não existiu um procedimento administrativo prévio que permitisse às emissoras fazer a sua defesa. Adicionalmente, a política de segredo que o órgão mantém com respeito ao número total de emissoras de sinal aberto e por assinatura que operam atualmente no país foi intensificada, o mesmo acontecendo com o número de emissoras comunitárias que estão à espera da concessão das licenças que lhes permitam transmitir de forma legal.

No referente às políticas de comunicação, em 22 de dezembro de 2009 foi publicada na *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, n.º 39.333, a *Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual*, prescrita pelo Directorio de Responsabilidad Social, órgão correlato à Conatel⁶. Essa normativa cataloga os canais que transmitem através dos serviços de televisão por assinatura pertencentes a empresas venezuelanas, habilitados

6. O Directorio de Responsabilidad Social é o órgão encarregado de zelar pelo cumprimento da Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.

pela Conatel e que tenham mais de 30% de programação qualificada como produção nacional (Conatel, 2009). **Com isso a programação** de tais canais passa a ser regida pela *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos* (Ley Resorteme); adicionalmente, eles devem transmitir os discursos oficiais de rádio e televisão (também conhecidos como redes de rádio e televisão) gratuitos e obrigatórios⁷, frequentemente difundidos na Venezuela e que, em alguns casos, chegaram às oito horas de transmissão ininterrupta. Esse fato obriga a modificar a programação e implica um prejuízo econômico aos canais devido aos *spots* publicitários que deixam de veicular durante as redes.

Segundo esta normativa, a RCTV Internacional (RCTVI), emissora que transmite através dos serviços de TV paga, reúne as condições para ser considerada como produtor nacional audiovisual, com o qual ficava obrigada a realizar um processo de notificação e cadastro junto à Conatel⁸. A norma estabelece que as empresas que oferecem o serviço de televisão por assinatura não poderão incluir na sua oferta programática aqueles canais que, segundo a Conatel, reunirem as características de produtores nacionais audiovisuais e não estiverem cadastrados perante o órgão. Também determina aos prestadores de serviços de televisão por assinatura a exclusão da sua programação das emissoras que não tiverem apresentado à Conatel

7. **A maior parte das mensagens veiculadas nas redes de rádio e televisão** corresponde a discursos do presidente da República, do vice-presidente da República, ministros ou diretores de outros poderes públicos. **Em algumas ocasiões foi registrada** a formação de mais de uma rede por dia.

8. Previamente ao processo de notificação e registros, os operadores televisivos são obrigados a apresentar à Conatel documentos comprovando, ou não, a sua condição de produtores nacionais audiovisuais partindo de base de amostra de 4 meses de programação transmitida por esses operadores no período prévio à publicação da norma (Primeira Disposição Transitória da Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual) para os órgãos poderem efetuar a classificação.

a documentação necessária para serem ou não classificadas como produtores nacionais audiovisuais.

Em 21 de janeiro de 2010 a Conatel publicou a lista das emisoras que a seu ver são produtores nacionais audiovisuais e estariam obrigadas a acatar a Ley Resorteme, e nela incluiu a RCTV. Como consequência, em 24 de janeiro de 2010 várias empresas de televisão por assinatura retiraram esta e outras emisoras das suas grades de programação, devido ao suposto descumprimento da Ley Resorteme por esse canal, ao recusar veicular um discurso oficial do presidente Chávez dias antes.

A RCTV solicitou ao Tribunal Supremo de Justiça (TSJ) a nulidade da decisão que motivou a sua saída do ar através do sistema de televisão por assinatura, bem como uma medida cautelar que lhe permitisse voltar ao ar, que foi indeferida. A emissora alegou que a sua pessoa jurídica está registrada nos Estados Unidos e que iniciou as suas transmissões através das operadoras por assinatura em julho de 2009, após o Estado venezuelano ter negado a renovação da concessão que lhe permitia transmitir por sinal aberto.

Posteriormente, a RCTV tentou uma nova ação para continuar no ar: em fevereiro de 2010 manifestou à Conatel a sua decisão de se inscrever no cadastro de produtores nacionais audiovisuais e criar a emissora RCTV Mundo, cuja programação nacional seria menor de 29% e portanto não teria a obrigação de acatar o estabelecido na *Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual*. **Essa solicitação foi rejeitada pela Conatel, que considerou que tinha sido feita fora do tempo estabelecido na norma e que no caso da RCTV Mundo a informação fornecida era “imprecisa e incompleta”⁹.** No momento do fechamento da presente pesquisa, a RCTV continuava fora do ar nos serviços de televisão por assinatura na Venezuela (Conatel, 2010a). **Essa ação implicou uma que-**

9. A Conatel deu a conhecer esta decisão através da Providência Administrativa n.º 1.569 de 4 de março de 2010.

da importante na transmissão de programas de ficção de produção nacional, pois as telenovelas constituíam uma parcela significativa dos conteúdos gerados pela RCTV1, emissora que substituiu a extinta Radio Caracas Televisión (RCTV), que foi tradicionalmente a casa produtora das telenovelas venezuelanas mais famosas¹⁰.

Apesar das suspensões, vemos que a audiência venezuelana busca outras formas de acesso aos conteúdos dos programas. Por um lado, apela para a transmissão pela internet, graças a serviços como o YouTube, ou então a uma das práticas de consumo mais populares no nosso país, os chamados “vídeos piratas”. Graças a essas práticas, assim como à gravação de capítulos ou comentários através das redes sociais, a audiência se mantém a par da trama e, com isso, regula e gerencia o próprio consumo. Assim, o processo de recepção da telenovela é múltiplo, isto é, acontece através de diversos caminhos e meios. **A possibilidade de localização e recuperação de episódios** graças às tecnologias modificou inevitavelmente a nossa audiência, conferindo a ela um indiscutível papel ativo, que implica cenários cognitivos, emocionais e integrados às práticas da vida cotidiana. Acrescente-se a isto a penetração, na Venezuela, do Facebook, que também foi usado como mecanismo de filiação, principalmente com as telenovelas. Durante o mês de agosto de 2010, essa rede social atingiu a marca de 7.148.100 usuários, o que representa 26,3% da população, segundo a Internet World Stats (IWS) (IWS, 2010). **Isto implica que o uso do Facebook teve um importante aumento com relação ao ano de 2009**, quando a marca foi de 2,45 milhões de venezuelanos. Além de constituir um mecanismo ativador da participação da cidadania e da troca de documentos, vídeos, fotografias, músicas etc., com amigos, familiares e compa-

10. A RCTV Internacional (RCTV1) é uma emissora que pertence ao grupo empresarial IBC, o mesmo proprietário da Radio Caracas Televisión (RCTV). A RCTV1 iniciou suas transmissões em 17 de julho de 2007 através de serviços de televisão por assinatura para preencher parcialmente o vazio deixado pela RCTV, que foi a primeira emissora de sinal aberto do país e saiu do ar em 28 de maio de 2007.

nheiros de atividades, a web 2.0 se converteu num mecanismo de promoção das produções dramáticas e num espaço de interação entre atores, roteiristas, diretores e as suas audiências.

Ainda assim, a penetração da internet na Venezuela no fechamento de 2010 continua sendo baixa se comparada com o universo da população venezuelana (menos da metade da população tem acesso a esse serviço); no entanto, houve um aumento de 4,43% na penetração da internet no país com relação a 2009, quando era de 31,20%. **Assim, segundo a Conatel, em 2010 houve aproximadamente 10.272.944¹¹ de usuários da internet.** Isto representa uma penetração de 35,63%, num país que conta com uma população aproximada de 28.830.996 habitantes. **O serviço de internet é prestado por 24 empresas (Conatel, 2011a).** E 49% dos usuários que navegam na internet o fazem através de centros de conexão (info-centros¹², *cyber* cafés, centros de trabalho ou estudo etc.) Durante 2010 o percentual daqueles que acessam a internet a partir de casa aumentou, segundo a estimativa, até 48%. **Segundo a empresa Tendencias Digitales, especializada em estudos referentes ao consumo de novas tecnologias, 2010 é o primeiro ano em que a Venezuela tem mais usuários conectados nos seus lares do que nos *cyber* cafés (Tendencias Digitales, 2010).**

Vários fatores continuam sendo cruciais no aumento da penetração da internet, especialmente o crescimento do uso nos lares. **Um deles continua sendo o fato de várias empresas que originalmente ofereciam apenas serviços de televisão por assinatura oferecerem agora, além desses, telefonia básica e internet (como a Suprecable e a Intercable).** Outro, empresas cujo mercado original era o da telefonia móvel e agora disponibilizaram serviços de in-

11. A Conatel não inclui neste número os usuários com acesso à internet através de equipamentos de telefonia móvel.

12. Os infocentros são centros públicos de conexão à internet, criados e financiados pelo Ministerio de Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias.

ternet e televisão por assinatura (como por exemplo a Telefônica). Outro aspecto relevante é a estatal Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela (CANTV) oferecer o serviço de venda de computadores que incluem o serviço de internet e podem ser pagos em parcelas mensais sem juros, junto com o custo mensal do serviço de telefonia básica.

Durante 2010 foi mantida a tendência do ano anterior no tocante à alta penetração da telefonia móvel, que atingiu 96,70%, num total de 29.472.425 assinantes, um número maior que a população estimada no país (Conatel, 2011b), com destaque para o aumento no uso de *smartphones*, que permitem a conexão com a internet e o acesso a diversas aplicações. Ainda assim, a quantidade de usuários conectados à internet através dos seus dispositivos móveis é menor que 5%, número que, estima-se, crescerá nos próximos anos (Tendencias Digitales, 2010). Outra tendência relevante mantida em 2010 foi que mais de duas terças partes dos usuários da internet na Venezuela (68% dos usuários) pertencem aos estratos socioeconômicos D e E (Tendencias Digitales, 2010), o que evidencia um crescimento que continuará em alta nos próximos anos. A crescente penetração da internet e da telefonia móvel com plataforma de acesso à internet significou um importante aumento no número de venezuelanos que usam ativamente as ferramentas da web 2.0, refletido no incremento do número de contas nas redes sociais, especialmente no Facebook e no Twitter, que concentram o maior número de usuários no país. **Em fevereiro de 2011 era informado um total de 305.724 contas do Twitter abertas por instituições e particulares venezuelanos** (Twitter-Venezuela.com, 2011).

Foi observado também um incremento no uso de outras ferramentas da web 2.0 para o desenvolvimento de novos meios de comunicação audiovisuais on-line que difundem conteúdos informativos, de entretenimento (musicais) e de variedades. **Por exemplo o canal on-line Sin Cable TV que pode ser visualizado através da página** <<http://sincable.tv>>.

Da mesma forma continua ativa a emissora Cool Channel tv, que transmite os seus conteúdos através da página < <http://www.coolchanneltv.com/>>. Essa emissora, além de conteúdos de entretenimento, reservou espaços para a veiculação de conteúdos de informação e entrevistas a reconhecidos analistas políticos e econômicos. Uma terceira experiência de televisão pela internet é a Planeta Urbe tv, que pode ser acessada pelo link: <<http://www.planetaurbe.tv/page/home.html?as=177686>>.

É uma emissora de perfil jovem que transmite diversos programas de entretenimento. Uma novidade desse canal é que trabalha com uma modalidade de afiliação. Os usuários podem se cadastrar e divulgar os próprios vídeos. Muitas das produções publicadas correspondem a curtas-metragens que narram histórias dramatizadas com conteúdos que não poderiam ser transmitidos pela televisão aberta devido às restrições impostas pela Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Durante 2010, continuaram ativos os portais dedicados ao humor político vinculados à ficção, como El Chigüire Bipolar (<www.elchiguirebipolar.com>)¹³, com presença no Facebook e no Twitter; Coronel Macario (<www.coronelmacario.com.ve>) e Ratael, em que um personagem animado faz discursos nos quais, de forma paródica, se refere a situações do contexto sociopolítico venezuelano. No que tange à penetração da tv paga, durante o ano de 2010 ela chegou a 49,8%, enquanto a tv aberta chegou a 91,9%. A estrutura da programação em sinal aberto é composta pelos seguintes formatos: miscelânea (utilidade pública) 1%; cultural e educativo 3%; religioso (especiais e ofícios) 3%; esportivos (especiais, opinião, jogos) 10%; ficção (unitários, filmes, minisséries, telenovelas e séries) 19%; entretenimento (concursos,

13. El Chigüire Bipolar continua transmitindo o seriado animado de humor *La isla presidencial*, que parodia um encontro entre os presidentes dos países da América Latina e cujo primeiro capítulo foi transmitido em fevereiro de 2010. Um ano depois tinha transmitido cinco capítulos, atingindo sucessos de audiência nacionais e internacionais que ensejaram a sua legendagem em inglês.

talk show, loteria, humor, juvenil, infantil, musical, vida dos famosos, revista, cozinha, lar, saúde, astros) 19%; jornalístico (documentários, jornais, noticiários, opinião) 45%. Isso desconsiderando os percentuais de programação relativos a publicidade, propaganda (inclusive os denominados “mutirões”) e promoções dos canais.

Durante 2010 o investimento publicitário correspondente aos espaços de ficção televisiva foi liderado pela indústria dos produtos de beleza e cosméticos, seguida pelo setor de medicamentos. O terceiro lugar foi ocupado pela indústria de alimentos, seguido pelo governo bolivariano¹⁴. Foi constatada uma modificação no mapa do investimento publicitário com relação ao ano anterior, que esteve dominado pela indústria de bebidas, seguida pela indústria de alimentos e os produtos de beleza e cosméticos.

Podemos observar em 2010 uma composição mais completa do mapa do investimento publicitário na televisão venezuelana de sinal aberto, a partir dos dados das 50 principais empresas anunciantes. Os dados mostrados a seguir correspondem a uma amostra de apenas 12 dias, compreendidos entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2010, ilustrativos da tendência do ano.

Chama atenção o alto investimento em produtos de beleza, que ultrapassam os refrigerantes, líderes tradicionais. Cabe destacar alguns fatos do contexto venezuelano que podem ter incidido nesta modificação do mapa publicitário: A primeira foi a manutenção, durante várias semanas, de uma greve dos funcionários de uma importante empresa, líder no mercado mundial de refrigerantes, que pode ter tido um impacto econômico e ter repercutido na redução do investimento publicitário. Outro elemento de interesse foi o fato de altos representantes do governo ameaçarem recorrentemente

14. Fonte: Dados processados pela equipe de pesquisa a partir da informação fornecida pela AGB Nielsen Media Research. Atualmente, no câmbio oficial o valor do dólar é de 4,3 BF mas, devido às restrições impostas pelo controle do câmbio, no mercado paralelo o dólar varia entre 8,82 e 10,81.

Investimento publicitário em televisão correspondente aos 50 principais anunciantes durante 2010			
Categoria	Quantidade de anunciantes	Montante total em BsF	Montante em USD
Produtos de beleza e cosméticos	8	796.550,00	185.244,19
Medicamentos OTC (de venda livre)	9	416.825,00	96.936,05
Alimentos	8	314.560,00	73.153,49
Governo bolivariano	1	215.954,00	50.221,86
Bebidas	1	203.150,00	47.244,19
Vestuário e calçado	5	158.490,00	36.858,14
Telefonia, comunicação e internet	2	138.150,00	32.127,91
Serviços financeiros	3	119.245,00	27.731,40
Outros	5	105.793,00	24.603,02
Elerodomésticos e lar	2	45.300,00	10.534,88
Mutirões comerciais	2	36.455,00	8.477,91
Brinquedos	1	31.500,00	7.325,58
Artigos de limpeza	1	31.200,00	7.255,81
Seguros	1	20.815,00	4.840,70
Poder eleitoral	1	16.589,00	3.857,91
Total	50	2.650.576,00	616.413,02

uma das principais empresas venezuelanas da área de alimentos e bebidas com uma possível ação de desapropriação; isto levou a empresa a reduzir a publicidade ligada aos seus refrigerantes e a dar ênfase às mensagens corporativas a fim de reforçar a identificação dos venezuelanos com os seus valores. Em terceiro lugar, destaca-se o auge publicitário das empresas que oferecem produtos de beleza e cuidados pessoais, relacionado com o apogeu vivido pela beleza da mulher venezuelana, tanto nacional quanto internacionalmente, após duas candidatas venezuelanas terem ganhado de forma consecutiva, nos anos de 2008 e 2009, o famoso concurso internacional do Miss Universo. Também no concurso de 2010 houve uma grande expectativa referente à possibilidade de um terceiro reinado consecutivo para o país, o que se refletiu nos espaços televisivos e no mundo publicitário. No caso da ficção da televisão, o fenômeno da beleza da mulher venezuelana se refletiu na produção da telenovela *La mujer perfecta*, na qual se cultua a beleza feminina, o que oferece o contexto propício para a publicidade de produtos de beleza.

No que se refere aos cenários de convergência e transmídia, vemos que as telenovelas que chegaram ao *ranking* das dez mais assistidas ganharam espaços nos portais web das emissoras que as veicularam. Ali apareciam algumas informações básicas como sinopses, personagens, resumo dos capítulos, fotografias e, em alguns casos, os últimos capítulos em vídeo. O fenômeno mais completo foi *La mujer perfecta*, com diversidade de opções como o *download* de capítulos e uma seleção de episódios denominada “Os melhores momentos” pelos critérios de comédia, drama e romance. Além disso, foram disponibilizados os links para acompanhá-los pelo Twitter e o Facebook.

Os vídeos apresentados no portal incluem não apenas os capítulos, como também entrevistas nos bastidores e cenas de personagens específicas. Num quadro de grande visibilidade, denominado Anúncios Google, são oferecidos produtos emagrecedores, a lista de mulheres mais destacadas do mundo ou biquínis femininos, dentre outros.

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

O universo selecionado para o presente estudo é composto unicamente pelas redes que transmitem por sinal aberto. Desse universo de 14 redes, a mostra é composta unicamente pelas seis que cumprem com a condição de transmitir ficção seriada em diversos formatos, exceto a ficção apresentada no formato de animação. É o que acontece com a rede pública, chamada Vive tv, que, embora inclua produção nacional na sua programação, não foi produzida, na maior parte, durante 2010¹⁵.

Tabela 1. Produções exibidas em 2010 e suas respectivas emissoras

Canal I

1. *Abigail* (telenovela)
2. *Casi Ángeles* (série)
3. *Como una ola* (telenovela)
4. *El cuerpo del deseo* (telenovela)
5. *Pasión de Gavilanes* (telenovela)
6. *Señora* (telenovela)
7. *La ex* (Telenovela)

15. Como exemplo disso, vale a pena destacar as séries *Bugo, la hormiga* (2004), em coprodução com a Albatros Producciones C.A.; *Samuel y las cosas* (2008), produção da Albatros Producciones C.A.; *Los Onqui Tonquis* (2005), em coprodução com Cine Seisocho C.A.; *Kike y sus amigos* (2006), produzido pela Cooperativa Secuencia 8; *La caja que cuenta cuentos* (2006), produção de La Villa del Cine; *La máquina de Chuíto* (2005), em coprodução com a RCTV Produções; *Sala 404, historias para niños pacientes* (2006), em coprodução com o Círculo de Investigaciones y Estudios con el Psicoanálisis (CIEP). Destacamos também que nesta análise não foi considerada a produção de ficção correspondente a séries de ficção americana de produção não hispânica, a desenhos animados ou a filmes transmitidos pela tv.

La Tele

8. *Doña Bella* (telenovela)
9. *Los Roldán* (telenovela)
10. *Milagros de amor* (telenovela)
11. *Trópico* (telenovela)
12. *Una joya en palacio* (telenovela)
13. *Vidas prestadas* (telenovela)
14. *Xica da Silva* (telenovela)

Televen

15. *¿Dónde está Elisa?* (telenovela)
16. *Angélica (Mujer comprada - La fuerza del destino)* (telenovela)
17. *Aurora* (telenovela)
18. *Bella Calamidades* (telenovela)
19. *Betty la fea* (telenovela)
20. *Cada quien su santo* (série)
21. *Chepe Fortuna* (telenovela)
22. *Cuando quiero llorar no lloro (Victorinos)* (telenovela)
23. *Decisiones de mujeres* (série)
24. *Doña Bárbara* (telenovela)
25. *El capo* (telenovela)
26. *El clon* (telenovela)
27. *El fantasma de Elena* (telenovela)
28. *Gabriela, giros del destino* (telenovela)
29. *Juegos Prohibidos* (telenovela)
30. *La favorita* (telenovela)
31. *La loba* (telenovela)
32. *Las Aparicio* (telenovela)
33. *Las muñecas de la mafia* (telenovela)
34. *Lo que callamos las mujeres* (série)
35. *Los barriga* (telenovela)
36. *Más sabe el diablo* (telenovela)
37. *Nadie es eterno en el mundo* (telenovela)

38. *Niños ricos, pobres padres* (série)
39. *Ojo por ojo* (telenovela)
40. *Perro amor* (telenovela)
41. *Por la plata baila el mono (hasta que el dinero nos separe)* (telenovela)
42. *Tu voz estéreo* (série)
43. *Un gancho al corazón* (telenovela)
44. *Vivir la vida* (telenovela)
45. *Vuélveme a querer* (telenovela)

TVES

46. *El colegio del agujero negro 1ª temporada* (série)
47. *El príncipe del café* (telenovela)
48. *Juana de Arco* (minissérie)
49. *La caja que cuenta cuentos* (série)
50. *La esclava Isaura* (telenovela)
51. *Los miserables* (Minissérie)
52. *Los tres Villalobos* (telenovela)
53. *Mi árbol naranja lima* (série)
54. *Miranda regresa, la serie* (série)
55. *Trópico amargo* (série)
56. *Vals de primavera* (telenovela)

Venevisión

57. *A corazón abierto* (telenovela)
58. *Alma indomable* (telenovela)
59. *Amor en custodia* (telenovela)
60. *Amor sincero* (telenovela)
61. *Amor urbano 2ª temporada* (série)
62. *Camaleones* (telenovela)
63. *Corazón salvaje* (telenovela)
64. *Corazones extremos* (série)
65. *Cuando me enamoro* (telenovela)

66. *El Chavo* (série)
67. *Ellas son...la alegría del hogar 1.ª temporada* (telenovela)
68. *Gabriel, amor inmortal* (telenovela)
69. *Harina de otro costal* (telenovela)
70. *La Bella Ceci y el imprudente* (telenovela)
71. *La mujer perfecta* (telenovela)
72. *La quiero a morir* (telenovela)
73. *La rosa de Guadalupe* (série)
74. *Las detectives y el Víctor* (telenovela)
75. *Los protegidos* (telenovela)
76. *Mar de amor* (telenovela)
77. *Mariana y Scarlet (Hilos de amor)* (telenovela)
78. *Mi pecado* (telenovela)
79. *Mujer, casos de la vida real* (série)
80. *Oye bonita* (telenovela)
81. *Pecadora* (telenovela)
82. *Pobre diabla* (telenovela)
83. *Prófugas del destino* (telenovela)
84. *Rosario Tijeras* (telenovela)
85. *Salvador de mujeres* (telenovela)
86. *Sortilegio* (telenovela)
87. *Soy tu dueña* (telenovela)
88. *Teresa* (telenovela)
89. *Tomasa tequiero* (telenovela)
90. *Un esposo para Estela* (telenovela)
91. *Zacatillo, un lugar en tu corazón* (telenovela)

Vive tv

92. *Leyendas de mi pueblo* (unitário)

Segundo se depreende da tabela 1, do total de 92 produções (100%) de ficção seriada veiculadas pelos canais de sinal aberto na Venezuela, 75 (81,52%) correspondem a produções transmitidas pela primeira vez na Venezuela e 17 (18,47%) são reprises. Entre estas últimas, se destacam três “clássicos” da ficção televisiva seriada na América Latina: *Yo soy Betty la fea*, *La esclava Isaura* e *Xica da Silva*. O primeiro deles teve um alto índice de audiência que o situou entre os dez títulos mais assistidos.

Tabela 2. Total de ficção de estreia em 2010

Ficção	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Nacional *	9	13,44	380	6,55	379:42	6,78
Ibero-americana	58	86,56	5429	93,45	5222:25	93,22
Latino-americana (âmbito Obitel)	47	68,65	4743	81,64	4536:25	80,98
Latino-americana (âmbito não Obitel)	1	1,49	65	1,11	65	1,16
EUA (produção hispanica)	10	16,41	621	19,69	621	11,08
Ibérica						
Outras (coproduções ibero-americanas)						
Total	67	100	5809	100	5602:07	100

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

Das 75 produções veiculadas pela primeira vez na Venezuela, apenas nove correspondem a ficções de estreia de produção nacional, diminuindo 85,7% com relação a 2009. Ainda que a quantidade de produções de ficção seriada de estreia transmitida pelos canais de sinal aberto na Venezuela tenha sido de 75 durante 2010, a sele-

ção com que trabalhamos nas tabelas 2, 3¹⁶, 4, 5, 6, 7, 8 e 9 corresponde unicamente às produções realizadas na América Latina, EUA (produção hispânica) e Ibero-América. Daí que o total de ficção de estreia em 2010 seja de 67 produções. **A única produção considerada dentro do âmbito não Obitel é *Los tres Villalobos* (Cuba).**

Das nove estreias nacionais, sete foram produzidas pela Venevisión (duas delas tinham sido estreadas em 2009: *Tomasa*, *te*

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em cada país

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
Brasil	3	4,47	392	6,74	392	6,99
Argentina	2	2,98	281	4,83	281	5,01
Chile						
Colômbia	19	28,35	1961	33,76	1889:25	33,76
Equador	1	1,49	120	2,06	120	2,14
Espanha						
EUA (produção hispânica)	9	14,43	621	10,70	621	11,08
México	17	25,37	1519	26,16	1504	26,84
Portugal						
Uruguai						
Venezuela	9	13,44	380	6,54	379:42	6,77
Outras (produções e coproduções de outros países latino/ibero-americanos)	7	10,44	535	9,20	416	7,42
Total	67	100	5809	100	5602:07	100

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

16. Dentro do grupo Outras, da tabela 3, incluem-se as produções: *Los tres Villalobos* (Cuba); *Los barriga* (Peru-Ecuador); e as coproduções: *El clon*, *Pasión de Gavilanes*, *Doña Bárbara* e *A corazón abierto* (Colômbia-EUA); *Salvador de mujeres* (Colômbia-Venezuela) e *Pecadora* (Venezuela-EUA).

quiero e *Un esposo para Estela*), uma está na segunda temporada (*Amor urbano*) e da outra (*Corazones extremos*) foi veiculado apenas um capítulo de 42 minutos. Assim, a produção de ficção nacional realizada por canais privados de sinal aberto ficou reduzida a duas telenovelas (*Harina de otro costal* e *La mujer perfecta*). Além da produção dos canais privados, composta basicamente por telenovelas e séries, as únicas duas produções nacionais estreadas no âmbito público correspondem à versão televisiva do longa-metragem *Miranda regresa* (2007), intitulada *Miranda regresa, la serie*¹⁷ – produzida pela Fundación La Villa del Cine, subordinada ao Ministerio del Poder Popular para la Cultura –, e o que se oferece como uma série, *Leyendas de mi pueblo – La leyenda de las ánimas* (Vive TV), mas que foi apenas um curta, de modo que podemos classificá-lo dentro do conjunto dos unitários.

Vale a pena mencionar o esforço da Televisora Venezolana Social (TVES) por diversificar a grade de programação, ao incluir no seu espectro programático a ficção como formato¹⁸. Segundo as fontes consultadas, os 11 títulos de ficção seriada veiculados durante 2010 podem ser reagrupados do seguinte modo: duas reprises (*La esclava Isaura*, do Brasil, e *La caja que cuenta cuentos*, da Venezuela) e nove estreias (*El colegio del agujero negro*, do Canadá; *El príncipe del café*, da Coreia; *Juana de Arco*, do Canadá; *Los miserables*, da França; *Los tres Villalobos*, de Cuba; *Mi árbol naranja lima*, do Brasil; *Miranda regresa, la serie*, da Venezuela; *Trópico amargo*, da França; e *Vals de primavera*, da Coreia). Das 11 produções, duas são venezuelanas e nove são estrangeiras. Das produções venezuelanas, apenas uma é

17. *Miranda regresa, la serie* (2010), que também foi transmitida pela Venezolana de Televisión, Televisora Venezolana Social (TVES), Vive TV, Asamblea Nacional Televisión (ANTV), Colombeia, Catia TV e Caricua TV. As duas últimas contam-se entre as chamadas emissoras comunitárias.

18. No início, a TVES realizou esforços para gerar produções de ficção seriada e os exemplos são *Caramelo e chocolate* (2008) e *Los muchachos de la acera de enfrente* (2008), que trouxeram resultados pouco favoráveis do ponto de vista da recepção.

Tabela 4. Capítulos/episódios e horas veiculados por faixa de horário

Faixa de horário	Nacionais			Ibero-americanos			Total			
	C/E	%	H	C/E	%	H	C/E	%	H	%
Manhã (6h-12h)*	30	7,89	15							
Tarde (12h-19h)	45	11,85	45	2287	42,12	2222	2347	40,40	2282	40,74
Prime time (19h-22h)	240	63,16	254:42	1647	30,34	1623	1902	32,75	1877:42	33,51
Noturno (22h-6h)	65	17,10	65	1495	27,54	1377:25	1560	26,85	1442:25	25,75
Total	380	100	379:42	5429	100	5222:25	5809	100	5602:07	100

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

de estreia, *Miranda regresa, la serie*, com a qual se constata que a produção de ficção seriada de carácter nacional divulgada pela TVES é mínima, pois em 2010 não ultrapassou as 70 horas de transmissão, e isso se incluímos a reprise de *La caja que cuenta cuentos*¹⁹.

No caso venezuelano, o horário privilegiado para a ficção seriada é o da tarde, seguido do *prime time*. Isso é determinado pela quantidade de restrições impostas pela Ley Resorteme, o que levou os canais a autorregular a programação e, haja vista a quase inexistência de programas de ficção nacional, a recorrerem à produção importada para construir a sua grade de programação.

Apesar da crise na produção, a Venevisión é a empresa que favorece a produção de ficção seriada no país, o que é explicado principalmente pela sua vinculação com a Organización Cisneros, uma das empresas mais poderosas na Venezuela, com conexão internacional, pela longa tradição na produção de telenovelas e pela lucratividade do produto.

Pelo segundo ano observamos que a produção nacional lidera o *top ten* da ficção seriada. Isso deixa clara, do nosso ponto de vista, a fidelidade das audiências, relacionada à longa tradição da geração

19. Diante deste panorama desolador para a ficção televisiva de produção nacional, vemos que são outros os tipos de produção que se fortaleceram, e nos referimos especificamente à pornografia. Constatamos isto ao procurar “producción audiovisual venezolana 2010” no Google: um dos resultados que chamou nossa atenção tem a ver com a página Mundo Anuncio (cujo endereço é <http://www.mundoanuncio.co.ve/categoria/encuentros_sexuales_17/buscar/casting.html>), onde durante dois dias do ano de 2010 (no domingo 16 de maio e na segunda-feira 2 de agosto) foram publicados 20 anúncios em que se solicitam talentos para a produção de vídeos da área na Venezuela. Isto acontece mesmo quando diversos espaços educativos – formais ou informais – promovem a capacitação para a produção audiovisual; entre eles se destacam as universidades (UCV, ULA, LUZ), os institutos privados (Escuela Nacional de Cine, ESCINETV, COTRAIN), os canais comunitários e alternativos (Catia tv e Ávila tv) e as iniciativas de natureza governamental (Escuela Metropolitana de Producción Audiovisual EMPA), dentre as quais sobressaem aquelas impulsionadas pelo próprio Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais				Ibero-americanos				
	Títulos	%	Cap/ep	Horas	Títulos	%	Cap/ep	Horas	%
Telenovela	4	44,45	319	82,70	54	93,10	5004	4797:25	91,86
Série	3	33,33	56	14,70	2	3,44	401	401	7,68
Minissérie	1	11,11	5	1,30	2	3,45	24	24	0,46
Telefilme / <i>TV movie</i>									
Outros (docudrama, unitário etc.)	1	11,11		1,30					
Total	9	100	380	100	58	100	5429	5222:25	100

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

Tabela 6. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela			1	11,11	2	22,22	1	11,11	4	44,45
Série	1	11,11			2	22,22			3	33,33
Minissérie							1	11,11	1	11,11
Telefilme / <i>TV movie</i>										
Outros (docudrama etc.)					1	11,11			1	11,11
Total	1		1		5		2		9	100

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

**Tabela 7. Duração dos capítulos/episódios
(sem intervalos comerciais)**

Duração	Capítulos/episódios	%
Curta (30')	609	10,48
Média (30'-60')	5200	89,52
Longa (60'+)		
Total	5809	100

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

Tabela 8. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	62	92,52
Passado	4	6,0
Histórica	1	1,48
Outra		
Total	67	100

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

Tabela 9. Os dez títulos mais assistidos: origem, formato, share

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	TV privada ou pública	Formato	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Audiência %	Share %
1. <i>La mujer perfecta</i>	Venezuela	Venevisión	Privada	Telenovela	Leonardo Padrón	8,55	51,02
2. <i>Soy tu dueña</i>	México	Televisa	Privada	Telenovela	Inés Rodena	8,30	47,00
3. <i>El clon</i>	Brasil	RTI Televisión para Telemundo	Privada	Telenovela	Gloria Pérez (Ideia Original)	8,12	52,2
4. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	EUA	Telemundo	Privada	Telenovela	Pablo Illanes	8,03	48,3
5. <i>Más sabe el diablo</i>	EUA	Telemundo	Privada	Telenovela	Jimena Romero e Lina Uribe	7,47	55,6
6. <i>Chepe Fortuna</i>	Colômbia	RCN Televisión	Privada	Telenovela	Miguel Ángel Vaquero e Eloísa Infante	7,41	37,5
7. <i>Doña Bárbara</i>	Colômbia-EUA	RTI Televisión - Telemundo	Privada	Telenovela	Rómulo Gallegos	7,38	49,50
8. <i>El capo</i>	Colômbia	FOX TeleColombia e RTI Televisión	Privada	Série	Gustavo Bolívar	7,15	34,60
9. <i>A corazón abierto</i>	Colômbia-EUA	Disney Media Network Latin America, Vista Producciones Inc, RCN Televisión.	Privada	Telenovela	Fernando Gaitán	6,94	47,70
10. <i>Rosario Tijeras</i>	Colômbia	Teleset para RCN Televisión	Privada	Série	Jorge Franco	6,91	44,80
Total de produções: 10		Roteiros originais nacionais: 1		Roteiros estrangeiros: 90			
100%		10%		90%			

Tabela 10. Os dez títulos mais vistos

Título	Formato	Gênero	Ano de produção	Número de capítulos	Duração do capítulo/ episódio	Data da primeira emissão	Data da última emissão	Faixa horária
1. <i>La mujer perfecta</i>	Telenovela	Drama/ humor	2010	95	1 hora	1/9/2010	No ar	Prime time
2. <i>Soy tu dueña</i>	Telenovela	Melodrama	2010	146	1 hora	29/6/2010	8/12/2010	Prime time
3. <i>El clon</i>	Telenovela	Drama	2010	184	1 hora	12/5/2010	No ar	Noturno
4. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Telenovela	Suspense	2010	105	1 hora	27/7/2010	26/11/2010	Prime time
5. <i>Más sabe el diablo</i>	Telenovela	Drama	2009	182	1 hora	14/12/2009	27/7/2010	Prime time
6. <i>Chepe Fortuna</i>	Telenovela	Comédia/ costumbrista	2010	25	35 minutos	12/11/2010	No ar	Prime time
7. <i>Doña Bárbara</i>	Telenovela	Drama	2008	190	42 minutos	21/9/2009	20/5/2010	Noturno
8. <i>El capo</i>	Telenovela	Drama	2009	35	1 hora	13/9/2010	27/10/2010	Noturno
9. <i>A corazón abierto</i>	Telenovela	Comédia// Drama	2010	89	46 minutos	19/5/2010	29/9/2010	Prime time
10. <i>Rosario Tijeras</i>	Série	Drama	2010	18	1 hora	6/10/2010	27/10/2010	Noturno

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

Tabela 1.1. Temáticas nos dez títulos mais assistidos (*)

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1. <i>La mujer perfecta</i>	Concursos, amor, fama, poder, ambição, culto do ego, união familiar, amores cruzados, infidelidade, mundo da mídia.	Transformação e cuidado do corpo; obsessão pela beleza; síndrome de Asperger; dependência da beleza; prostituição; anorexia; câncer de mama; violência familiar; diversidade sexual.
2. <i>Soy tu dueña</i>	Amor e traição; ambição; relações entre grupos sociais diferentes; relações familiares.	Cultivo da terra.
3. <i>El clon</i>	Amor impossível; relações entre grupos sociais diferentes; relações familiares.	Diversidade cultural; doutrina e religião; inseminação artificial; manipulação genética; dependência de drogas e alcoolismo em adolescentes.
4. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Solução de um crime; relações familiares; ambição, intriga e suspense.	Incomunicação familiar; sequestro; medos.
5. <i>Más sabe el diablo</i>	Amor e traição; ambição; relações entre grupos sociais diferentes; relações familiares.	Imigração ilegal; vida na rua; redes criminosas; corrupção; ministração da justiça.
6. <i>Chepe Fortuna</i>	Amor; liderança política.	Preservação ambiental; clima político; justiça e igualdade social.
7. <i>Doña Bárbara</i>	Vingança; cobiça; amores cruzados.	Abuso sexual; corrupção; alcoolismo.
8. <i>El capo</i>	Amor; vingança; cobiça; amores cruzados; valentia; fidelidade; mundo da mídia.	Violência; narcotráfico; narcocultura; problemática carcerária; redes; ministração da justiça; corrupção.
9. <i>A corazón abierto</i>	Amor; histórias médicas; amores cruzados; infidelidade; inveja.	Corpo doente e doenças; câncer; mal de Alzheimer; livre exercício da sexualidade.
10. <i>Rosario Tijeras</i>	Amor; vingança; amores cruzados; relações entre grupos sociais diferentes; vidas em risco.	Abuso sexual; violência; narcotráfico; narcocultura; mortes por encomenda.

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

de conteúdos no país, que pela primeira vez foi drasticamente interrompida após muitos anos de produção contínua.

São dois os aspectos que nos interessa destacar no tocante às temáticas detectadas. Um é a inclusão do corpo como tema, presente de forma direta numa produção – *La mujer perfecta* – e indireta em mais duas – *El clon* e *A corazón abierto*. Isso evidencia que se trata de uma das denominadas “obsessões hipermodernas”, que deixaram de ser objeto da atenção da academia para serem colocadas ao lado da audiência e convidá-la a refletir. **Um antecedente importante** é encontrado na série americana *Nip/Tuck* (2003-2010) e na minissérie colombiana *Sin tetas no hay paraíso* (2006). O segundo aspecto é o relacionado com a *narcocultura*²⁰, componente de tipo sociocultural que não se pode deixar de mencionar nos contextos latino-americanos, sobretudo na Colômbia, México e Venezuela.

20. “A *narcocultura* [...] tem um universo simbólico particular, um sistema de valores que parte da premissa da *honra*, de modo muito semelhante às culturas e máfias mediterrâneas: valentia, lealdade familiar e de grupo, proteção, vingança, generosidade, hospitalidade, nobreza e prestígio, formas de regulação interna – o uso da violência contra quem trair o chefe ou quiser abandonar o negócio –, um consumo específico – o uso de cocaína ou a aquisição de joias de ouro –, uma gíria particular – estabelecimento de códigos como estratégia de clandestinidade (Héau e Giménez, 2004; Valenzuela, 2002) –, modelos de comportamento caracterizados por uma exacerbada ‘ânsia de poder’, numa busca sem limites do hedonismo e do prestígio social, uma visão fatalista e nihilista do mundo e diferentes formas de objetivar o seu imaginário social” (Sánchez, 2009, p. 80).

Tabela 12. Perfil de audiência dos dez títulos mais assistidos: gênero, idade, nível socioeconômico

Programa	Canal/ rede	Gênero %		Faixa etária %						Nível socioeconômico %			
		Mulheres	Homens	4-11	12-17	18-34	35-44	45+	AB	C	D	E	
1. <i>La mujer perfecta</i>	Venevisión	14,22	9,23	10,47	18,57	19,23	19,37	27,32	6,53	8,59	15,08	16,05	
2. <i>Soy tu dueña</i>	Venevisión	12,55	8,21	13,32	19,63	18,24	9,86	26,02	5,95	7,10	11,30	11,88	
3. <i>El Clon</i>	Televen	11,57	8,62	14,73	9,82	18,19	9,72	21,86	2,87	6,01	8,52	11,14	
4. <i>¿Dónde está Elisa?</i>	Televen	9,67	6,07	10,01	11,88	5,77	7,38	19,72	4,87	5,53	7,98	9,25	
5. <i>Más sabe el Diablo</i>	Televen	9,29	5,95	16,08	11,72	11,52	7,62	13,02	3,59	3,90	7,49	9,45	
6. <i>Chepe Fortuna</i>	Televen	8,89	6,70	10,83	6,45	13,97	7,54	19,51	4,95	4,65	7,54	8,76	
7. <i>Doña Bárbara</i>	Televen	7,95	6,23	17,86	8,99	12,67	6,66	14,41	5,88	3,98	7,25	9,07	
8. <i>El Capo</i>	Televen	7,90	4,98	13,89	8,87	11,43	6,59	12,02	3,70	3,90	6,80	7,64	
9. <i>A corazón abierto</i>	Venevisión	6,84	4,78	9,35	5,44	9,73	5,87	14,43	3,45	3,87	5,43	7,84	
10. <i>Rosario Tijeras</i>	Venevisión	5,87	4,35	8,99	5,35	9,8	4,92	10,75	2,94	3,10	4,65	6,94	

Fonte: Obitel – Dados obtidos pela equipe de pesquisa a partir de diversas fontes

3. Recepção transmidiática

Decidimos não trabalhar com a produção que encabeça o *top ten* de 2010, mas com outra, também incluída dentro desse grupo, no 8.º lugar: *El capo*. As razões dessa escolha apontam em duas direções. **Em primeiro lugar, a suspensão da sua emissão pela emissora Televen** e, em segundo, a quantidade de respostas geradas a partir da audiência, tanto a favor como contra a “saída do ar”, o que nos deixa dentro do grupo das produções de maior impacto na internet, após pouco mais de um mês de transmissões. Optamos por dividir a semana e analisá-la em duas partes. A primeira metade corresponde ao período anterior à saída do ar; a segunda metade, ao posterior. As ferramentas e espaços de interação escolhidos são quatro: Twitter, YouTube, Noticiero Digital e Total tv. **Estas permitiram à audiência se apropriar do tema e argumentar a favor ou contra a medida, bem como acerca dos conteúdos da telenovela.** Apaixonados comentários como os observados num fórum do portal informativo Noticiero Digital, que recebeu 14 comentários no mesmo dia da abertura, deixaram claro que a trama transcendeu as telas e gerou impacto na audiência venezuelana. Foi difícil identificar o gênero dos participantes pelo fato de muitos deles usarem *nicks* que não permitem a identificação. A discussão, inclusive, foi além, incorporando pessoas que não acompanhavam a telenovela, mas que consideravam os espaços de discussão na internet propícios para fixarem a própria posição acerca da liberdade de expressão no país. Um exemplo deles é o participante *Simoran*, que assinalou:

Isso se chama autocensura (...) ... eu não sou nem serei noveleiro... mas é bom que esse tipo de enredos, mesmo fictícios, sejam assistidos pelos adultos e assim eles vão poder olhar como funcionam as atividades destes traficantes desgraçados e depois explicar ou vigiar os filhos pra que eles não caiam nunca nisso... a verdade é que eu não vejo justificativa para essa medida, e menos se quatro chatos é que pedem e não a grande maioria dos noveleiros (...) (Noticiero Digital, 2010).

Outros, entretanto, como o participante identificado como *Andrés García 791*, aproveitaram a conjuntura para pedir a saída do ar também de outros programas:

Deveriam tirar da Televen um programa que alimenta a libertinagem, antes parece um leilão, o programa acho que é Doce corações, ou algo parecido, além de que passam ele no horário para todo público, depois se perguntam porquê (sic) tem tanta promiscuidade (Noticiero Digital, 2010).

Por sua parte, o blog *Total tv* registrou 36 comentários em menos de quatro dias, nos quais a polêmica, diversidade de pontos de vista e inclusive comentários políticos se fizeram presentes:

As telenovelas saíram do ar pelo clamor popular, que exigiu firmeza e decisão à Conatel para tirar do ar esses dois lixos (...);

estas histórias (...) são escritas por altos autores, e não fogem da realidade que se vive no nosso país;

(...) com respeito às novelas, elas não ensinam nada produtivo, e as colombianas na maior parte são sobre drogas e prostituição (...) como se esse país tivesse apenas esse tipo de pessoas (...);

(...) o assunto das drogas e dos baixos instintos não são alheios ao nosso estilo de vida;

o fanatismo por uma política errada de proibição e censura não nos leva a nada, essas séries eram transmitidas depois das 11pm. Deveriam deixar as pessoas decidir que tipo de programas elas querem ver (...);

essas novelas representam realidades cotidianas no nosso país;

bom e agora o q ficou pra nós??? Fora assistir a El Chavo e El Zorro em horário nobre (Total tv, 2010).

Outro espaço revisado para constatar outras versões relativas à saída da telenovela do ar foi o Twitter da unidade de relações públicas da Televen, identificada como @RRPPTELEVEN, o que nos coloca na dimensão institucional, com um registro de 44 grupos e 9.580 seguidores. Constatamos que na semana prévia à saída da telenovela do ar, ou na seguinte, não houve nenhuma menção do caso. A telenovela

foi citada unicamente no mês de setembro ou nos primeiros dias de outubro, quando se convidava a audiência para assistir à telenovela e se afirmava que tinham ultrapassado, em audiência, a telenovela *Rosario Tijeras*, do canal da concorrência, a Venevisión.

Numa revisão realizada na rede social Facebook encontramos que foram criados vários grupos para incentivar o retorno da telenovela ao ar. Um destes é “El capo” (*Club de fans Venezuela*), que foi criado em 28 de setembro de 2010 e agrupa 802 pessoas. O grupo oferece aos seguidores um link onde podem ser baixados todos os capítulos da telenovela: <<http://www.ytvtelenovelas.com/2010/03/todos-los-capitulos-de-el-capo-no.html>>. **Apesar de atrair um importante número de pessoas**, no muro do grupo não se observa nenhum comentário relativo à saída do ar. Outro grupo interessante é “Venezuela quiere de vuelta a *Rosario Tijeras* y *El capo*”, com 1.886 fãs, criado em 31 de outubro de 2010. **Recorrentemente, para motivar a participação os criadores do grupo colocam perguntas relativas à possibilidade de as telenovelas voltarem ao ar.** É relevante o fato deste grupo reunir seguidores das duas telenovelas e promover o seu retorno ao ar sem discriminação. Os fãs, inclusive, compartilham links de páginas onde os interessados podem baixar os capítulos ou obter informação acerca dos canais de televisão por assinatura que têm alguma das telenovelas na sua grade de programação.

Outros grupos menores, como “100.000 me gusta para que el capo vuelva [sic] a Televen”, criado em 31 de outubro de 2010, não teve o mesmo impacto dos anteriores, pois conseguiu reunir apenas 18 pessoas.

O que conta nessas experiências todas é o fato da limitação imposta à audiência para ela aproveitar essas telenovelas através dos canais de sinal aberto ter se transformado numa oportunidade de projetar espaços de troca com o apoio de meios tecnológicos, e também que os telespectadores buscaram opções alternativas para poder acompanhar os conteúdos das telenovelas e até comentar os capítulos, trocar ideias sobre o que acreditavam que deveria acon-

tecer no enredo ou simplesmente dividir emoções e sentimentos gerados a partir da trama.

Como assinala Leonardo Padrón, autor da telenovela *La mujer perfecta*: “Agora existe uma interação brutal com o telespectador. As pessoas batem papo e opinam enquanto assistem à novela, pelo Twitter, pelo Facebook, pelo Blackberry. Agora somos um grande fórum coletivo onde todos comentam” (*El Nacional*, 6 de agosto de 2010).

Com relação ao anterior é importante assinalar o caso de *la mujer perfecta*, onde a interação aconteceu através da conta do Facebook que reúne 243.957 pessoas (<<http://www.facebook.com/lamujerperfecta>>). Através do Twitter, é gerada a interação entre roteiristas, audiência e atores, que acontece de forma simultânea à transmissão dos capítulos. Através da conta @lamujerperfecta, que reúne 62.250 seguidores, a equipe de produção comenta o que acontece, coloca resumos e anuncia como a trama continuará. Ao mesmo tempo, a audiência envia comentários, perguntas e parabeniza tanto o autor como os roteiristas e atores. Inclusive, alguns atores criaram, com os nomes dos seus personagens, contas onde dividem com a comunidade de *twitteros* as preocupações e alegrias do próprio personagem e consultando a audiência acerca do que eles deveriam fazer para encarar as situações que enfrentam na trama.

4. O mais destacado do ano

Destacamos a relevância de quatro aspectos que incidiram negativamente na recepção televisiva: 1) a transmissão dos jogos de futebol correspondentes à Copa do Mundo de Futebol da África do Sul 2010; 2) a interrupção da programação para transmitir as chamadas “redes presidenciais” ou “mensagens oficiais”; 3) as mudanças do horário de programação pelas redes, sem prévio aviso, assim como o “recorte” das emissões; e 4) as interrupções e suspensão do serviço de energia elétrica em diversas partes do país, especialmente durante o primeiro, segundo e terceiro trimestres do ano,

situação detectada ao revisar alguns fóruns e espaços de discussão da audiência, entre outros aspectos que incidiram na produção e recepção televisiva. Um elemento que queremos destacar tem a ver com o episódio protagonizado pelo tenente-coronel Hugo Rafael Chávez Frías no primeiro programa dominical do ano *Aló presidente* (n.º 374), veiculado em 10 de janeiro de 2010 direto do povoado El Tinaco, no estado Cojedes, em que o mandatário confessou o seu gosto por telenovelas, hábito que desenvolveu desde que esteve preso como consequência do golpe de estado que liderou contra Carlos Andrés Pérez em 1992. Após confessar que na rede “não furava novela” (não deixava de assisti-las), afirmou – dirigindo-se a Román Chalbaud (cineasta e dramaturgo) e a Luis Brito García (escritor): “Vou pedir para vocês que a gente faça novelas socialistas, diferentes das capitalistas [...] como as transmitidas em Cuba, com conteúdo social”.

Da mesma forma, afirmou que no país “também é possível fazer bom cinema [...] Não o cinema capitalista, que é veneno e incita as nossas crianças a consumir drogas e inclusive as leva para a delinquência”. Assim, embora o mandatário tenha traçado essa linha de trabalho com “valores sociais e revolucionários”, vemos que a realidade da ficção seriada televisiva de produção nacional foi outra, e se manifestou no quase desaparecimento da ficção nacional de estreia das nossas telas. Do total de 92 títulos levantados, apenas cinco (ou o equivalente a 5,43%) foram produzidos no país. Desses cinco títulos (que representam 161 horas e 2 minutos de produto terminado), 155 horas e 42 minutos corresponderam ao âmbito privado, concretamente à Venevisión (*Corazones extremos*: 42 minutos; *Harina de otro costal*: 60 horas; e *La mujer perfecta*: 95 horas) e cinco horas e meia à produção de ficção gerada no âmbito público (cinco horas para *Miranda regresa, la serie*, de La Villa del Cine, e 20 minutos para *Leyendas de nuestro pueblo – La comparsa*

de las ánimas, produzida pela Vive tv)²¹. Diante da pouca produção de ficção nacional no país, ganham espaço as produções oriundas de outros cenários, entre as quais sobressai a produção do México, dos EUA e da Colômbia. Deste último país, é importante mencionar as telenovelas e séries que incluem na trama o tema da violência e, especificamente, daquela gerada a partir do fenômeno do tráfico de drogas e da *narcocultura*, que inclui numerosos hábitos, instituições e elementos simbólicos, razão pelas quais são denominadas de “narconovelas”.

Com relação à pouca produção de ficção seriada com selo nacional e ao sucesso da produção colombiana, consideramos importante destacar o trabalho de Carolina Acosta-Alzuru, *¿Ha muerto la telenovela venezolana?* (5 de julho, 2010)²², em que ela manifestava que, nesse momento, não estava no ar nenhuma tele-

21. Ao revisar a produção cinematográfica nacional de 2010 encontramos que foram estreados 5 longas-metragens de ficção: *Cheila, una casa Pa'Maita*, dirigido por Eduardo Barbarena; *Muerte en alto contraste*, dirigido por César Bolívar; *Taita Boves*, de Luis Alberto Lamata; *Havana Eva*, de Fina Torres; *Hermano*, dirigido por Marcel Rasquin.

22. Acerca do impacto da telenovela colombiana no nosso contexto, ela diz: “Há várias razões: 1. **A parceria entre as produtoras colombianas e o Telemundo** (propriedade da rede americana NBC) produziu uma poderosa mistura de criatividade com altos orçamentos. 2. **A telenovela colombiana não é produzida sujeita às restrições de uma Ley de Contenidos**. 3. A telenovela colombiana não é produzida no clima criado na tv venezuelana pela não renovação da licença da RCTV e a posterior saída do ar da RCTV Internacional. Como consequência, estas medidas trouxeram apreensão à outra emissora de televisão que produz telenovelas na Venezuela. O resultado das razões 2 e 3 é uma telenovela menos atraente, menos arriscada e menos contemporânea por ser excessivamente escrupulosa. 4. **As telenovelas colombianas não são produzidas no esquema de câmbio e com as desvalorizações existentes na Venezuela, que incidem na atualização dos nossos equipamentos e no treinamento do nosso pessoal**. 5. As telenovelas colombianas têm sido mais bem comercializadas no mercado internacional do que as venezuelanas” (Acosta-Alzuru, 2010:§5). No blog Telenovelas, de Carolina Acosta-Alzuru. Disponível em: <<http://telenovelas-carolina-esp.blogspot.com/>>

novela venezuelana após décadas de trabalho contínuo. Do ponto de vista dos conteúdos, é necessário mencionar o tema do corpo, que aparece em *El clon*, *A corazón abierto* e *La mujer perfecta*. No caso venezuelano, a história de seis mulheres é contada a partir do “centro estético infinito” e de uma academia de modelos; elas tentam se transformar na mulher perfeita, *La mujer perfecta*, através de diversos procedimentos que vão do exercício e das dietas até as intervenções e transformações no corpo. Isso serviu para interpretar que, nas sociedades ocidentais contemporâneas e, em especial, no contexto venezuelano, a feminilidade não está ligada apenas a formas de comportamento como também à configuração de imagens específicas, entre as quais encontramos aquelas relacionadas à conformação da corporalidade. Como exemplo temos as múltiplas intervenções cirúrgicas, regimes para emagrecer e de exercícios, medicamentos e um sem-número de adendos utilizados para atingir aquilo que se concebe como o “ideal de beleza” corporal. Do mesmo modo, vemos que a construção social do “corpo” funciona também como “expressão” da exclusão, sobretudo para quem não reproduz determinadas concepções do “ideal corporal”. Talvez seja esta a grande virtude de *La mujer perfecta*: colocar numa posição central um dos grandes problemas socioculturais do contexto atual.

5. Tema do ano: qualidade na ficção televisiva: tendências nos países ibero-americanos

No caso venezuelano, para estabelecer os parâmetros de qualidade tomaremos, por um lado, os referidos por Viñes e Gonzáles (2008) e, por outro, os de Mulgan (1990), aplicáveis à produção de ficção nacional de estreia. Em relação ao primeiro aspecto, podemos afirmar que do ponto de vista narrativo existe a tentativa de trabalhar sobre a base de tramas conhecidas, como o célebre caso de *Romeu e Julieta*, de William Shakespeare, onde o confronto entre as famílias é o obstáculo para a realização amorosa. Ainda que historicamente

o argumento tenha funcionado, nenhuma das duas produções elaboradas em cima dele, *Corazones extremos* e *Harina de otro costal*, foi bem-sucedida. Da primeira foi veiculado apenas o capítulo de estreia, e a segunda não atingiu os índices de audiência esperados. Isto, no entanto, não aconteceu com *La mujer perfecta*, em que tanto o tema principal quanto a construção dos personagens e a elaboração das linhas argumentais, somado ao modo particular com que Leonardo Padrón faz os seus diálogos, a inclusão do humor, a linguagem metafórica e a gíria urbana venezuelana, bem como a caracterização dos personagens, garantiram a aceitação do público.

Com relação ao segundo aspecto, isto é, a qualidade técnica, do nosso ponto de vista se destaca o fato de *Miranda regresa, la serie*, ter sido realizada a partir de um produto terminado, um longa-metragem. Do ponto de vista técnico, isso permitiu trabalhar com a técnica cinematográfica (o que incidiu nos ritmos de produção) e ter um cuidado especial na direção de arte, nas cenas de massas e na direção de fotografia, com o adendo de se tratar de uma ficção de época. No caso de *La mujer perfecta*, vemos que além de ser dirigida pelo reconhecido cineasta César Bolívar, que além disso foi produtor e diretor de fotografia, existe nela um cuidado especial no que tange à linguagem audiovisual (tipos de plano, movimentos de câmera, musicalização e edição), o que lhe confere qualidade cinematográfica, bem como na direção de atores e encenação, onde por momentos integra as personagens em cena com o processo de recepção televisiva, como situações de um canal de tv. A isto deve ser acrescentado o fato de que, por se tratar do tema da beleza, há um cuidado todo especial com os aspectos relativos à direção de arte, com o figurino, maquiagem, cenografia e contrarregra. Do mesmo modo, vale destacar o grande esforço realizado pela Venevisión, não apenas no tocante ao investimento em produção, como na promoção e acompanhamento das transmissões.

Isso teve provavelmente duas causas: incentivar a atenção do público venezuelano, que tinha ficado sem poder assistir a nenhu-

ma produção nacional de estreia durante quatro meses, e incentivar a participação e interação com a audiência através de diversos mecanismos, com a finalidade de conseguir maior envolvimento dos telespectadores e criar um senso de pertencimento que pudessem reverter em resultados favoráveis nas medições de audiência. Por outro lado, a Venevisión foi a única empresa a gerar empregos diretos através da produção das duas ficções de estreia de longa duração. Além disso, ao fazer parte da Organización Cisneros, existe a garantia da sua distribuição internacional. Do ponto de vista da recepção, a qualidade pode ser avaliada a partir de diversos indicadores: índices de audiência, interação pelas redes sociais, participação através de comentários em diversos espaços (YouTube, fóruns etc.) e, o mais importante, a presença do tema na opinião pública. Por fim, o fato de incluir grande variedade de temas que abordam problemas sociais e a necessidade de promover condutas positivas diante da diversidade, como a síndrome de Asperger e o tratamento do corpo, incluídos transversalmente nas linhas argumentais, acrescentam-se aos demais fatores que colocam essa telenovela no *top ten* de 2010.

Referências bibliográficas

- CONATEL (2009). Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual. Disponível em: <http://www.conatel.gob.ve/files/Servicio_Produccion_Nacional_Audiovisual/Norma_Tec_Prod_Nacional_Audiovisual.pdf>. Acessado em 15-fev-2011.
- CONATEL (2010a). Conatel exhortó a Televen y Venevisión la suspensión de programas no aptos para niños, niñas y adolescentes, en horario todo usuario. Disponível em: <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/noticiacompleta?id_noticia=2909>. Acessado em 28-fev-2011.

- CONATEL (2010b). Providencia Administrativa n° 1.569. Disponível em: <http://www.conatel.gob.ve/files/Servicio_Produccion_Nacional_Audiovisual/nota_providencia.pdf>. Acessado em 10-fev-2011.
- CONATEL (2010c). Total de Medios Comunitarios Habilitados. Disponível em: <http://www.conatel.gob.ve/files/solicitudes/habilitaciones/Total_de_Medios_Comunitarios_Habilitados.pdf>. Acessado em 25-fev-2011.
- CONATEL (2011a). Conatel exhortó a Televen la suspensión de 12 corazzones y Chepe Fortuna por contenidos denigrantes. Disponível em: <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/noticiacompleta?id_noticia=2916>. Acessado em 11-fev-2011.
- CONATEL (2011b). Servicio de Internet. Indicadores años 1998-2010. Disponível em: <http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2010_anual/internet_10.pdf>. Acessado em 11-fev-2011.
- CONATEL (2011c). Telefonía Móvil. Indicadores años 1997-2010. Disponível em: <http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2010_anual/telefoniamovil10.pdf>. Acessado em 11-fev-2011.
- EL UNIVERSAL (28-out-2010). Suspenden transmisión de las series *El Capo* y *Rosario Tijeras*. Disponível em: <http://www.eluniversal.com/2010/10/28/tele_ava_suspenden-transmisio_28A4666451.shtml>. Acessado em 15-fev-2011.
- INTERNET WORLD STATS AMERICA DEL SUR (2010). Disponível em: <<http://www.exitoexportador.com/sur.htm#ve>>. Acessado em 28-fev-2011.
- MARTÍNEZ, A. (2010). La situación de la telenovela es hija de la crisis del país. In: *El Nacional*, 6 de agosto de 2010. Disponível em: <<http://www.grupoactoral80.com/deinteres-leonardopadron4.html>>. Acessado em 25-fev-2011.
- NOTICIERO DIGITAL (2010). Sacan del aire a *Rosario Tijeras* y *El Capo*. Disponível em: <<http://www.noticierodigital.com/forum/viewtopic.php?t=706257>>. Acessado em 6-mar-2011.

- SÁNCHEZ G., ALAN, JORGE (2009). Procesos de institucionalización de la narcocultura en Sinaloa. Em: *Frontera Norte*, v. 21, n. 41, janeiro-junho, 2009, p. 77-103, Colegio de la Frontera Norte, Tijuana.
- TENDENCIAS DIGITALES (2010). 9 millones de personas usan Internet en Venezuela. Disponível em: < <http://www.tendenciasdigitales.com/794/9-millones-de-personas-usan-internet-en-venezuela/>>. Acessado em 15-fev-2011.
- TOTAL TV (2010). Suspenden en Venezuela emisiones de *El Capo* y *Rosario Tijeras*. Disponível em: < <http://totaltvblog.com/2010/10/28/suspenden-en-venezuela-emisiones-de-el-capo-y-rosario-tijeras/>>. Acessado em 6-mar-2011.
- TWITTER-VENEZUELA.COM (2011). Cuentas de Twitter en Venezuela. Disponível em: <<http://twitter-venezuela.com/pag/cuantos-usan-twitter-en-venezuela>>. Aceso em 25-fev-2011.

Fichas técnicas dos *top ten* dos países Obitel

ARGENTINA

1. *Valientes*

Direção: Martín Saban; Sebastián Pivotto

Roteiristas: Marcos Carnevale; Lily Ann Martin

Elenco: Luciano Castro; Julieta Díaz; Mariano Martínez; Eleonora Wexler; Marcela Kloosterboer; Gonzalo Heredia; Betiana Blum; Arnaldo André

2. *Malparida*

Direção: Jorge Nisco, Jorge Bechara

Roteiristas: Lily Ann Martin, Pablo Junovich, Cecilia Guerty

Elenco: Juana Viale, Raúl Taibo, Gonzalo Heredia; Carina Zampini

3. *Botineras*

Produção: Sebastián Ortega

Direção: Carlos Luna, Pablo Vázquez, Diego Sánchez

Roteiristas: Esther Feldman, Alejandro Maci, Nuri Abramowicz, Alejandro Quesada, Martín Méndez

Elenco: Florencia Peña, Nicolás Cabré, Romina Gaetani, Isabel Macedo

4. *Para vestir santos*

Direção: Daniel Barone

Roteirista: Javier Daulte

Elenco: Gabriela Toscano, Celeste Cid, Griselda Siciliani, Betiana Blum, Hugo Arana, Fernán Mirás

5. *Casi Ángeles*

Direção: Mariano Demaría, Mauro Scandolari e Flavio Rondelli

Roteirista: Leandro Calderone

Elenco: Juan Pedro Lanzani, Mariana Espósito, María Eugenia Suárez, Nicolás Riera, Gastón Dalmau, Apariciones de Emilia Atías, Julia Calvo

6. *Cain & Abel*

Direção: Pablo Vázquez, Diego Sánchez, Andrés Palacios

Roteirista: Guillermo Salmerón

Elenco: Joaquín Furriel, Fabián Vena, Julieta Cardinali, Vanesa González, Federico DíElía, Luis Machín, Virginia Lago Luis Brandoni e Mercedes Oviedo

7. *Niní*

Direção: Jesús Braseras e Deniel Defelippo

Roteiristas: Jorge Chernov e Gabriela Fiore

Elenco: Florencia Bertotti, Federico Amador, Paula Morales, Juan Manuel Guilera, Melanie Chong, Sheyner Cristian Díaz Gómez, Paula Moarales, Esteban Meloni e Héctor Días

8. *Alguien que me quiera*

Direção: Martín Saban e Sebastián Pivotto

Roteiristas: Alejandro Ocón, Solange Keolegian, Sebastián Parrotta

Elenco: Osvaldo Laport, Andrea Del Boca, Miguel Ángel Rodríguez, Susú Pecoraro

9. *Todos contra Juan 2*

Direção: Gastón Pauls e Gabriel Nesci

Roteirista: Gabriel Nesci

Elenco: Gastón Pauls, Sebastián de Caro, Mercedes Oviedo, Henny Trayles

10. Sueña conmigo

Produção: Telefé

Direção: Roberto Gómez Fernández

Roteirista: Claudio Lacelli

Elenco: Eiza Gonzalez, Santiago Ramundo, Vanesa Gabriela Leiro, Valentin Villafañe e Brenda Asnicar

BRASIL

1. Viver a vida

Produção: Globo

Direção: Jayme Monjardim , Fabrício Mamberti

Roteirista: Manoel Carlos

Elenco: Taís Araújo (Helena), Alinne Moraes (Luciana), Lília Cabral (Tereza), José Mayer (Marcos) e outros

2. Caras & bocas

Produção: Globo

Direção: Jorge Fernando

Roteirista: Walcyr Carrasco

Elenco: Flávia Alessandra (Dafne), Malvino Salvador (Gabriel), Deborah Evelyn (Judith), Isabelle Drumond (Bianca), Henri Castelli (Vicente) e outros

3. Passione

Produção: Globo

Direção: Denise Saraceni, Carlos Araújo, Luiz Henrique Rios, Natalia Grimberg, Allan Fiterman, André Câmara

Roteirista: Sílvio de Abreu

Elenco: Fernanda Montenegro (Bete Gouvea), Tony Ramos (Totó), Mariana Ximenes (Clara) e outros

4. *Ti-ti-ti*

Produção: Globo

Direção: Jorge Fernando

Roteirista: Maria Adelaide Amaral

Elenco: Murilo Benício (Ariclenes), Alexandre Borges (Jaques Leclair), Cláudia Raia (Jaqueline), Cristiane Torloni (Rebeca) e outros

5. *Dalva e Herivelto – Uma canção de amor*

Produção: Globo

Direção: Dennis Carvalho, Cristiano Marques

Roteirista: Maria Adelaide Amaral

Elenco: Adriana Esteves (Dalva de Oliveira), Fábio Assunção (Herivelto Martins) e outros

6. *Papai Noel existe*

Produção: Globo

Direção: Estevão Ciavatta

Roteirista: Guel Arraes

Elenco: Regina Casé (Francis), Rodrigo Santoro (Robson Luiz), Isaac Bardavid (Seu Habib), Douglas Silva (Jalmir)

7. *Escrito nas estrelas*

Produção: Globo

Direção: Rogério Gomes, André Binder, Fabio Strazzer, Pedro Vasconcelos, Roberta Richard

Roteirista: Elizabeth Jhin

Elenco: Nathalia Dill (Viviane), Jaime Matarazzo (Daniel), Humberto Martins (Ricardo) e outros

8. *Cama de gato*

Produção: Globo

Direção: Amora Mautner

Roteiristas: Duca Rachid, Thelma Guedes

Elenco: Marcos Palmeira (Gustavo Brandão), Camila Pitanga (Rose), Paola Oliveira (Verônica), Carmo Dalla Vecchia (Alcino) e outros

9. *A grande família*

Produção: Globo

Direção: Maurício Farias

Roteiristas: Claudia Jouvin, Mauricio Rizzo e Bernardo Guilherme

Elenco: Marco Nanini (Lineu), Marieta Severo (Dona Nenê), Pedro Cardoso (Agostinho), Guta Stresser (Bebel), Lucio Mauro Filho (Tuco) e outros

10. *Batendo o ponto*

Produção: Globo

Direção: José Lavigne

Roteirista: Paulo Cursino

Elenco: Ingrid Guimarães (Val), Felipe Abib (Paiva), Pedro Paulo Rangel (o chefe), Eduardo Landim (Kleiton), Alexandre Nero (Caíque) e outros

CHILE

1. *Los 80 más que una moda*

Direção: Boris Quercia

Roteirista: Rodrigo Cuevas

Elenco: Daniel Muñoz, Tamara Acosta, Loreto Aravena, Tomás Verdejo, Daniel Alcaíno e Lucas Escobar

2. 40 y tantos

Direção: María Eugenia Rencoret, Ítalo Galleani

Roteiristas: Marcelo Leonart, Ximena Carrera, Andrea Franco, Carla Stagno, José Fonseca

Elenco: Francisco Melo, Paola Volpato, Francisco Pérez-Bannen, Francisca Imboden, Matías Oviedo

3. Conde Vrolock

Direção: María Eugenia Rencoret, Víctor Huerta, Claudio López de Lérida

Roteiristas: Pablo Illanes, Nona Fernández, Francisca Bernardi e Juan Pablo Olave

Elenco: Álvaro Rudolph, Luz Valdivieso, Claudia Di Girolamo, Francisca Lewin, Francisco Reyes, Bastián Bodenhöfer

4. Mujeres de lujo

Direção: Patricio González

Roteiristas: Coca Gómez, Josefina Fernández, Malú Urriola e Pablo Riquelme

Elenco: Fernanda Urrejola, Álvaro Morales, Pablo Macaya, Ignacia Allamand e Héctor Noguera

5 Martín Rivas, aventuras de un soñador

Direção: María Eugenia Rencoret, Germán Barriga

Roteiristas: Víctor Carrasco, David Bustos, Fernando Delgado, Jaime Morales, Carlos Oporto

Elenco: Diego Muñoz, María Gracia Omegna, Pablo Cerda, Ignacia Baeza, Álvaro Gómez, Mauricio Pesutic, Amparo Noguera

6. Infieles

Direção: Rodrigo Díaz

Roteirista: Rodrigo Gijón

Elenco: Variável segundo o episódio

7. *La familia de al lado*

Direção: María Eugenia Rencoret, Víctor Huerta

Roteirista: José Ignacio Valenzuela

Elenco: María Elena Swett, Jorge Zabaleta, Álvaro Rudolphy, Luz Valdivieso, Cristián Arriagada, Francisca Lewin

8. *El día menos pensado*

Direção: Carlos Pinto

Roteirista: Carlos Pinto

Elenco: Variável segundo o episódio

9. *Los ángeles de Estela*

Direção: María Eugenia Rencoret, Rodrigo Velásquez, Nicolás Alemparte

Roteiristas: Hugo Morales, Andrés Telias, Carlos Galofré, Diego Muñoz e Carla Stagno

Elenco: Coca Guazzini, María Elena Swett, Jorge Zabaleta, Cristián Arriagada, Francisco Pérez Bannen

10. *Volver a mí*

Direção: Matías Stagnaro

Roteiristas: María Izquierdo, Omar Saavedra, Enrique Videla e Vladimir Rivera

Elenco: María Izquierdo, Esperanza Silva, Catalina Saavedra, Alejandro Trejo, Alejandro Goic e Macarena Teke

COLÔMBIA

1. *A corazón abierto*

Direção: Sergio Osorio

Roteiristas: Fernando Gaitán e Mauricio Miranda

Elenco: Verónica Orozco, Rafael Novoa, Carolina Gómez, Jorge Enrique Abello, Juan Pablo Espinoza e Juan Manuel Mendoza

2. *La Pola*

Direção: Sergio Cabrera

Roteirista: Juan Carlos Pérez Flórez

Elenco: Carlos Hurtado, Carlos Camacho, Susana Torres, Ana Fernández, Ana María Estupiñan e Carolina Ramírez

3. *Amor sincero*

Direção: Rodrigo Triana

Roteiristas: Fabiola Carrillo e Rodrigo Holguín

Elenco: Marbelle, Rodolfo Silva, Marcela Benjumea, Carlos Vega e Inhira Serrano

4. *Chepe Fortuna*

Direção: Mario Rivero

Roteiristas: Miguel Ángel Baquero e Eloísa Infante

Elenco: Taliana Vargas, Javier Jattin, Kristina Lilley, Margalida Castro, Judy Henríquez, Carlos Muñoz e Consuelo Luzardo

5. *Rosario Tijeras*

Direção: Rodrigo Lalinde e Carlos Gaviria

Roteiristas: Carlos Duplat, Luz Mariela Santofimio

Elenco: María Fernanda Yépez, Sebastián Martínez, Andrés Sandoval, Liliana Vanegas e Adriana Arango

6. *Oye bonito*

Direção: William González

Roteirista: Arlet Castillo

Elenco: Karoll Márquez, Diana Hoyos, Patricia Hercole, Nicolás Nocceci e Alejandro Palacio

7. Las detectivas y el Víctor

Direção: Pepe Sánchez

Roteirista: Juan Manuel Cáceres

Elenco: Gregorio Pernía, Paola Rey, Nataly Umaña, Juan Pablo Gamboa e Joemy Blanco

8. Amor en custodia

Direção: Juan Carlos Vásquez e Olga Lucía Rodríguez

Roteiristas: Juliana Lema e Julio Castañeda

Elenco: Alejandra Borrero, Ernesto Calzadilla, Ana Wills, Iván López, Ana María Estupiñán, Estefanía Godoy e Marcelo Dos Santos

9. El capo

Direção: Ricardo Gabrielli e Lilo Vilaplana

Roteirista: Gustavo Bolívar

Elenco: Marlon Moreno, Marcela del Mar, Katherine Vélez, María Adelaida e Diego Trujillo

10. A mano limpia

Direção: Luis Orjuela, Rocío Cruz e Mónica Cifuentes

Roteiristas: Diego Vivanco e Julio Contreras

Elenco: Valentina Acosta, Claudio Castaño, Elkin Díaz, Manuel Sarmiento e Amuschástegui Kepa

ECUADOR

1. El capo

Direção: Riccardo Gabrielli e Lilo Vilaplana

Roteirista: Gustavo Bolívar

Elenco: Marlon Moreno, Marcel Mar, Katherine Vélez, Elkin Díaz, Diego Trujillo, Manuel Sarmiento, Oscar Borda

2. *El primer golpe*

Direção: Danny Gavidia

Roteiristas: Roberto Stopello, diretor depto. escritores

Elenco: Jeancarlos Canela, Miguel Varoni, Angélica Celaya

3. *Rosario Tijeras*

Direção: Luis Solano, Carlos Gaviria, Israel Sánchez, Rodrigo Lalinde

Roteiristas: Jorge Franco (original)

Carlos Duplat e Luz Marina Santofimio **Elenco:** María Fernanda Yépez, Sebastián Martínez, Andres Sandoval

4. *Amor sincero*

Direção: Rodrigo Triana

Roteirista: María Inés Sánchez (original), Fabiola Carrillo

Elenco: Marbelle, Marcela Benjumea, Carlos Manuel Vesga, Indhira Serrano, Javier Botero

5. *Dónde está Elisa?*

Direção: Leonardo Galavís, Nicolas Diblasi

Roteirista: Original de Pablo Illanes Roberto Stopello, diretor depto. escritores

Elenco: Vanessa Pose, Gabriel Porras, Sonya Smith, Catherine Siachoque, Roberto Mateos, Jorge Luis Pila

6. *Más sabe el diablo*

Direção: David Posada, Danny Gavidia

Roteiristas: Original de Jimena Romero e Lina Uribe

Elenco: Gaby Espino, Jeancarlos Canela, Miguel Varoni, Jorge Luis Pila, Patricia Pillar, Deborah Secco, Carmo Dalla Vecchia

7. *Mi Recinto*

Direção: Fernando Villarroel

Roteirista: Gino Freire

Elenco: Fernando Villarroel, Paola Olaya e dez atores adicionais

8. *Doña Bella*

Direção: Toni Navia

Roteirista: Daniella Castagno

Elenco: Zharick León, Fabián Ríos, Marcelo Buquet, Luis Fernando Múnera, Stephanie Cayo, Denise Garay, Luis Fernando Salas, Stephanie Cayo, Jorge López, Pedro Rendón, Xilena Aycardi, Armando Gutiérrez, Gloria Zapata, Gloria Montoya, Alfonso Ortiz

9. *Rosita, la taxista*

Direção: Nitsy Grau, Lucho Aguirre e Guadalupe Loor

Roteiristas: Cristián Cortéz, Hugo Calera

Elenco: Claudia Camposano, Diego Spotorno, Sonia Cubides, Santiago Carpio, Tania Salas, Marcela Ruete, Pablo Mario Ansaldo e Raymundo Zambrano

10. *Chepe Fortuna*

Direção: Mario Ribero

Roteirista: Miguel Ángel Baquero, Eloísa Infante

Elenco: Tatiana Vargas, Javier Jattin, Carlos Muñoz, Judy Henríquez, Margalida Castro, Consuelo Luzardo, Pedro Palacio, Lorna Cepeda e Adriana Ricardo

ESPAÑA

1. *Águila roja*

Direção: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo

Roteiristas: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo, Pilar Nadal, Carmen O. Carbonero

Elenco: David Janer, Javier Gutiérrez, Francis Lorenzo, Miryam Gallego, Inma Cuesta, Pepa Aniorte e Roberto Álamo

2. *La señora*

Direção: Lluís Maria Güell

Roteirista: Virginia Yagüe

Elenco: Adriana Ugarte, Rodolfo Sancho, Roberto Enríquez, Anna Turpín, Laura Domínguez, Alberto Ferreiro e Lucía Jiménez

3. *Cuéntame cómo pasó*

Direção: Tito Fernández, Agustín Crespi, Antonio Cano e Sergio Cabrera

Roteiristas: Eduardo Ladrón de Guevara, Patrick Buckley, Alberto Macías, Jacobo Delgado e M^a Sol Farré

Elenco: Imanol Arias, Ana Duato, Ricardo Gómez, María Galiana, Pablo Rivero, José Sancho e Roberto Cairo

4. *Felipe y Letizia*

Direção: Joaquín Oristrell

Roteirista: Joaquín Oristrell

Elenco: Amaia Salamanca, Fernando Gil, Juanjo Puigcorbé, Marisa Paredes, Alicia Pérez, Àgata Roca, Quim Vila, Elena Irureta y Ferrán Rañé

5. *Hispania, la leyenda*

Direção: Carlos Sedes e Alberto Rodríguez

Roteiristas: Ramón Campos, Ana Domínguez, Gema R. Neira, Natxo López e María José Rustarazo

Elenco: Roberto Enríquez, Juan José Ballesta, Nathalie Poza, Jesús Olmedo, Manuela Vellés e Ana de Armas

6. *La duquesa*

Direção: Salvador Calvo

Roteiristas: Antonio Hernández Centeno e Carmen Pombero

Elenco: Irene Visedo, Roberto Enríquez, Manuel de Blas, Carmen Sánchez e Karmele Aranburu

7. *Gran reserva*

Direção: Carlos Sedes, Salvador García, Eduardo Armiñán

Roteiristas: Ramón Campos, Gema R. Neira, Moisés Gómez Ramos, Laura León, Déborah Rope, Eligio R. Montero, Natxo López

Elenco: Emilio Gutiérrez Caba, Tristán Ulloa, Armando del Río, Ana Risueño, Paula Echevarría e Francesc Garrido

8. *El pacto*

Direção: Fernando Colomo

Roteirista: Santos Mercero

Elenco: Marina Salas, Macarena García, Diana Gómez, Vicky Luengo, Denise Maestre, Georgina Latre, Natalia Rodríguez e Gara Muñoz

9. *El secuestro de Anabel*

Direção: Pedro Costa e Luis Oliveros

Roteiristas: Pedro Costa e Antonio Ojeda

Elenco: Enrique Villén, Luisa Martín, Juan Antonio Codina, Amparo Climent, Roberto Quintana e Polina Kiryanova

10. *Los protegidos*

Direção: Ignacio Mercero, Alfonso Arandia, José Ramos Paíno e Álvaro Ron

Roteiristas: Ruth García, Darío Madrona, David Lorenzo, David Oliva e Luis Gamboa

Elenco: Antonio Garrido, Angie Cepeda, Ana Fernández, Luis Fernández, Mario Marzo e Priscilla Delgado

ESTADOS UNIDOS

1. *Soy tu dueña*

Direção: Nicandro Díaz

Roteiristas: Inés Rodena (coadaptação: Alejandro Orive e Gerardo Luna)

Elenco: Lucero, Fernando Colunga, Sergio Goyri, Silvia Pinal, David Zepeda, Gaby Spanic

2. *Sortilegio*

Direção: Karina Duprez e Mónica Miguel

Roteirista: Caridad Bravo Adams

Elenco: Jaqueline Bracamontes, William Levy, Daniela Romo, David Zepeda e Chantal Andere

3. *Hasta que el dinero nos separe*

Direção: Armando Uiñonez e Víctor Manuel Fouilloux

Roteirista: Fernando Gaitán

Elenco: Itatí Cantoral, Pedro Fernández, Luz Elena González e Víctor Noriega

4. *En el nombre del amor*

Direção: Fernando Nesme

Roteiristas: Maricarmen Peña e Cuauhtémoc Blanco

Elenco: Victoria Ruffo, Leticia Calderón, Sebastián Zurita e Altair Jarabo

5. *Eva Luna*

Direção: Leandro Padrón

Roteiristas: Alex Hadad e Nora Castillo, original de Isabel Allende

Elenco: Blanca Soto, Guy Ecker, Susana Dosamantes e Jorge Lavat

6. *Mi pecado*

Direção: Gilberto Macín Arenas e Aurelio Ávila Arriaga

Roteiristas: Cuauhtémoc Blanco, Maricarmen Peña e Víctor Medina

Elenco: Maite Perroni, Eugenio Siller, Daniela Castro, Armando Araiza e Sergio Goyri

7. *Mujeres Asesinas 2*

Direção: Mafer Suárez e Carlos García Agraz

Roteirista: Damián Szfron

Elenco: Variável segundo o episódio

8. *Llena de amor*

Direção: Angelli Nesma

Roteiristas: Carolina Espada/Rossana Negrín

Elenco: Ariadne Díaz, Valentino Lanús, César Evora e Altair Jarabo

9. *La Rosa de Guadalupe*

Direção: Miguel Ángel Herros

Roteiristas: Carlos Mercado e Julian Aguilar

Elenco: Variável segundo o episódio

10. *Un gancho al corazón*

Direção: Alejandro Gamboa

Roteiristas: Juan Carlos Alcalá e Fermín Zúñiga

Elenco: Danna García, Sebastián Rulli, Ana Martín, Otto Sirgo, Armando Araiza e Laisha Wilkins

MÉXICO

1. *Soy tu dueña*

Direção: Nicandro Díaz

Roteirista: Inés Rodena (Co-adaptação: Alejandro Orive e Gerardo Luna)

Elenco: Lucero, Fernando Colunga, Sergio Goyri, Silvia Pinal, David Zepeda, Gaby Spanic

2. *Triunfo del amor*

Direção: Alberto Díaz

Roteirista: Delia Fiallo

Elenco: Victoria Ruffo, Maite Perroni, William Levy, Osvaldo Ríos, Daniela Romo e Diego Olivera

3. *Llena de amor*

Direção: Angelli Nesma

Roteiristas: Carolina Espada/Rossana Negrín

Elenco: Ariadne Díaz, Valentino Lanús, César Evora e Altair Jarabo

4. *Cuando me enamoro*

Direção: Carlos Moreno Laguillo

Roteirista: Caridad Bravo Adams

Elenco: Silvia Navarro, Juan Soler, Jessica Coch e Lisardo

5. *Teresa*

Direção: Mónica Miguel

Roteirista: Mimí Bechelani

Elenco: Angélique Boyer, Aarón Díaz, Sebastián Rulli, Ana Brenda, Cynthia Klitbo e Margarita Magaña

6. *Zacatillo*

Direção: Lucero Suárez

Roteirista: Pedro Pablo Quintanilla

Elenco: Ingrid Martz, Jorge Aravena, Laura Zapata, Patricia Navidad, Arath de la Torre e Arleth Terán

7. *Para volver a amar*

Direção: Eric Morales/ Francisco Franco

Roteiristas: Adriana Suárez/Pedro Miguel Rozo

Elenco: Rebecca Jones, René Strickler, Alejandro Camacho, Nai-lea Norvid, Alejandra Barros e Jesús Ochoa

8. *Locas de amor*

Direção: Francisco Franco-Alba

Roteiristas: Pablo Lago/Susana Cardozo **Elenco:** Daniel Giménez Cacho, Cecilia Suárez, Ilse Salas e Ximena Ayal

9. *El clon*

Direção: Mauricio Cruz e Agustín Restrepo

Roteirista: Gloria Pérez

Elenco: Sandra Echeverría, Mauricio Ochmann, Juan Pablo Raba, Andrea Montenegro, Saúl Lisazo, Roberto Moll, Daniel Lugo e Andrea López

10. Gritos de muerte y libertad

Direção: Mafer Suárez e Gerardo Tort

Roteiristas: Caitlin María Irwin/Carlos Pascual/Luis Mario Moncada/Catalina Aguilar

Elenco: Daniel Jiménez Cacho, Cecilia Suárez, Diego Luna, José María Yaspik, Alberto Estrella, Julio Bracho, Odiseo Bichir e Alejandro Tommasi

PORTUGAL

1. Deixa que te leve

Direção: Gonçalo Mourão, António Borges Correia, Jorge Humberto, José Afonso Pimentel, Luís Justo

Roteirista: Patrícia Müller

Elenco: Mariana Monteiro, João Catarré, Vera Kolodzig, Maya Booth

2. Espírito indomável

Direção: Carlos Dante, António Martinho, José Manuel Fernandes

Roteirista: Sandra Santos

Elenco: Diogo Amaral, Vera Kolodzig, António Capelo, Luís Esparteiro

3. Meu amor

Direção: António Moura Mattos, Nuno Franco, Paulo Brito

Roteirista: António Barreira

Elenco: Nicolau Breyner, Margarida Marinho, Alexandra Lencastre, Rita Pereira, Paulo Pires, Rodrigo Menezes, Marco D'Almeida

4. Destino imortal

Direção: Artur Ribeiro, António Borges Correia, José Manuel Fernandes

Roteiristas: Artur Ribeiro e Cristina Silva

Elenco: Pedro Barroso, Catarina Wallenstein, Rogério Samora, Maria João Luís, Evelina Pereira, Jorge Corrula

5. Sedução

Direção: António Borges Correia, Luís Justo, Gonçalo Mourão, Carlos Salgueiro

Roteirista: Patrícia Müller

Elenco: Paula Lobo Antunes, José Carlos Pereira, Rogério Samora, Pedro Teixeira, Pedro Carvalho

6. Mar de paixão

Direção: António Borges

Roteirista: Patricia Muller

Elenco: Paula Lobo Antunes, Sara Salgado, Rogeiro Zamora e José Carlos Pereira

7. Perfeito coração

Direção: Duarte Teixeira, José Macedo, Miguel Guerreiro

Roteirista: Pedro Lopes

Elenco: Sandra Barata Belo, Ricardo Pereira, Alexandre de Sousa, Jorge Henriques

8. Dias felizes

Direção: Manuel Rebelo

Roteirista: Maria João Mira

Elenco: Dalila Carmo, Marco Delgado, Helena Isabel, Júlio César, Lídia Franco, Helena Laureano, Liliana Santos, Carlos Vieira, João Pedro Silva, Joana Barradas, Ruth Teixeira e Sara Butler

9. *Laços de sangue*

Direção: Guilherme Bokel

Roteiristas: Pedro Lopes e Aguinaldo Silva

Elenco: Diana Chaves, Diogo Morgado, Joana Santos, Carlos Vieira, Lia Gama, Margarida Carpinheiro, Pompeu José, Teresa Tavares, Rui Santos

10. *República*

Direção: Pandora da Cunha Telles, Pablo Iraola

Roteirista: Jorge Paixão da Costa

Elenco: Helena Costa, Pedro Lamares, Joaquim de Almeida, Filipe Vargas, Ian Velloza, Fernando Luíz, Claudia Jardim, Inês Nogueira, Ana Nave, Cassiano Carneiro, António Melo, Sisley Dias

URUGUAI

1. *¿Dónde está Elisa?*

Direção: María Eugenia Rencoret

Roteiristas: Pablo Llanes, Nora Fernández, Hugo Morales e Josefina Fernández

Elenco: Francisco Melo, Sigrid Alegría, aro Rudolphy, Montserrat Prats, Paola Volpato, Francisco Reyes, Francisca Imboden, Alejandra Fosalba

2. *Porque te quiero así*

Direção: Eduardo Rípari

Roteirista: Adriana Lorenzón

Elenco: Florencia Peña, Jorge ìCocoí Echagüe, Jorge Esmoris, Ruben Rada, Gustaf, Noelia Campo, Humberto de Vargas, Cristina Morán, Ademar Rubbo, Virginia Ramos, Martín Cardozo, Florencia Zabaleta e Mauricio Jortack

3. *Malparida*

Direção: Jorge Nisco, Jorge Bechara

Roteiristas: Lily Ann Martin, Pablo Junovich, Cecilia Guerty

Elenco: Juana Viale, Raúl Taibo, Gonzalo Heredia; Carina Zampini, Selva Alemán

4. *Acuarela de amor*

Direção: Jorge Fernando

Roteirista: Walcyr Carrasco

Elenco: Flávia Alexandra, Malvino Salvador, Ingrid Guimarães, Deborah Evelyn, Isabelle Drummond

5. *La niñera*

Direção: Claudio Ferrari

Roteiristas: Fran Drescher, Peter Marc Jacobson

Elenco: Florencia Peña, Boy Olmi, Roberto Carnaghi, , Carola Reyna, Agustina Córdova, Malena Luchetti, Mariano Colombo, Mirta Busnelli, Carmen Vallejo, Jorgelina Aruzzi

6. *Ciudad paraíso*

Direção: Rogério Gomes

Roteirista: Edmara Barbosa

Elenco: Eriberto Leão, Nathália Dill, Vanessa Giácomo, Cássia Kiss, Reginaldo Faria

7. *Águila roja*

Direção: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo

Roteiristas: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo, Pilar Nadal, Carmen O. Carbonero

Elenco: David Janer, Javier Gutiérrez, Francis Lorenzo, Miryam Gallego, Inma Cuesta, Pepa Aniorte, Roberto Álamo, Santiago Molero, Erika Sanz, Marta Aledo, Guillermo Campa, Patrick Criado, Oscar Casas, Borja Sicilia

8. *Alguien que me quiera*

Direção: Martín Saban e Sebastián Pivotto

Roteiristas: Alejandro Ocón, Solange Keolegian, Sebastián Parrotta

Elenco: Osvaldo Laport, Andrea Del Boca, Miguel Ángel Rodríguez, Susú Pecoraro, Viviana Saccone, Luisana Lopilato, Nacho Gadano, María Leal

9. *Mujeres de lujo*

Direção: Patricio González

Roteiristas: Coca Gómez, Josefina Fernández, Malú Urriola, Pablo Riquelme

Elenco: Fernanda Urrejola, Álvaro Morales, Pablo Macaya, Ignacia Allamand, Héctor Noguera

10. *Más sabe el diablo*

Produção: Telemundo Internacional

Direção: David Posada, Danny Gavidia

Roteiristas: Ximena Romero e Lina Uribe

Elenco: Gaby Espino, Jencarlos Canela, Miguel Varoni

VENEZUELA

1. *La mujer perfecta*

Direção: César Bolívar

Roteirista: Leonardo Padrón

Elenco: Mónica Spear, Ricardo Álamo, Ana Karina Manco, Marlene De Andrade, Manuel Sosa, Marisa Román, Flavia Gleske

2. Soy tu dueña

Direção: Salvador Garcini

Roteirista: Inés Rodena

Elenco: Lucero, Fernando Colunga, Gabriela Spanic, Sergio Goyri, Jacqueline Andere, David Zepeda, Silvia Pinal, Ana Martín, Jose Carlos Ruiz

3. El clon

Direção: Hugo León Ferrer

Roteirista: Gloria Pérez

Elenco: Mauricio Ochmann, Sandra Echeverría, Saúl Lisazo, Roberto Moll, Géraldine Zivic, Andrea López, Juan Pablo Raba, Tiberio Cruz

4. Dónde está Elisa?

Direção: Aurelio Valcárcel

Roteirista: Pablo Illanes

Elenco: Catherine Siachoque, Sonya Smith, Gabriel Porras, Jorge Luis Pila, Vanessa Pose, Roberto Mateos, Ivelín Giro

5. Más sabe el diablo

Direção: David Posada e Danny Gavidia

Roteiristas: Jimena Romero e Lina Uribe

Elenco: Gaby Espino, Jencarlos Canela, Miguel Varoni, Karla Monroig, Jorge Luis Pila, Carlos Camacho

6. Chepe Fortuna

Direção: Mario Ribero

Roteiristas: Miguel Ángel Baquero e Eloisa Infante

Elenco: Taliana Vargas, Javier Jattin, Kristina Lilley, Margalida Castro, Judy Henríquez, Carlos Muñoz, Consuelo Luzardo

7. Doña Bárbara

Direção: Arturo Valcárcel Carrol

Roteirista: Valentina Párraga (adaptação)

Elenco: Edith González, Christian Meier, Génesis Rodríguez, Paulo Quevedo, Roberto Mateos, Katie Barberi, Arap Bethke

8. El capo

Direção: Riccardo Gabrielli e Lilo Vilaplana

Roteirista: Gustavo Bolívar

Elenco: Marlon Moreno, Marcela Mar, Katherine Vélez, Elkin Díaz, Manuel Sarmiento, Oscar Borda, María Adelaida Puerta, Manuel José Chávez, Natalia Jerez

9. A corazón abierto

Direção: Sergio Osorio

Roteiristas: Shonda Rhimes (original), Fernando Gaitán (adaptador), Mauricio Miranda, Mauricio Guerra, Cecilia Percy, Elkin Ospina, Fernan Rivera

Elenco: Verónica Orozco, Rafael Novoa, Carolina Gómez, Jorge Enrique Abello, Juan Pablo Espinoza

10. Rosario Tijeras

Direção: Luis Solano, Carlos Gaviria, Israel Sánchez, Rodrigo Lalinde

Roteiristas: Carlos Duplat e Luz Marina Santofimio

Historia Original: Jorge Franco

Elenco: María Fernanda Yépez, Sebastián Martínez, Andres Sandoval, Liliana Vanegas, Adriana Arango, Héctor García