

# FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA NO ESPAÇO LUSÓFONO

ISABEL FERIN CUNHA  
FERNANDA CASTILHO  
ANA PAULA GUEDES  
(ORGS)



**LABCOM.IFP**

Comunicação, Filosofia e Humanidades  
Unidade de Investigação  
Universidade da Beira Interior

## Ficha Técnica

### Título

Ficção Seriada Televisiva no Espaço Lusófono

### Organização

Isabel Ferin Cunha, Fernanda Castilho e Ana Paula Guedes

### Editora LabCom.IFP

[www.labcom-ifp.ubi.pt](http://www.labcom-ifp.ubi.pt)

### Colecção

LabCom

### Série

Pesquisa em Comunicação

### Direcção

José Ricardo Carvalheiro

### Design Gráfico

Cristina Lopes

### ISBN

978-989-654-372-3 (papel)

978-989-654-374-7

978-989-654-373-0 (epub)

### Depósito Legal

423536/17

### Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior  
Rua Marquês D'Ávila e Bolama.  
6201-001 Covilhã. Portugal  
[www.ubi.pt](http://www.ubi.pt)

### Covilhã, 2017

© 2017, Isabel Ferin Cunha, Fernanda Castilho e Ana Paula Guedes.

© 2017, Universidade da Beira Interior.

*O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores. Este livro mantém os textos originais, nas duas vertentes do português – europeu e brasileiro.*



# **A FICÇÃO TELEVISIVA NO ESPAÇO LUSÓFONO: ROTINAS PRODUTIVAS, PARCERIAS E COPRODUÇÕES**

Catarina Burnay

cburnay@fch.lisboa.ucp.pt

## **Introdução**

Temas universais, personagens congruentes, histórias paralelas e narrativas complexas são apenas alguns dos elementos chave da ficção televisiva dos dias de hoje. Produzida, transmitida e distribuída globalmente, a ficção televisiva do século XXI tem origem em mercados diferentes – quer em termos de dimensão, quer em termos de capacidade produtiva e de venda – desafiando as ideias instaladas sobre a hegemonia da América do Norte como mercado produtor e exportador e da assimetria de fluxos (Schiller, 1969, 1976; Wells, 1972; Nordenstreng & Varis, 1974; Varis, 1984; Tunstall, 1977; Boyd-Barrett, 1977). Paulatinamente, a América do Norte assiste ao crescimento da América do Sul (Brasil, México, Argentina), da Península Ibérica (Espanha e Portugal) e da Ásia Oriental (Coreia do Sul), ao desenvolvimento da Europa do Norte (Escandinávia), do Sudeste Europeu (Turquia) e do Médio Oriente (Israel), e à emergência de África (Angola e Moçambique) como centros de produção de ficção televisiva de vanguarda, catalisadora de audiências transnacionais. Esta nova dinâmica de mercados, embora não faça reduzir o poder atractivo das *US Scripted Series* por todo o mundo, mostra a centralidade da ficção na definição de grelhas

dos *broadcasters* e das suas extensões digitais, bem como a vitalidade da televisão enquanto meio de comunicação adaptado às práticas *multitasking* e *multiscreening* que se vão operando em contexto de mobilidade.

Dados trabalhados pelo *Observatório Iberoamericano da Ficção Televisiva* (OBITEL), entre 2005 e 2015, atestam este crescimento da oferta de conteúdos nacionais, nomeadamente no espaço Iberoamericano, quer ao nível do número de títulos e volume de produção, da diversidade de formatos e géneros, quer ao nível da sua expressão/impacto local e global. Esta curva evolutiva foi oscilando proporcionalmente aos contextos económico, político, cultural e social dos mercados, destacando-se a influência governamental no sector audiovisual de países como o México e a Venezuela, a crise económica em Portugal e Espanha, ou o impacto do desenvolvimento das plataformas de distribuição e partilha de conteúdos *on-line* verificado um pouco por todos os países.

De forma a contornar parte destes constrangimentos e contribuir para a sustentabilidade, rentabilização e divulgação dos seus conteúdos, observa-se, de uma forma transversal, o recurso a soluções alternativas e interactivas. São exemplo a incorporação de marcas, bens e serviços nos *plots* (*brand e product placement/soft sponsoring*) – numa tentativa de revestir as histórias de maior verosimilhança, de assegurar o investimento financeiro e a redução do *zapping* – e a dinamização de redes sociais e de processos de transmediação – diversificando os *outputs* da mesma história, aumentando o envolvimento das audiências e potenciando a cultura participativa e as práticas de cocriação (Scolari, 2008; Gillan, 2011).

Estas estratégias de produção são acompanhadas do entendimento das necessidades e dos gostos dos públicos, recorrendo-se à experiência, às tendências e à criatividade para actualizar e *remediar* as narrativas (Bolter & Grusin, 1999). *Remixado e hibridizado*, o produto televisivo nacional apresenta-se, assim e em simultâneo, próximo das tendências internacionais e dos quotidianos do consumidor local (Lessig, 2008; Canclini, 2003),

cumprindo o triplo propósito de manter o público fiel, de captar a atenção do público jovem – afastado do *broadcasting* e atraído pelos sucessos norte-americanos e pelas novas tecnologias –, e de entrar nos circuitos internacionais.

Em Portugal, as estações emissoras e as produtoras criam conteúdos, numa base regular, para alimentar o horário nobre e, mais recentemente, para testar *slots* outrora preenchidos por ficção importada. Este facto faz com que haja a necessidade de produzir um volume elevado de títulos e de horas, o que, aliada às demandas impostas pelos novos tempos marcados pela *mélange* cultural (Thussu, 2010) e pela tensão local-global materializa-se, do nosso ponto de vista, em quatro campos de actuação: a localização, a inspiração, a evocação do passado e as parcerias/coproduções.

### **As (novas) rotinas produtivas**

A *localização*<sup>1</sup> – adaptação à realidade nacional de um produto já acabado e experimentado em outros mercados – é um modelo de produção usado para preencher horário e assegurar audiências. Não obstante as potenciais diferenças sócio-culturais dos países de origem para os países compradores, os formatos comercializados são constituídos, na sua maioria, por narrativas universais, com uma margem razoável para a adaptação e localização. Neste sentido, os argumentistas têm a possibilidade de recriar tramas e de acrescentar sub-tramas e núcleos auxiliares para garantir que a transição de fronteiras se dê de forma natural. Nos últimos quinze anos, verifica-se que os canais comerciais, SIC e TVI, recorreram, ciclicamente, a esta estratégia<sup>2</sup>, permitindo ao primeiro fazer frente, de forma mais imediata, à

1. Ver, entre outros: Chalaby, J. (2015). The advent of the transnational TV format trading system: a global commodity chain analysis. *Media, Culture & Society*, 37(3). London: Sage, pp. 460-478; Moran, A. (ed.) (2009). *TV Formats Worldwide. Localizing global programs*. UK: Intellect; Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the global popularity of television formats. In: *Television & New Media*. London: Sage, pp. 359-383.

2. Entre 2000 e 2015, a SIC produziu vinte telenovelas, sendo que as adaptações/localizações tiveram um peso de 40% (nove títulos). A TVI, dos 49 títulos produzidos, oito foram adaptações/localizações (18%). Refere-se, ainda, que em face do aumento da produção da SIC a partir de 2010, em termos de volume e qualidade, a TVI, que não fazia adaptações desde 2007, voltou a adquirir formatos estrangeiros a partir de 2013 (*Belmonte* [*Hijos del Monte*, Chile]; *Mulheres* [*El Último Matrimonio Feliz*, Colômbia]).

investida do canal concorrente e, ao segundo, manter duas a três linhas de ficção em horário nobre com custos mais baixos, assegurando o efeito de arrastamento de audiências.

A comercialização de formatos não é uma prática recente. Albert Moran (2013) traça a evolução deste fenómeno ao longo dos tempos, fazendo uma divisão em quatro fases: a *traiblaizing programme imitations* (1935-1955), *casual exchange* (1955-1980), *the becoming of the format business* (1980-2000) e, por fim, a partir de 2000, *significant worldwide business*. É, precisamente, nesta última fase, que o mercado mediático mundial se encontra com a troca comercial de programas entre países com características diferentes, o que vem ajudar a contrariar os postulados sobre a direcção dos fluxos dos conteúdos mediáticos<sup>3</sup>. *Reality* e *talent shows*, *sitcoms* e telenovelas ganham “nova” vida com a adaptação aos mercados locais, sendo que o seu sucesso depende da forma como os canais e produtoras conseguem transformar “o local visível e o global invisível” (Chalaby, 2013). Jean Chalaby, sociólogo na City University (Londres) especialista no estudo da televisão transnacional, refere mesmo que os produtos ganham sucesso internacional sempre que conseguem alinhar-se com as audiências locais.

De forma paralela ao sistema estabelecido de troca de formatos, a *inspiração* constituiu-se como uma ferramenta para fazer chegar às audiências mais activas os produtos domésticos com um *twist* internacional. Em Portugal, a partir de 2008, mas com maior expressão a partir de 2010, as estações passaram a produzir formatos, géneros e temáticas menos trabalhados, assim como a explorar horários alternativos para a ficção em estreia<sup>4</sup>, como o *slot* da noite durante a semana. Séries, séries longas e miniséries, algumas em sistema de temporada – novidade em Portugal – deram corpo aos

3. Ver, entre outros: *Television Traffic – a one way street?* de Nordenstreng e Varis, 1974; *A Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação* e o *Relatório McBride*, 1980; *International Flow of Television Programs*, Varis, 1984.

4. Por tradição, a ficção em estreia é programada para o horário nobre.

temas-chave plasmados em títulos como CSI (investigação criminal)<sup>5</sup>, *Law and Order* (lei e justiça)<sup>6</sup>, *Grey's Anatomy* (rotinas médicas)<sup>7</sup>, *Vampire Diaries* (ambiente vampíresco)<sup>8</sup> ou *Supernatural* (oculto e sobrenatural)<sup>9</sup>.

Outro campo de actuação dos canais televisivos portugueses é a produção de *ficção histórica*. O exercício de “televisão de proximidade” (Laffond & Burnay, 2014; Coelho, 2005) potencia, por um lado, o despertar da recordação nostálgica do público mais velho e, por outro lado, o possível interesse do público mais novo para (re)visitar momentos do passado coletivo (Burnay, 2014b). A RTP, estação de serviço público, foi o canal mais ativo por parte de todos os canais em sinal aberto nos últimos quinze anos, com a produção e transmissão de 33 títulos (58% da oferta total desde 1999)<sup>10</sup>. A evocação do passado na construção/cristalização da memória colectiva numa dimensão local é, também, um reflexo das tendência de produção internacional, cujo escopo é mais orientado para o desenvolvimento de histórias que completam o imaginário global, atendendo aos imperativos da circulação nos mercados transnacionais<sup>11</sup>, mas com capacidade para ditar tendências de gosto e, consequentemente, de investimento produtivo local.

### Portugal-Brasil-Angola: parcerias e coproduções

Muitos dos produtos atrás apresentados resultam de *parcerias/coproduções* entre canais e/ou produtoras do mesmo país ou de vários países. Este recurso permite a captação de apoios financeiros para a produção e distribuição, o aumento do reconhecimento de pequenas e médias produtoras,

5. Ver, entre outros títulos: 37 (TVI, 2010); *Cidade Despida* (RTP, 2010).

6. Ver, entre outros títulos: *Liberdade 21* (RTP, 2008).

7. Ver, entre outros títulos: *Maternidade* (RTP, 2011); *Sinais de Vida* (RTP, 2013).

8. Ver, entre outros títulos: *Lua Vermelha* (SIC, 2010); *Destino Imortal* (TVI, 2010).

9. Ver, entre outros títulos: *O Dom* (TVI, 2011).

10. Ver Burnay, C. D. (2014) (coord.) *A História na Ficção Televisiva Portuguesa*. Lisboa: UC Editora; Burnay, C. D. & Lopes, P. (2013) *História en les Històries. La memòria portuguesa i les narratives de ficció televisives*. Revista VIA. *Valores, Ideias, Actitudes*. Barcelona: Centre d'Estudis Jordi Pujol, pp. 138-147; Torres, E. C. & Burnay, C. D. (2013). The subject-matter of Audiovisual Historical Fiction in Portugal (1909-2012). In: Cabecinhas, R. & Abadia, L. (eds.) *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches*, Braga: Communication and Society Research Centre, pp. 190-20.

11. Ver, entre outros títulos: *Band of Brothers* (HBO, 2001), *Rome* (BBC/HBO/RAI Fiction, 2005-2007), *Downton Abbey* (Carnival Film & Television/Masterpiece Theatre, 2010); *Reign* (CBS/World 2000 Entertainment/Octagon Films/Joyful Girls Productions/Warner Bros., 2013); *The Musketeers* (BBC America, BBC Drama Productions, BBC Worldwide).

assim como o potenciar da circulação internacional. A inclusão de actores e técnicos é a forma mais regular de participação, em especial por parte dos mercados mais pequenos, como Portugal. Apesar disso, a maioria dos produtos fica associada à nacionalidade dos realizadores e acaba por ganhar o rótulo de produto “estrangeiro” nos países cuja participação não é tão visível. De acordo com Paulo Cunha (2012) este pode ser um dos obstáculos ao maior desenvolvimento de conteúdos audiovisuais desta natureza.

Em Portugal, os canais/produtoras têm à sua disponibilidade programas de apoio a obras conjuntas, nomeadamente com países europeus, ibero-americanos e lusófonos, respaldados em directivas, decretos-lei e leis reguladoras<sup>12</sup>. De uma forma generalizada, estas parcerias permitem alcançar as diásporas portuguesas, assim como fomentar a dinamização dos fluxos mediáticos para a construção, mesmo que virtual e simbólica, de um mercado geocultural e geolinguístico mais homogéneo (Sinclair, Jacka & Cunningham, 1996; Barker, 1997; Straubhaar, 2007). Esta ideia remete-nos para uma ideia de lusofonia, conceito que tem sido discutido por Isabel Ferin ao realçar a importância dos *media* e dos seus conteúdos para a dinamização de um Espaço Lusófono, de “um espaço regional no interior das redes globais”, atendendo “[às] competências linguísticas, [ao] conhecimento mútuo, [às] redes sociais que inter cruzam estes países” (Ferin, 2007: 99)<sup>13</sup>. A Professora e investigadora da Universidade Coimbra olha o fluxo de

12. “Progama MEDIA/Programa Europa Criativa” para o desenvolvimento de projectos audiovisuais, distribuição e exibição a nível europeu; “Programa Eurimages” para apoio das coproduções cinematográficas europeias; “Programa European Film Production” para a promoção do cinema e talentos europeus; “Programa Ibermedia” para apoio da distribuição, coprodução, formação e desenvolvimento audiovisual no espaço ibero-americano; “ICA-Instituto do Cinema e do Audiovisual” para apoio de produções cinematográficas e audiovisuais [*Protocolo Luso-Brasileiro* com a Agência Nacional Brasileira do Cinema-ANCINE / Protocolos Portugal-Moçambique, Portugal-Cabo Verde e Portugal-Angola]; “DOCTV CPLP-Programa de fomento à produção e difusão de conteúdos audiovisuais” e “FICTV CPLP-Programa de fomento ao desenvolvimento, produção e tele difusão de obras de ficção”, ambos para o apoio da produção documental e ficcional da comunidade dos países de língua portuguesa; “FICA-Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual”; Diretiva “Televisão sem Fronteiras”; Diretiva do Parlamento Europeu “Serviços de Comunicação Audiovisual (SCSA)”, de 5 de maio de 2010; Lei 55/2012 da Assembleia da República Portuguesa que define os princípios do Estado Português para o fomento, desenvolvimento e proteção da arte, do cinema e das actividades cinematográficas e audiovisuais; Lei da Televisão (n.º8/2011).

13. Destaque para a ideia de criação de um canal de televisão lusófono para a difusão internacional de produtos audiovisuais em língua portuguesa em 2010 <http://www.publico.pt/media/noticia/portugal-e-brasil-querem-criar-canal-de-televisao-lusofono-1448958>, assim como para as tentativas de revitalização da extinta Associação de Emissoras de Língua Portuguesa, em 2008, durante o Encontro

conteúdos mediáticos entre Portugal e os países lusófonos como uma questão sensível e até controversa, fruto de uma relação de poder assimétrica, fundada historicamente, que potencia visões diferentes sobre a (aparente) hegemonia criada à volta da língua portuguesa (Ferin, 2007). Esta abordagem ganha dimensão prática na análise das parcerias/coproduções de títulos ficcionais televisivos realizados ao longo das últimas duas décadas.

Tabela 1. *Parcerias/coproduções* no Espaço Lusófono de títulos de ficção televisiva transmitidos pela RTP, SIC e TVI (1992-2014)

| Ano  | Título                      | Países e Entidades envolvidas                                                                                           |
|------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1992 | <i>Pedra sobre Pedra</i>    | Portugal (RTP) / Brasil (TV Globo)                                                                                      |
| 1992 | <i>Cinzas</i>               | Portugal (RTP) / Brasil (TV Globo)                                                                                      |
| 1993 | <i>A Banqueira do Povo</i>  | Portugal (RTP/ Brasil (Máquina dos Sonhos)                                                                              |
| 1994 | <i>Verão Quente</i>         | Portugal (RTP) / Brasil (TV Globo)                                                                                      |
| 2005 | <i>Segredo</i>              | Portugal (RTP/Stopline Filmes) / Brasil (Accorde Filmes)                                                                |
| 2006 | <i>A Ilha dos Escravos</i>  | Portugal (Cinamate, ICAM) / Brasil (Prodifilme, ANCINE) / Cabo-Verde / Espanha (Centre Promotor de la Imatge (CPI) S.A. |
| 2007 | <i>Paixões Proibidas</i>    | Portugal (RTP) / Brasil (Rede Bandeirantes)                                                                             |
| 2007 | <i>Regresso a Sizalinda</i> | Portugal (RTP) / Angola (Televisão Pública de Angola/TPA)                                                               |
| 2010 | <i>Voo Direto</i>           | Portugal (RTP/SP-Televisão) / Angola (TPA)                                                                              |
| 2012 | <i>Vermelho Brasil</i>      | Portugal (ICA/RTP)/Brasil (Globo Filmes, Conspiração Filmes, / França (France 3/Pampa Production)/Canadá                |
| 2012 | <i>Laços de Sangue</i>      | Portugal (SIC/SP Televisão) / Brasil (TV Globo)                                                                         |
| 2013 | <i>Dancin' Days</i>         | Portugal (SIC/SP Televisão) / Brasil (TV Globo)                                                                         |
| 2014 | <i>Mar Salgado</i>          | Portugal (SIC/SP Televisão) / Brasil (TV Globo)                                                                         |
| 2014 | <i>Getúlio</i>              | Portugal (Midas Filmes) Brasil (Globo Filmes/Copacabana Filmes)                                                         |

Fonte: elaboração da autora

das TVs de Língua Portuguesa, no Brasil <http://convergecom.com.br/telaviva/06/06/2008/paises-de-lingua-portuguesa-querem-que-brasil-consuma-co-producoes/#.VX9TefVhBc>.

Ao analisarmos estes dados, a primeira referência vai para o grande envolvimento da RTP. O canal de serviço público, no cumprimento dos desígnios consagrados no contrato de concessão<sup>14</sup>, permite a divulgação dos produtos junto de uma audiência maior (nacional e não nacional, via antenas internacionais), a transmissão em televisão do formato longa metragem em formato adaptado ao pequeno ecrã, como, por exemplo a minissérie (dois a quatro capítulos), assim como a promoção da cultura e identidade nacional, lusófona e europeia.

A década de 1990 fica marcada pelo início da presença assídua da relação Portugal-Brasil, destacando-se a telenovela “brasileira” *Pedra sobre Pedra* (que contou com a participação de dois actores portugueses) e a “portuguesa” *Cinzas* (RTP/NBP SA), realizada por Régis Cardoso. O realizador da primeira produção a cores da TV Globo, *Bem Amado*, disse, na altura, que embora Portugal possuísse melhores meios técnicos por estar na Europa, não tinha o ritmo característico das produções brasileiras<sup>15</sup>. Este tipo de comentários foi feito na imprensa portuguesa de forma recorrente durante as gravações e exibição de títulos como *A Banqueira do Povo*, *Verão Quente*, entre outros, potenciando, em nosso entender, o desenvolvimento das competências técnicas e artísticas das equipas portuguesas<sup>16</sup>.

Dando um salto no tempo e olhando para as produções mais recentes, reveste-se de especial importância desconstruir o processo da relação entre a SIC e a TV Globo para estes trabalhos. A estação comercial de Carnaxide, como é conhecida, entre fracassos e sucessos em termos de ficção nacional para horário nobre, acabou por enveredar pela produção de telenovelas de forma sistemática, quer através da compra de formatos e consequente adaptação, quer através da contratualização de obras de encomenda à produtora independente SP Televisão que, depois de adquirir o capital da Terra do Nunca (TDN), ficou com a exclusividade de produzir ficção para a estação.

14. [www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato\\_concessao\\_pdf.pt](http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato_concessao_pdf.pt)

15. *Jornal Público*, 11/06/1992

16. Burnay, C. (2010). *Ficção Nacional: a emergência de um “novo” paradigma televisivo*. Dissertação (Mestrado), Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa.

Neste sentido, se *Perfeito Coração* (2009/2010) preparou o terreno, *Laços de Sangue* (2010/2011) veio a concretizar uma rutura no panorama televisivo, ganhando espaço ao concorrente direto, TVI, e fracionando ainda mais a audiência, com a disputa diária pela liderança<sup>17</sup>.

A TV Globo, enquanto fornecedor de conteúdos para a SIC, acabou por perceber que através da parceria produtiva podia aproximar-se (ainda) mais do público português. Esta ideia não avançou mais cedo, pois a Globo não podia esquecer o facto de Portugal ser o seu maior comprador, pelo que a venda de um guião seria uma espécie de “auto concorrência”. Contudo, foi estabelecida uma parceria entre a SIC, a SP Televisão e a TV Globo<sup>18</sup>, e *Laços de Sangue* impôs-se, em poucos meses, no mercado televisivo, concorrendo diretamente pelos primeiros lugares do *raking* dos programas mais vistos, e desafiando as melhores expectativas da estação (9.5 de *rating* e 23.4 % de *share* na estreia, a 10 de setembro de 2010 e 16.2% de *rating* e 37.8% de *share* no último episódio a 2 de outubro de 2011).

Os 330 capítulos contribuíram positivamente para o desempenho áudio-métrico da estação, apresentando, em alguns momentos, uma audiência superior em três vezes à média do canal e chegando a ultrapassar as telenovelas da TVI, cuja liderança se mantinha desde 2001. Uma análise cuidada ao seu contexto produtivo e ao seu desempenho mostrou fatores críticos de sucesso, cuja existência veio inaugurar, do nosso ponto de vista, uma forma diferente de produzir e transmitir e, até, consumir telenovelas de horário nobre<sup>19</sup>.

17. Para o desenvolvimento desta subparte, recorremos a entrevistas realizadas no âmbito da investigação de Pós-Doutorado a Guilherme Bokel, *International Production Diretor da Globo TV Internacional* (atualmente responsável pelas parceiras com a Globosat) (14.2.2012; 1.8.2013) e Pedro Lopes, Diretor de Conteúdos da SP Televisão e Argumentista (3.5.2013).

18. Nesta altura, estava sobre a mesa o projecto de criação de uma produtora conjunta SIC/TV Globo.

19. Burnay, C. (2011). *Laços de Sangue: um novo padrão de oferta e visionamento*. Comunicação apresentada no *Confibercom 2011, Primeiro Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana*, ST01 – Audiovisual (Rádio, Televisão, Cinema), ECA/Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Começamos, assim, por destacar o *contexto de criação*. A principal mudança verificou-se na primeira fase do projeto com a supervisão do guião. Na TV Globo é prática os autores com menos anos de titularidade terem o acompanhamento de um supervisor, desde o arranque do projeto até aos 60 primeiros capítulos. O supervisor é um autor mais velho e com mais experiência, escrevendo para o horário principal há várias décadas<sup>20</sup>. Em Portugal o cargo coube a Aguinaldo Silva, autor que tem uma relação de proximidade com o país, visto residir em Lisboa parte do ano, permitindo-lhe possuir um maior conhecimento da realidade nacional e, assim, conseguir avaliar a trama e as personagens criadas pelos autores portugueses de forma mais natural.

Para além da supervisão – que permitiu o ajuste do guião aos ritmos da TV Globo –, conseguiu-se acordar com a estação emissora dois princípios formais: a manutenção da estrutura original dos capítulos (permitindo a apresentação de ganchos<sup>21</sup>) e a fixação de uma hora certa de início e de fim dos capítulos<sup>22</sup>, levando ao desenvolvimento de um argumento mais eficiente em termos narrativos e ao cumprimento do “contrato” de confiança e fidelidade com a audiência (Charandeau, 1997; Véron, 2001). A concorrência dos últimos anos havia levado os canais a ajustar os horários, duração e estrutura dos capítulos às necessidades de contraprogramar, tornando obsoletas as regras de construção de argumento para a maximização do interesse por parte do telespectador, assim como a programação previamente divulgada.

O alargamento do *período de pré-produção* veio, também, mostrar-se como uma medida eficiente para o produto final. Por questões financeiras e logísticas (*timings* para as estreias), o tempo de pré-produção tinha vindo a ser reduzido para mínimos, o que não permitia à equipa de direção de atores

20. Entre outros: Aguinaldo Silva supervisionou *Meu Bem Querer* de Ricardo Linhares e *Tempos Modernos* de Bosco Brasil; Gilberto Braga supervisionou *Lua Cheia de Amor* de Ana Maria Moretzsohn, Ricardo Linhares e Maria Carmem Barbosa; Sílvia de Abreu supervisionou *Eterna Magia* de Elizabeth Jhin.

21. A realização dos ganchos foi uma exigência da Globo. O desaparecimento deste artifício da televisão portuguesa ficou a dever-se à necessidade das estações em fazer contra programação de grelha.

22. O produto foi anunciado como “a telenovela das 21:00”.

trabalhar o texto, nem definir, de forma criterioso, os *decors* exteriores fixos e as fachadas dos edifícios que iriam ter correspondência com os *decors* de estúdio. Os prazos limitados levaram, em alguns casos, a que as equipas trabalhassem em simultâneo, o que potenciava a ocorrência de casos caricatos, como a falta de correspondência arquitetónica.

Em *Laços de Sangue*, a planificação, embora apertada, permitiu fugir destes embaraços, dando tempo aos atores para desenvolver um trabalho de base com aulas de corpo, voz e posterior discussão das personagens, ainda antes dos ensaios de cenas. O *coaching*, que esteve a cargo da atriz brasileira Lais Corrêa, trouxe uma nova forma de encarar a personagem, dando espaço de experimentação aos atores, e permitindo construir interpretações consistentes e congruentes.

A estação tentou, também, apostar em novas caras, como Joana Santos, de modo a ir construindo um ativo de elencos diferente do da TVI e para ir construindo, junto do público, uma ideia de padrão qualidade SIC na ficção, para lá da informação (bandeira da estação desde o seu aparecimento). Dentro desta linha de objetivos, a Globo fez trabalho de pós-produção, com a supervisão geral e o tratamento diferenciado da luz, marcando uma diferença face à imagem das telenovelas da TVI.

*Laços de Sangue* também marcou a diferença pela aplicação de processos avaliativos regulares. Estes processos permitem analisar, qualitativamente, os interesses do público. Mediante a aplicação do método do *focus group*, em momentos distintos, esta técnica permite perceber se o rumo das histórias e das personagens se encaixa nas expectativas dos recetores. Estas análises levam à criação de momentos de mudança ou continuidade, contribuindo para o aumento da empatia com os consumidores. No caso específico de *Laços de Sangue*, este acompanhamento foi constante, tendo a estação realizado seis *focus group* ao longo da emissão, sensivelmente o dobro da concorrente TVI.

Todas estas iniciativas permitiram a construção de um produto de qualidade que, não só contribuiu para o aumento da audiência da própria estação, como veio a reconfigurar o padrão do telespectador das telenovelas em Portugal. Queremos com isto dizer que, embora se continue a verificar uma maior adesão junto das mulheres com mais idade e residentes no interior do país, observa-se uma divisão menos compartimentada. Destaque para duas realidades: a penetração na faixa dos 25/34 anos e nas classes A/B, o que se reflete nos públicos frequentadores dos espaços interativos, ao perceber-se, quer pelos comentários, quer pelos perfis, que são, na sua generalidade, jovens-adultos/adultos com um nível de escolaridade e maturidade superiores. Esta realidade veio abrir espaço, especialmente à SIC, para a produção de uma ficção renovada, mais adaptada ao gosto dos mais jovens e mais alinhada com as dinâmicas sociais da contemporaneidade. Em adição, a qualidade de *Laços de Sangue* veio a ser reconhecida internacionalmente com a nomeação e atribuição do *Emmy para Melhor Telenovela Estrangeira 2011*.

As estratégias atrás descritas abriram caminho para o desenvolvimento de mais parcerias entre a SIC/SP Televisão e TV Globo. *Dancin' Days* (2012-2013), telenovela produzida em 1978 e transmitida em Portugal pela RTP1 em 1979, foi um *remake costumizado*, ou seja, a adaptação e localização de uma história a uma realidade nacional distinta, assim como a uma década diferente. O novo sucesso desencadeou, em 2014, a estreia de *Mar Salgado*, uma telenovela ancorada nos quotidianos de uma vila piscatória virada tanto para dentro (bairrismo), como para fora (turismo), acompanhando os ritmos de diversas camadas socioeconómicas da população portuguesa e explorando temas actuais e geradores de debate na sociedade civil. A telenovela mais vista da SIC até hoje, tem conseguido obter dados de audiência muito expressivos batendo, quase diariamente, a concorrente directa, TVI.

Partindo desta relação entre Portugal e o Brasil, e fazendo uma ligação com a perspectiva de Isabel Ferin já enunciada (2007), parece-nos interessante abordar a ideia de bidireccionalidade de fluxos de conteúdos de ficção televisiva (Brasil-Portugal-Brasil). Habitado a exportar ficção para Portugal há

37 anos, o mercado brasileiro começou a contactar com as produções ficcionais portuguesas só a partir do ano 2000. Os poucos títulos apresentados<sup>23</sup>, a dobragem como recurso de entendimento, embora estejamos perante a mesma língua, a transmissão intermitente e a concorrência da TV Globo (atendendo a que os títulos têm sido comprados por canais menos expressivos, como a Bandeirantes ou a recente TV Brasil), não permitiram uma aceitação generalizada e confortável no Brasil<sup>24</sup>. Talvez fruto da sua natureza histórica, a série longa *Equador* adquirida, em 2011, pela TV Brasil, canal público brasileiro pertencente à Empresa Brasil de Comunicação e fundado em 2007, conseguiu ter uma maior expressão.

José Zimmerman, Diretor de Aquisições Internacionais da estação, explicou-nos que o que leva à compra de um produto, mais do que o mercado de origem é a sua qualidade<sup>25</sup>. No caso vertente, como o livro de Miguel Sousa Tavares teve muito sucesso no Brasil, a estação decidiu adquirir os direitos, após contactar com o produto no MIPCOM, em 2009. Os direitos foram comprados pelo período de três anos e oito passagens e a primeira transmissão – programada de segunda a quinta – foi oferecida no *slot* das 23:00, fruto da apresentação de algumas cenas mais ousadas, assim como forma de atingir um público mais ilustrado. A dublagem, feita em São Paulo, durou dois meses e mostrou-se essencial para que o público brasileiro pudesse compreender, na íntegra, a obra.

Dados do Kantar Ibope Media (Media Workstation – PNT), mostram que o produto teve o seu melhor dia de audiências a 16 de novembro de 2011, com 0,28% de *rating* e 0,5% de *share* – valores pouco auspiciosos, mas congruentes com a expressão do canal no mercado brasileiro.

23. *Morangos com Açúcar*, Rede Bandeirantes e Rede TV; *Olhos de Água*, *Olá Pai*, Rede Bandeirantes; *Equador*, TV Brasil.

24. De acordo com a Agência Lusa, *Olhos de Água* registou uma audiência média de dois pontos percentuais, representando, na região metropolitana de São Paulo, cerca de 86 mil telespectadores. <http://noticias.uol.com.br/lusa/ultnot/2004/03/23/ult611u40059.jhtm>, acedido a 27 de outubro de 2013.

25. Entrevista realizada no âmbito do Pós-Doutorado (José Zimmerman, Gerente de Aquisições Internacionais da TV Brasil, 12.07.2013).

Apesar destes “pequenos passos”, alcançar a aceitação e reconhecimento dos produtos portugueses no Brasil poderá ser uma porta para outros mercados, como o do América Latina. Este facto levanta questões pertinentes relacionadas com o mercado geolinguístico de ficção (Português/Espanhol) (Larse, 1990; Sinclair, 2000), atendendo a que as produções portuguesas raramente são autonomizadas das brasileiras, levando, em nossa opinião, à rotulação de Portugal como um “país fantasma de produção ficcional”. Esta ideia só poderá ser invertida, a partir do momento em que as produções domésticas começarem a ganhar um lastro maior nos circuitos internacionais, condição actualmente em curso<sup>26</sup>.

Se no passado o Brasil exportava telenovelas para Portugal, e metaforicamente era o ‘colonizado colonizando o colonizador’, hoje temos uma proposta concreta que tenta reverter essa situação, quando o Brasil põe no ar uma telenovela portuguesa (...).

Achar a fórmula é questão de interesse para os que pensam sobre e para os que produzem telenovela, independentemente de onde se situam as raízes do local na proposta que visa a transposição de fronteiras, sejam das culturas internas (ao nacional) ou das culturas externas (ao nacional) em direção ao transnacional (Motter & Malcher, 2005: 679, 684).

A produção ficcional brasileira tem grande expressão em Angola, outro mercado de língua portuguesa. Em 1975, ano em que Angola ganhou a independência de Portugal, o Brasil foi o primeiro a reconhecer o país como nação soberana, facto, até hoje, reconhecido pelos cidadãos angolanos. Música, literatura, mas, acima de tudo, telenovelas oriundas do Brasil, são activos culturais por excelência no território angolano<sup>27</sup>. A propagação de uma espécie de *Brazilian way of life*, muitas vezes assumido pelo povo an-

26. Para mais informações ver Burnay, C. (2014). *A Ficção Televisiva (Inter)Nacional. A (Inter) Nacionalização da Ficção Televisiva*. Um estudo integrado dos fluxos, dinâmicas e estratégias de programação da ficção nos canais portugueses em sinal aberto (1994-2013). Relatório Científico de Pós-Doutorado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

27. Prémio José Saramago 2013, Ondjaki, nome pelo qual é conhecido o escritor Angolano Ndalú de Almeida, tem como referência nas suas obras as telenovelas brasileiras, como *Roque Santeiro*, que preencheram a sua infância. Ver, por exemplo, a sua obra de 2007, *Os da minha rua*.

golano como o ideal de libertação das consequências da colonização<sup>28</sup>, tem levado ao mimetismo de tendências de moda e *lifestyle*, contribuindo, inclusivamente, como inspiração para as produções locais. Esta sinergia levou a que, em termos de contra-fluxo, a telenovela Angolana *Windeck*<sup>29</sup> tivesse sido transmitida na TV Brasil e na TVE RS (TV Educativa de Porto Alegre) sem o recurso à dublagem. Transmitida, também, em Portugal (RTP) entre abril e dezembro de 2013, a telenovela *Windeck* veio preencher a grelha de *daytime* do canal de serviço público contribuindo, a médio prazo, para a descontinuidade das telenovelas de origem brasileira programadas para esse *slot* e para o desenvolvimento de produções próprias. Embora angolana, *Windeck* foi filmada em Portugal (nos estúdios da SP Televisão) e contou com contributos lusos (actores, técnicos, guionistas e realizadores). Esta ligação com Portugal na área da produção televisiva, que emana da vaga de investimento financeiro angolano em várias áreas de negócio em Portugal, incluindo no sector dos *media*<sup>30</sup>, tem permitido, por um lado, o desenvolvimento de coproduções e, por outro lado, tem permitido a Angola criar experiência, formar actores e equipas técnicas próprias, levando à produção de conteúdos cujo sucesso tem garantindo a exportação para o espaço África e para o Espaço Lusófono<sup>31</sup>.

28. [www.agostinhoneto.org](http://www.agostinhoneto.org)

29. *Windeck*, da Semba Produções, estreou em Angola, na TPA2 e na TPA Internacional, em horário nobre no ano de 2012. No seu país de origem recebeu o nome *Windeck: subir na vida tem um preço*, no Brasil *Windeck: todos os tons de Angola* e, em Portugal, *Windeck: o preço da ambição*. A telenovela foi nomeada para para o Emmy Internacional de Melhor Telenovela 2013.

30. Ver, entre outros: Ferin, I. (2011). The Portuguese Postcolonial Migration System: a qualitative approach. In Cogo, D. et al (eds.) *Diasporas, migrations, communication technologies and transnational identities*, INCOM-UAB: Barcelona, pp. 213-229; Ferin, I. (2007). Lusofonia, Media e Conteúdos. *Estudos do Século XX*, nº 7, pp. 97-113; Figueiras, R. & Ribeiro, N. (2013). New Global Flows of Capital in Media Industries after the 2008 Financial Crisis: The Angola-Portugal Relationship. *The International Journal of Press/Politics*, 18 (4): 508-524, um dos outputs do projeto *Media Systems of the South Atlantic: Singularities of Lusophone Modernity* financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, Portugal (EXPL/IVC-COM/1691/2012).

31. Exemplos recentes são a longa metragem *Njinga: a Rainha de Angola* (Semba Comunicação, 2013) e a telenovela *Jikulumessu* (Semba Comunicação, 2015). O filme, realizado pelo português Sérgio Graciano, estreou em Angola em Novembro de 2013, seguindo-se as estreias nas salas de cinema no Brasil (Março e 2014), em Portugal (Julho de 2014) e, em Novembro de 2014, foi cabeça de cartaz no Festival de Cinema da *Royal African Society*, em Inglaterra e, em 2015, foi exibido no *Festival de Cinema de Londres*. Em 2015 foi também apresentado no *Festival de Cinema Pan-Africano de Cannes*, França e no *Festival de Cinema Afro-Americano Langston Hughes* em Seattle, Estados Unidos da América. Ginga Mbandi, Njinga ou Ana Sousa é um símbolo nacional de resistência à ocupação colonial portuguesa. Durante quatro décadas, a “rainha” guerreira lutou em defesa do seu povo, chegando a converter-se ao Cristianismo e a adoptar um nome português ao negociar um tratado de termos iguais. A primeira incursão de Angola pela produção de longas-metragens fez-se, assim, mediante a construção de um

Nesta sequência, destacamos as coproduções Portugal-Angola *Regresso a Sizalinda* e *Voo Directo*. O primeiro título, embora rodado em 2007, apenas surgiu no pequeno ecrã em 2010. Com uma dimensão serial de 46 episódios, a série-longa transmitida na RTP1, ao fim de semana, no *slot* de acesso ao horário nobre, foi baseada na obra *Fala-me de África* de Carlos Vaz Ferraz, pseudónimo literário de Carlos Matos Gomes. Os temas da colonização, da descolonização, da vinda para Portugal de cerca de meio milhão de “retornados”, das consequências, dos traumas (por contar), dos segredos de família deixados em Angola são o pano de fundo desta obra, cujo teor polémico, levou também a que a obra só fosse transmitida três anos após a sua produção. Este *delay* e a posição em grelha levou a que o título alcançasse números modestos (uma média de 22% de *share* e de 4% de *audiência média*). Se *Regresso a Sizalinda* explorou o passado histórico comum, *Voo Directo* (2010), continuando a ser um “exercício de proximidade cultural” (Rueda Laffond, 2011), voou para o século XXI através da relação de quatro hospedeiras de bordo. A amizade entre duas portuguesas e duas angolanas em constante trânsito geográfico e cultural dão o mote para a abordagem de temas do quotidiano e da contemporaneidade, atendendo às diferenças e às semelhanças entre as personagens femininas principais e os seus países de origem. Os olhares de alteridade foram fixados em obra televisiva pela produtora portuguesa SP Televisão e pela produtora angolana Semba, com filmagens nos dois países e, pela primeira vez na história do audiovisual de Portugal e Angola, a transmissão foi simultânea (RTP e TPA). Com 16 episódios, *Voo Directo-a vida a 900 Km/hora (slogan)* estreou em horário nobre, auferindo 24,9% de *share* e 9,4% de *audiência média*.

épico, inteiramente filmado no mato e com a presença de centenas de figurantes. Nos fóruns *online* e nas redes sociais assiste-se ao debate sobre a versão oficial da história e a versão contada, nem sempre coincidente. A telenovela *Jikulumessu: Abre o Olho*, actualmente em exibição da RTP1, é uma produção Semba, em parceria com a TPA. As filmagens decorreram em Angola na cidade cenográfica de 4000m2, conhecida por *Centro de Produção Camama*. A história de Joel Kapala, o *bullying* e os conflitos familiares são os temas-base deste folhetim contemporâneo que viu as suas emissões suspensas, durante uns dias, fruto da apresentação de um beijo entre duas pessoas do mesmo sexo. A Semba, produtora responsável, emitiu um comunicado desculpando-se por, de alguma forma, ter ferido susceptibilidades, mas que a telenovela tinha um papel pedagógico e de intervenção social, ao promover o diálogo sobre a tolerância e sobre o respeito por todos os grupos sociais. O próprio CEO da produtora – José Paulino dos Santos, filho do Presidente da República de Angola, José Eduardo dos Santos – referiu-se, publicamente, à suspensão da telenovela como um acto de censura.

O título mais recente que reflecte esta relação é a telenovela *A Única Mulher*, estreada na TVI a 15 de março de 2015. Embora não seja uma coprodução, podemos entender o produto como uma parceira, atendendo a que foi gravada em Angola e em Portugal, mostrando paisagens rurais e urbanas, tendo actores angolanos e tocando em temas fraturantes sobre a relação dos países. Paralelamente, o conteúdo foi comprado por Angola antes de iniciar a transmissão em Portugal. A adesão ao produto tem sido oscilante, havendo um especial envolvimento por parte do espectador mais velho e de classe mais baixa, congruente com o espectador-tipo da estação, mas também daqueles que experienciaram Angola em tempo de colonização. José Eduardo Moniz, consultor para a ficção da TVI disse, em entrevista ao *Diário de Notícias* (12.11.2014) que “aqui, a par das outras protagonistas, Angola também é protagonista” (...) “É um país com fortíssimas tradições em Portugal, do qual uma dose muito grande de portugueses tem enormes saudades. O que fazemos é um regresso ao passado, cruzando-o com a enorme evolução que este país sofreu”. Já em 2015, o *Jornal de Notícias* (29.03.) explora esta ligação afectiva em reportagem, ao ouvir espectadores da telenovela portuguesa que, durante o período colonial, viveram em Luanda, mostrando que o contacto com a trama tem o poder de reavivar memórias nostálgicas, mas tornando-se, por vezes, uma experiência difícil.

O título da telenovela – *A Única Mulher* – é o nome de uma canção de cantor angolano muito famoso em Portugal, Anselmo Ralph, que a interpreta no genérico. Primeiro artista angolano a conquistar o *top* de vendas discográficas em Portugal, Anselmo Ralph tem percorrido os principais palcos do país, para além de ter integrado o júri de um *reality* de talentos no canal de serviço público, e ditado tendências na cena musical portuguesa (Kizomba), o que o levaram a integrar o *star system* nacional.

Para além destas parcerias e coproduções que permitem a presença de produtos, em parte portugueses, em terras africanas, é, também, de assinalar as aquisições de conteúdos lusos já acabados para transmissão nos canais de Angola e Moçambique. Moçambique, fruto da fragilidade económica e

social, ainda não tem um mercado de *media* sólido, pelo que se registam compras pontuais para a TIM (Canal Independente Moçambicano), enquanto Angola adquire, de forma mais sistemática e em maior volume, para a TPA2 (Televisão Pública de Angola), para a ZIMBO TV (canal privado), ZAP e ZAP Novelas (televisão por satélite). Dados fornecidos pelo departamento de aquisições da TVI<sup>32</sup> – estação comercial que iniciou as vendas para este território – entre 2008 e 2013 foram vendidos três títulos para Moçambique<sup>33</sup> e oito títulos para Angola<sup>34</sup>, estando este último mercado a posicionar-se como um comprador privilegiado.

A ligação da ficção televisiva com o espaço de expressão em língua portuguesa agora concretizado, começou a ganhar corpo na filmagem de cenas iniciais das tramas em cenários “ditos” exóticos, como as paisagens e vivências (actuais ou passadas) no Brasil, Moçambique e Angola, países que completam o imaginário global português, fruto do passado comum e que, de alguma forma, contribuem para a formação de uma certa ideia de lusofonia.

O desenvolvimento de parceiras e coproduções no Espaço Lusófono tem vivido um caminho lento, talvez congruente com a relação político, económica e cultural dos países envolvidos. Não obstante as diferenças de índole vária que separam as nações, a língua, o passado e as referências comuns têm vindo a materializar-se nas produções ficcionais para televisão. Estes produtos, que acabam por ser *híbridos*, têm, apesar de tudo, alguma capacidade para promover o desenvolvimento do gosto pela produção portuguesa por parte da população local (muitas vezes apartada da ficção nacional, em especial do folhetim contemporâneo), da população diaspórica e da população lusófona numa acepção lata. Pensamos que estas dinâmicas potenciam a colocações dos produtos locais nos circuitos transnacionais, contribuindo

32. Dados fornecidos pela Dr.<sup>a</sup> Margarida V. Pereira, *Head of Acquisitions* da estação, aquando da realização de trabalho de campo para o relatório de Pós-Doutorado.

33. *Filha do Mar e Ninguém como Tu*, 2008; *A Outra*, 2009.

34. *Morangos com Açúcar* (várias temporadas), a partir de 2008; *Mundo Meu e Ninguém como Tu*, 2008; *Inspector Max e Feitiço de Amor*, 2009; *Mar de Paixão*, *Fascínios* e *Olhos de Água*, 2010.

do para a implementação de um mercado geolinguístico partilhado, que se espera que venha a ser, nos próximos tempos, assumido como referência pelos diversos países de língua portuguesa.

Esta língua é como um elástico  
que espicharam pelo mundo.  
No início era tensa,  
de tão clássica.

Com o tempo, se foi amaciando,  
foi-se tornando romântica,  
incorporando os termos nativos  
e amolecendo nas folhas de bananeira  
as expressões mais sisudas.

Um elástico que já não se pode  
mais trocar, de tão gasto;  
nem se arrebenta mais, de tão forte.

Um elástico assim como é a vida  
que nunca volta ao ponto de partida.

*Língua*, Gilberto Mendonça Teles

## Referências bibliográficas

- Barker, C. (1997). *Global Television. An Introduction*. Great Britain: Blackwell Publishers.
- Bolter, J. & Grusin, R. (1999). *Remediation: understanding new media*. London: MIT Press.
- Boyd-Barrett, O. (1977). Media Imperialism: towards an International Framework for the analysis of Media Systems. In: Curran, J., Gurevitch, M. & Woollacott, J. (eds.). *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold, pp. 116-135.
- Burnay, C. (2014a). A Ficção Televisiva (Inter)Nacional. A (Inter) Nacionalização da Ficção Televisiva. Um estudo integrado dos fluxos, dinâmicas e estratégias de programação da ficção nos canais portugueses em sinal aberto (1994-2013). Relatório Científico (Pós-Doutorado) Ciências da Comunicação, ECA: Universidade de São Paulo.
- Burnay, C. D. (2014b) (coord.). *A História na Ficção Televisiva Portuguesa*. Lisboa: UC Editora.
- Burnay, C. D. & Lopes, P. (2013). Història en les Històries. La memòria portuguesa i les narratives de ficció televisives. *Revista VIA. Valores, Ideas, Actitudes*. Barcelona: Centre d'Estudis Jordi Pujol, pp. 138-147.
- Burnay, C. (2011). Laços de Sangue: um novo padrão de oferta e visionamento. Comunicação apresentada no *Confibercom 2011, Primeiro Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana*, ST01 – Audiovisual (Rádio, Televisão, Cinema), ECA/Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Burnay, C. (2010). *Ficção Nacional: a emergência de um “novo” paradigma televisivo*. Dissertação (Doutorado), Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa.
- Canclini, N. G. (2003). *Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP.

- Chalaby, J. (2013). Reflection in: Transnational TV Formats: Making the Global Visible and the Global Invisible. *Critical Studies in Television: The International Journal in Television Studies*, 8 (2), pp. 54-56.
- Chalaby, J. (2015). The advent of the transnational TV format trading system: a global commodity chain analysis. *Media, Culture & Society*, 37 (3). London: Sage, pp. 460-478.
- Charandeau, P. (1997). Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information. *Réseaux*, n.º 81, Le genre télévisuel, CENT, 1997.
- Coelho, P. (2005). *A Televisão de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Cunha, P. (2012). Co-produções em português: um breve balanço. In: *III Simpósio Internacional Os Cinemas dos Países Lusófonos*. UERJ-UFF: Rio de Janeiro.
- Ferin, I. (2011). The Portuguese Postcolonial Migration System: a qualitative approach. In: Cogo, D. et al (eds.) *Diasporas, migrations, communication technologies and transnational identities*, INCOM-UAB: Barcelona, pp. 213-229.
- Ferin, I. (2007). Lusofonia, Media e Conteúdos. *Estudos do Século XX*, nº 7, pp. 97-113.
- Figueiras, R. & Ribeiro, N. (2013). New Global Flows of Capital in Media Industries after the 2008 Financial Crisis: The Angola-Portugal Relationship. *The International Journal of Press/Politics*, 18 (4), pp. 508-524.
- Gillan, J. (2011). *Television and New Media. Must-click TV*. New York: Routledge.
- Laffond, J. C & Burnay, C. D. (2014). Television fiction and memory practices in Portugal and Spain (2000–2012): Some comparative reflections. *International Journal of Iberian Studies*, 27(2-3), pp.85-103.
- Lessig, L. (2008). *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin Press.
- Moran, A. (ed.) (2009). *TV Formats Worldwide. Localizing global programs*. UK: Intellect.

- Moran, A. (2013). Global Television Formats: genesis and growth. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 8 (2), pp. 1-19.
- Motter, M. de L. & Malcher, M. A. (2005). Portugal/Brasil: a telenovela no entre fronteiras. In: Fidalgo, A., Serra, P. (orgs.), *Atas do III Sopcom*: UBI, pp. 679-685.
- Nordenstreng, K. & Varis, T. (1974). *Television Traffic: a one-way street?* Paris: UNESCO.
- (Rueda) Laffond, R.J.C. (2011). Televising the Sixties in Spain: Memories and Historical Constructions. In: Neiger, M., Meyers, O. & Zandberg, E. (eds.). *On Media Memory. Collective memory in a new media age*. UK: Palgrave Macmillan, pp. 174-186.
- Schiller, H. (1969). *Mass Communication and American Empire*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schiller, H. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: M. E. Sharper.
- Schiller, H. (1989). *Culture Inc.*. New York: Oxford University Press.
- Scolari, C. A. (2008). Hasta la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Revista FELAFACS*, 77.
- Sinclair, J., Jacka, E. & Cunningham, S. (eds.) (1996). *New Patterns in Global Television: peripheral vision*. New York: Oxford University Press.
- Straubhaar, J. (2007). *World Television: from global to local*. New York: Sage.
- Thussu, D. K. (2007). *Media on the Move. Global flow and contraflow*. London and New York: Routledge.
- Thussu, D. K. (2010) (ed.). *International Communication, a Reader*. London: Routledge.
- Torres, E. C. & Burnay, C. D. (2013) The subject-matter of Audiovisual Historical Fiction in Portugal (1909-2012). In: Cabecinhas, Rosa & Abadia, Lilia (eds.) *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches*. Braga: Communication and Society Research Centre, pp. 190-20.
- Tunstall, J. (1977). *The Media are American: Anglo-American Media in the World*. London: Constable.

- Varis, T. (1984). *International flow of television programming*: UNESCO.
- Véron, E. (2009 [2001]). Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento. *ECO-PÓS: Mídia e Produção de Sentidos*, 12 (1), <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/view/209/243>.
- Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the global popularity of television formats. In: *Television & New Media*. London: Sage, pp. 359-383.
- Wells, A. (1972). *Picture Tube Imperialism? The Impact of US Television in Latin America*. New York: Orbis Book.